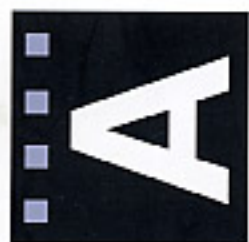


QUJA-



DERNS

DEL



CAC
Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

CAC

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

President:

Lluís de Carreras i Serra

Vocals:

Josep Argemi i Renom

Miquel Bonastre i Codina

Joan Botella i Corral

Enric Canals i Cussó

Francesc Codina Castillo

Agustí Gallart i Teixidó

Josep Gifreu i Pinsach

Alfonso Hernández Moreno

Ernest Maragall i Mira

Margarida Moles i Gual

Maribel Rodríguez i Fiter

Maria Concepció Tarruella i Tomàs

Secretari:

Jordi Conde i Castejón

Quaderns del CAC

Editor: Lluís de Carreras

Director: Agustí Pons

Coordinació general: Núria Puig

Redacció: Carles López, Carme Rincón

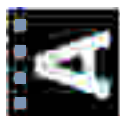
Secretari: Jordi Conde

Disseny i maquetat: Toni Miserachs

Impressió:

Assessorament lingüístic i traduccions: Entitat Autònoma del Diari Oficial i de Publicacions

Depòsit legal
ISBN



CAC
Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

Gravina 1, 1r.
08001 Barcelona
Tel. 270 12 30 Fax 412 63 29
E-mail: audiovisual@correu.gencat.es

Índex

■ Presentació	2
L'espai audiovisual català: crisi de creixement? Josep Gifreu	3
La televisió i la infància Victòria Camps	9
La publicitat de joguines adreçada als infants Carles López / Mercè Mota	12
La televisió per cable a Catalunya Jordi Conde	16
El tractament periodístic dels judicis per televisió Agustí Pons	21
La gran teranyina virtual. Consideracions internètiques Francesc Torralba	24
■ Dossier: Els consells audiovisuals a Europa	29
L'Europa audiovisual i l'Europa de la diversitat Hervé Bourges	29
La regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals en l'àmbit europeu Joaquim Tornos	33
Grècia: redacció de nous codis deontològics Antonis Manitakis	39
Itàlia: tres organismes col·legiats Giorgio d'Amato	41
Portugal: més de mil deliberacions José Maria Gonçalves Pereira	45
França: un organisme executiu i sancionador Jean-Françoise Albertin	47
■ Dictàmens	50
■ Estudis i informes	95

Quaderns del CAC núm. 1 / Març 1998

Diàleg, reflexió, responsabilitat

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) es va constituir el mes de març de 1997 com a organisme assessor del Govern de la Generalitat de Catalunya amb l'objectiu de garantir el compliment de les normes que regulen els continguts audiovisuals en matèria de ràdio i televisió. Per fer possibles aquests objectius, el CAC pretén mantenir un diàleg fluid amb els sectors de la nostra societat interessats en tot allò que fa referència al sector audiovisual i, d'una manera específica, amb les empreses, organitzacions i mitjans de comunicació que hi operen. Aquest diàleg s'ha de dur a terme a través d'una reflexió serena i documentada, especialment pel que fa referència als nous reptes socials i, per tant, jurídics, que les noves modalitats de comunicació audiovisuals plantegen. Del diàleg i de la reflexió n'ha de sortir un compromís de responsabilitat de tots els sectors implicats, de manera que els diversos drets constitucionals que conflueixen –molt sovint d'una manera no harmònica– en aquests mitjans de comunicació, no derivin cap a situacions de deteriorament legals o socials, sinó que es posin al servei de les capacitats integrals dels ciutadans. En aquest sentit, el CAC exercirà, des de les competències que li són pròpies, les responsabilitats que li han estat encomanades en el camp de la protecció jurídica dels drets bàsics de les minories o de la dignitat de la persona i de la salvaguarda dels drets dels consumidors, tal com ja ha vingut fent des de la seva creació.

Aquets objectius del CAC són, també, els que impulsen el naixement d'aquests Quaderns. El primer número ha resultat especialment gruixut, en nombre de pàgines, a causa dels dictàmens que ha calgut incorporar-hi: tots els que el CAC ha emès des de la seva constitució. En tot cas, aquets Quaderns formen part d'un conjunt d'ambiciosos projectes que pretenen impulsar el diàleg i la reflexió sobre un aspecte tan crucial en la nostra vida quotidiana i tan específic d'aquest final de segle com és el de la comunicació audiovisual.

Lluís de Carreras
President del CAC

L'espai audiovisual català: crisi de creixement?

Josep Gifreu Catedràtic de Teoria de la Comunicació i Degà dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF.

■ El espacio audiovisual catalán: ¿crisis de crecimiento?

Siete años después de publicar el estudio «Construir el espacio catalán de comunicación», Josep Gifreu hace una valoración del estado actual y de las perspectivas de evolución de la industria audiovisual en Cataluña y se pregunta sobre la viabilidad del espacio audiovisual catalán y sobre cómo habría que pensar o repensar su potenciación.

■ The Catalan Audio-visual Area: Crisis in Growth?

Some seven years after publishing his article «Constructing the Catalonia area of communications», Josep Gifreu evaluates the current situation and the prospects for evolution of the audio-visual industry in Catalonia and asks questions about the feasibility of the «The Catalan Audio-visual Area» and how its potential should be re-appraised.

■ L'espace audiovisuel catalan : crise de croissance ?

Sept ans après la publication de l'étude «Construire l'Espace catalan de communication», Josep Gifreu fait une évaluation de la situation actuelle et des perspectives d'évolution de l'industrie audiovisuelle en Catalogne et s'interroge sur la viabilité de l'espace audiovisuel catalan et sur la manière de penser et repenser son renforcement.

La centralitat de la comunicació i de la cultura audiovisual en el desenvolupament integral de les societats europees comença a ser un postulat adquirit a tots els nivells de les instàncies socials, polítiques i culturals rellevants. En aquesta dinàmica cultural i industrial, la pregunta sobre l'estat i l'evolució de la indústria audiovisual europea ha esdevingut un malson recurrent en tots els fòrums relacionats d'alguna manera amb el tema. La pregunta, doncs, sobre l'estat i les perspectives d'evolució de la indústria audiovisual catalana no desentona gens en l'assaig de la simfonia de múltiples veus sobre l'audiovisual europeu. Però, la pregunta sobre la indústria audiovisual, tant a Europa com a Catalunya, remet a una qüestió més àmplia: és la qüestió sobre la viabilitat efectiva d'un espai audiovisual europeu o, en el cas que ens ocupa aquí, sobre la viabilitat d'un espai audiovisual català.

Tal com posà de manifest l'informe «Anàlisi de la indústria cinematogràfica europea», presentat al Fòrum del Cinema Europeu (Estrasburg, novembre de 1996), la indústria audiovisual europea arrossega una gran paradoxa: mentre les xifres revelen un creixement excepcional del mercat europeu respecte als del Japó i dels EUA, els beneficis del creixement van a engreixar les estructures i els circuits extraeuropeus. Aquesta paradoxa, ¿no seria també aplicable a la situació i a les perspectives de l'espai audiovisual català?

Viabilitat de l'espai català?

D'entrada, en el nostre cas la paradoxa arriba ja només de proferir el nom de l'àmbit de referència. La definició d'un espai audiovisual català, en efecte, topa amb greus dificultats que comencen amb la qüestió de noms. Tal com està evolucionant pragmàticament el terme «català», usat com a qualificatiu diferenciador de l'àmbit de referència, resultarà cada vegada més difícil de poder-lo aplicar

al conjunt de realitats territorials, lingüístiques i culturals, compreses en el que fins ara es coneixia com a domini històric de la llengua catalana i que és reconegut encara unànimament per la ciència romanística, i que alguns sectors civils i polítics entenien sota la denominació de Països Catalans. La denominació de «valencià» a la modalitat del català que es parla en aquesta regió del domini lingüístic no facilita una marca d'origen simple i inequívoca. Però, és ara especialment la negació de la unitat del català per part de la coalició dels partits PP i UV en el govern del País Valencià, l'obstacle més important per a la reinvençió d'un àmbit de referència diferenciat en el mapa dels sentits de pertinença i de les tradicions culturalnacionals a l'Europa de la Unió.

Ara bé, més enllà de la qüestió de noms, cal atribuir a l'herència de la transició política a l'Estat espanyol la matriu d'un paisatge de l'audiovisual català, és a dir, un quadre de competències polítiques i administratives, i un entramat de mercats desarticulat i de difícil vertebració futura. La compartimentació de competències i de transferències en matèria comunicativa i cultural que s'ha dut a terme a partir del bloc constitucional i dels acords posteriors en cada legislatura i respecte a cada una de les comunitats autònomes, no ha ajudat gens ni mica a la reconstrucció d'un espai cultural i audiovisual a compartir entre els territoris històrics de llengua catalana. La història recent de la implantació de les televisions autonòmiques a Catalunya i al País Valencià és un exemple penós de com el conflicte permanent –més o menys soterrat, més o menys atiat, segons els moments– ha presidit els petits avenços en l'obtenció de cotes de presència en l'espai audiovisual propi. La cooperació institucional entre les instàncies culturals i comunicatives de les tres comunitats ha trobat més obstacles que no incentius, i ha estat sovint impedida, no sols per les autoritats centrals, sinó també per les autonòmiques.

Aquest conjunt de problemes sumàriament enunciats ha conduït a una nova etapa de desarticulació de l'espai cultural català (entès en el sentit de la comunitat d'interessos de llengua i de cultura), contràriament al que s'esperava arran de la democratització de la vida pública i política d'un Estat plurinacional i pluricultural com ara l'espanyol.

Davant els nous reptes de la societat de la informació, de la digitalització i de la globalització, l'espai cultural català no ha pogut idear, vertebrar i desenvolupar estratègies potents d'articulació d'una indústria audiovisual pròpia, ni des del punt de vista de la creació i producció, ni des del punt de vista de la distribució i del consum.

Durant aquests anys, la mateixa dinàmica de desarticulació ha permès una major penetració en els mercats de l'espai català de productes i serveis audiovisuals foranis, especialment espanyols i nord-americans. I no ha facilitat l'aparició i la consolidació de sectors industrials i productius propis, capaços de competir a l'exterior. El fet és incontestable: no hi ha cap grup privat català o valencià amb una capacitat d'iniciativa empresarial important en el sector audiovisual, especialment en el subsector de la producció, que pugui ara tenir alguna cosa a dir, per exemple, en la constitució i negociació de les plataformes digitals a Espanya i a Europa.

La qüestió de la viabilitat porta a preguntar-se obertament: ¿podem pensar o repensar la potenciació d'un espai propi de l'audiovisual sense incloure en les estratègies de creació, de producció, de comercialització i de consum, l'àmbit demogràfic i cultural de l'espai català, o si es vol, catalano-balear-valencià? Dit d'una altra manera, ¿podem permetre'ns el luxe, els del nord de l'Ebre o els del sud, els de les Illes o els de ponent, d'arraconar el potencial humà d'uns onze milions d'habitants, que ens permetria d'assolir la massa crítica imprescindible per ser presents, com a cultura diferenciada, a l'Europa del XXI?

Aquests interrogants no tenen una resposta fàcil. Requeririen un recordatori atent de les circumstàncies particulars que han marcat els últims anys l'evolució dels espais culturals i de comunicació propis de cada regió autonòmica. No podem abordar aquí amb prou extensió i detall les diferents experiències col·lectives de cada regió dels Països Catalans, en part forçades pel model de partició autonòmica de la transició, i en part explicables històricament per les dificultats objectives de sincronitzar uns mateixos ritmes de reconstrucció cultural i lingüística. Ens limitarem a examinar en les ratlles següents l'estat de l'espai català de l'audiovisual referit exclusivament a Catalunya. Un motiu addicional per a aquesta limitació és el mateix

àmbit de competències del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), editor d'aquesta publicació.

Evolució sense rumb

Una ponderada valoració de l'estat actual de l'audiovisual català ha de tenir en compte diversos factors que han incidit en la seva evolució. La pura descripció estadística de valors, com ara el total de les inversions en un subsector o de les audiències d'un mitjà en un moment determinat, no seria suficient per entendre la complexitat de la situació. L'evolució del sistema mediàtic implica prendre en consideració un conjunt de dimensions que han estat determinants, com són el règim de competències entre Administració central i autonòmica, la irrupció de les noves tecnologies, la dinàmica del mercat, etc.

Pel que fa a la vindicació política d'una major capacitat de decisió i desplegament d'un espai audiovisual propi, Catalunya ha estat des de la transició un punt de referència i ho continua sent. Al principi, Catalunya marcà en l'Estatut l'abast de la definició de les competències de comunicació i cultura (que fou seguida pràcticament pels estatuts valencià, de les Illes i altres) i impulsà un procés escalonat de televisió autonòmica al llarg de diverses fases: creació per llei de 1983 de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, creació de la xarxa pròpia de distribució del senyal (1983), inauguració de TV3 (1984), creació del grup d'emissores de ràdio de la Generalitat, creació del segon canal de TV o Canal 33 (1988), impuls de la constitució de la Federació d'Organismes de Ràdio i TV Autonòmics, FORTA (1989), inici de la producció de telenovel·les amb Poble Nou (1994), inici de les emissions de ràdio i TV per satèl·lit (1995), adopció de tres demarcacions per a la implantació de comunicacions per cable a Catalunya (1996), creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1997) i compromís accionarial amb la plataforma Via Digital (1997). Resulta impossible de contextualitzar aquí aquest conjunt de decisions i de mesures. Però, cal recordar, ni que sigui sumàriament, el context espanyol en el qual es desenvolupa la dinàmica descrita.

Una de les constatacions centrals que ajuden a comprendre l'evolució de l'audiovisual català és la relativa al comportament dels mercats implicats.

La unitat del mercat espanyol de l'audiovisual, començant pel cinema i acabant per la ràdio, no solament no s'ha trencat o debilitat, sinó que s'ha anat consolidant al llarg d'aquestes dues dècades.

La indústria del cinema, de la producció a la distribució, s'ha acabat de centralitzar a Madrid com a símbol inequívoc de la consolidació d'un mercat espanyol unitari, amb exhibició en castellà arreu de l'Estat, i que fa negoci a partir de l'explotació en primeríssim lloc del cinema nord-americà (doblats habitualment al castellà), però també en segon lloc d'un cinema espanyol en fase ascendent.

En l'actualitat, tot el cinema que es fa a l'Estat espanyol pot sentir-se representat sota la denominació d'origen de «cinema espanyol». De fet, no hi ha raons de caire econòmic o polític, ni tampoc les vindicacions d'altres moments, per parlar ara de cinemes realment diferenciats. Les denominacions de «cinema basc», de «cinema català» o de «cinema gallec» només permeten, i no pas sempre, de recordar l'origen natiu d'alguns noms de directors, de guionistes i d'actors. Si aquesta unificació interior de referents de la producció cinematogràfica espanyola pot considerar-se un pas endavant en l'estratègia europea de potenciació de l'audiovisual propi, el temps ho dirà. Però, no resulta gens clar que reverteixi en la potenciació d'una indústria catalana del cinema. Sense disposar d'una àmplia capacitat d'intervenció en la producció pròpia, sense una política decisiva de concertació amb els sectors industrials implicats, el cinema català sembla destinat a ser un simple apèndix del cinema espanyol.

Durant anys, s'ha tendit a confondre normalització del cinema català amb normalització «lingüística» en la indústria del cinema a Catalunya. Però els problemes de cada un dels subsectors cinematogràfics bàsics –producció, distribució i exhibició– plantegen mesures molt distintes en el pla de la inqüestionable necessitat d'una certa normalització del català. Produir cinema en català, per exemple, pot arribar a ser trivial o contraproductiu si no es té capacitat coercitiva per imposar quotes de distribució i d'exhibició en pantalla. Fins avui, aquestes quotes només obligaven per al castellà. Tot just ara, la constatació de l'absència gairebé absoluta de pel·lícules en català –doblades o subtítulades– en les pantalles de Catalunya, ha portat a reclamar en

el marc de la nova llei del català l'establiment d'unes quotes lingüístiques de pantalla i de distribució «per als productes cinematogràfics que es distribueixen i s'exhibeixen doblats o subtitulats a una llengua diferent de l'original», i en el marc de llei de l'Estat 17/1994 de protecció i foment de la cinematografia.

Pel que fa a l'evolució de la televisió a Espanya, la seva dinàmica ha seguit un paradigma similar: després d'una primera fase de ruptura del monopoli de TVE amb les primeres concessions de televisions autonòmiques (1984), la posterior privatització (1989), limitada a tres nous canals de cobertura forçosament estatal i sense cap quota de protecció de la diversitat cultural i lingüística, propicià la reconstitució d'un mercat espanyol unitari (per a les audiències i la publicitat televisiva). Recentment, la concentració del mercat espanyol continua encara reforçant-se amb l'aparició de les anomenades plataformes digitals (1997), amb dues empreses –Canal Satélite Digital i Vía Digital– que tendeixen a controlar en règim de duopoli les grans decisions sobre el futur del mercat audiovisual espanyol. Controlen especialment els nous fronts de negoci, com són l'adquisició de drets audiovisuals, la producció de cinema i telesèries, la transmissió del futbol en la modalitat «pagar per veure» i potser les futures programacions del cable.

Digitalització i lògica perversa

Arran de l'anomenada revolució digital, coincident amb el final del monopoli de les telecomunicacions i, en concret, del servei bàsic de telefonia a tot Europa (1998), Telefónica ha entrat de ple des del 1996 en les activitats i els negocis audiovisuals, constituint-se en motor i actor principal de la plataforma Vía Digital. Amb el suport explícit del govern del PP, Telefónica ha liderat no sols el nou grup mediàtic i multimèdia, sinó també la dura batalla digital contra la plataforma propietat del grup Prisa-Sogecable (batalla centrada al llarg del 1997 en l'afer dels decodificadors i en la discussió dels drets del futbol). Més enllà de la dimensió política i ideològica de la batalla digital espanyola, el que cal remarcar aquí és el fet mateix de la focalització gairebé total del conflicte a Madrid, la marginació de Barcelona i Catalunya, i la presentació de la mateixa batalla en termes de conflicte global espanyol, sense possibilitats de

desmarcament per part de tercers, per exemple, de Catalunya. Aquí, el pes del mercat (espanyol) ha imposat la seva lògica implacable sobre qualsevol altra consideració. Atesa l'envergadura de les operacions financeres involucrades en els futurs negocis digitals, el volum del mercat espanyol obliga a una reducció dràstica dels contrincants. Així és com tota la pugna pel mercat s'ha centrat entre els dos actors empresarials esmentats, s'han eliminat altres alternatives i, malgrat moments d'alta tensió, s'han anat acostant posicions entre les dues plataformes.

És en aquest sentit que s'ha de valorar l'esforç de Televisió de Catalunya per mediar en el conflicte, per intentar de mantenir-se fins a un cert punt neutral entre els dos contendents i per poder salvar la posició pròpia en el desenvolupament de la televisió digital per satèl·lit. La decisió de la direcció de la CCRTV per incorporar-se com a accionista amb un 5 % a la plataforma Vía Digital no deixa de ser una decisió polèmica i arriscada, però manifesta la dificultat estructural de mantenir una estratègia pròpia de penetració, o fins i tot de manteniment de les audiències pròpies, no subsidiàries de les imposicions del mercat audiovisual digital espanyol.

Els recents acords entre la Corporació catalana i Vía Digital d'emetre vuit canals temàtics en català a través d'aquesta plataforma, planteja i obre nous interrogants sobre les quotes reals de presència de l'audiovisual català en aquest quiosc audiovisual al qual accedirem des de casa. Una altra aposta agosarada en aquest mateix sentit és el compromís de la CCRTV en la creació i promoció del complex tecnològic, multimèdia i audiovisual de Media Park, des del qual s'«empaquetaran» els canals temàtics catalans per a Vía Digital. Aquest «parc», de grans prestacions tecnològiques suportades per la multinacional Philips, no sembla gaire lluny, almenys des del punt de vista conceptual, del complex de producció audiovisual de què disposa TVE a Sant Cugat, i que només pot rendibilitzar amb produccions per al mercat espanyol. ¿Serà Media Park un enorme complex per satisfer la demanda de plataformes privades espanyoles, com fins ara per exemple TVE Catalunya a Sant Cugat estava al servei, a part del circuit català, de la producció per a la programació estatal de TVE per als seus dos canals?

Una de les conseqüències més importants de

la nova dinàmica del macrosector audiovisual en fase de digitalització és la imposició d'una lògica mercantilista a tots els problemes que genera la nova fase de reestructuració. Unida a les pretensions de control del sector audiovisual tradicional per part del potent i desregulat sector de les telecomunicacions, aquesta doble lògica mercantilista i tecnocràtica comença a penetrar les polítiques de l'audiovisual. N'és un exemple evident la creació per part del govern del PP de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones per la llei 12/1997 de 24 d'abril de Liberalització de les Telecomunicacions, a la qual el govern pretenia atribuir totes les competències sobre l'audiovisual, inclosos el control dels continguts i la protecció dels drets dels telespectadors. La forta pressió mantinguda per les altres forces polítiques, i especialment per CIU aprofitant la seva condició de soci parlamentari de la majoria en el govern de Madrid, ha pogut fer desistir al Ministeri de Foment de la seva intenció i preveure el transpàs de les competències sobre continguts i drets a un organisme com el sol·licitat pel mateix Senat en la legislatura anterior (llavors postulat com a Consell Superior dels Mitjans Audiovisuals).

Per al futur de l'espai audiovisual català, aquesta doble lògica planteja nous i greus reptes als vells problemes derivats tant de la limitació de les competències constitucionals sobre telecomunicacions i sobre mitjans de comunicació, com de les dificultats de compartir un mercat únic de l'audiovisual espanyol i, en general, de les indústries culturals en castellà. La mercantilització de l'audiovisual, és a dir, la pressió creixent sobre la desregulació absoluta del mercat de l'audiovisual, suscita noves resistències a la intervenció des de les instàncies públiques representatives per garantir el manteniment d'uns estàndards de qualitat, de llengua i de respecte a la identitat particular, que són en definitiva els estàndards propis de l'anomenada «excepció cultural». Aplicada a l'espai català, l'excepció cultural hauria de facultar les autoritats i instàncies públiques legítimes per a l'adopció de les polítiques de cultura i de comunicació més idònies per a la defensa i l'expressió de la identitat particular. Fins a un cert punt, aquesta perspectiva ha inspirat ja algunes noves modalitats d'intervenció

per part del Parlament català i de l'Executiu.

En efecte, l'Administració catalana, sobretot des de la prolixa discussió de la política estatal de telecomunicacions per cable que donà lloc a la llei 42/1995 de 22 de desembre, plantejà un pols amb el govern de l'Estat per controlar alguns aspectes importants que el projecte inicial del cable, proposat per l'últim govern del PSOE, havia ignorat. Entre altres, la intervenció de la Generalitat en la configuració de les demarcacions territorials, en la concessió de les llicències als operadors i en l'establiment de requisits de programació, incloses les quotes de programació en català. Tot i les modificacions introduïdes pel govern del PP (a través del Reial Decret Llei 6/1996 de 7 de juny), el disseny general d'aquesta política va facilitar l'adopció per part del Parlament de Catalunya de la llei 8/1996 de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable. Aprovada amb la unanimitat de tots els grups, la llei representa una fita en la legislació catalana sobre noves tecnologies de la comunicació. I introdueix innovacions importants almenys en dues direccions: d'una banda, assumint i desenvolupant les competències sobre els operadors de cable, la programació audiovisual i el règim sancionador, amb especial atenció a la qualitat i pluralitat de la programació, com també a la protecció de la llengua catalana; i de l'altra, creant un nou organisme, únic a Espanya, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, dotat d'àmplia autonomia i independent respecte del legislatiu, amb funcions de seguiment, d'assessorament i de vigilància sobre els continguts de l'audiovisual a l'espai català. Per primera vegada, el legislatiu català estableix per llei quotes i sancions relatives a la programació televisiva d'obres en llengua catalana. Aquesta voluntat d'intervenció s'ha vist confirmada posteriorment, no sense reticències per part d'alguns sectors polítics i civils, per l'aprovació d'una moció proposant la programació almenys d'un 25 % de cançons catalanes en les emissores de ràdio. I, darrerament, continuada en la llarga discussió de la nova llei del català, que preveu també la imposició de quotes de programació en català en les emissores de ràdio i de televisió de concessió, i que facultava el govern per establir per reglament quotes lingüístiques de pantalla i de distribució en cinema.

Epíleg: vers un pacte global?

En suma, des de la segona meitat dels anys noranta, sembla detectar-se a Catalunya un punt d'inflexió en l'atenció i la preocupació per la problemàtica específica de l'audiovisual davant la irrupció de les noves tecnologies i dels nous reptes que plantegen a una cultura i a una llengua sense Estat i gairebé sense mercat. Des de la societat civil i des de l'Administració, des dels partits polítics i les institucions fins al sectors privats, sorgeixen iniciatives i demandes que reclamen fórmules de concertació amb un objectiu clar: l'estructuració i enfortiment d'un sector audiovisual català capaç d'interessar i de competir a casa i a Europa. La màxima institució representativa del país, el Parlament de Catalunya, convocava el març de 1997 les primeres Jornades Parlamentàries sobre Mitjans de Comunicació Audiovisual. Fins ara, una temàtica com aquesta havia estat centre d'interès, en tot cas, de jornades universitàries o professionals, molt limitades en les seves pretensions. El fet que el Parlament català n'assumís la iniciativa, després de l'aprovació de la llei de programació per cable, indica fins a quin punt la sensibilitat per l'audiovisual està passant del cercle dels professionals i experts al dels polítics i gestors públics.

Això pot suggerir també que el grau de consciència assolit sobre la necessitat d'empendre polítiques de

l'audiovisual imaginatives i eficaces pot incitar la societat civil i la societat política de Catalunya a buscar, plegades, vies i recursos per a un pacte global sobre l'audiovisual català. I més enllà del Principat de Catalunya, l'ideal seria poder incorporar a aquesta dinàmica, per damunt de protagonismes i de partidisme estèrils, els sectors civils, polítics i professionals de totes les regions de l'espai català.

Recompondre un paisatge de l'audiovisual català que impliqués en el projecte totes les instàncies –polítiques, administratives, empresarials, professionals– interessades i afectades dels Països Catalans, hauria de ser una prioritat inqüestionable de les polítiques culturals i de comunicació dels gestors actuals de l'espai català. La nostra hipotètica integració a Europa com a espai cultural diferenciat no es farà ni a través de la premsa, ni del llibre, ni del disseny, ni del teatre, ni tan sols d'Internet. La nostra expressió bàsica, a Europa i al món, o serà l'audiovisual o no hi serà. I aquest és el repte crucial: sense una indústria pròpia consolidada, sense un mercat interior suficientment cohesionat i sense un Estat que protegeixi eficaçment la nostra excepció cultural, no hi ha futur per a un espai de l'audiovisual català en l'era digital i de la globalització. Per això i malgrat tot això, un gran pacte global sobre l'audiovisual encara ens obriria una opció per a l'esperança. **J. G.**

La televisió i la infància

Victòria Camps Catedràtica d'Ètica, Moral i Política de la UAB.

■ La televisión y la infancia

La televisión tiene y tendrá, en mayor o menor medida, influencia en la forma de ser, comportarse y pensar de las nuevas generaciones. No sabemos el grado de dicha influencia pero, en todo caso, la obligación de los responsables –padres, escuela y televisiones– es intentar evitar posibles influencias nefastas. Debe conseguirse que a televisión sirva realmente para entretener, y que esto lo haga bien. La televisión debería colaborar en la educación de la infancia, o cuando menos tendría que intentar no maleducarla.

■ Television and Childhood

Television has and will continue to have, to a greater or lesser degree, an influencing effect on the form of being, behaviour and the way of thinking on the new generations. We do not know the limits of this influence, however, it is the responsibility of parents, schools and television itself to avoid, as much as possible, any negative effects. They must ensure that television really serves to entertain and also to do it well. Television should also actively collaborate in child education, or at least not to teach in a negative manner.

■ La télévision et l'enfance

La télévision a et aura, dans une mesure plus ou moins grande, une influence sur la façon d'être, de se comporter et de penser des nouvelles générations. Nous ne savons pas l'importance de cette influence, mais de toute manière, l'obligation des responsables –parents, école et télévisions– est de faire en sorte d'éviter de possibles influences néfastes. Il faut que la télévision serve réellement à divertir et qu'elle le fasse bien. La télévision devrait collaborer à l'éducation de l'enfance ou tout au moins faire en sorte de ne pas propager une mauvaise éducation.

La televisió ha acabat sent una necessitat. Necessitat de què? Estic d'acord amb la tesi de Neil Postman en el seu provocador llibre *Divertim-nos fins a morir*. La finalitat de la televisió és entretenir i és això el que ha de saber fer. Necessitem la televisió perquè és el mitjà de passar l'estona més còmode i barat, fins i tot més democràtic. Quan la televisió informa o pretén ensenyar coses, també ha de fer-ho sense avorrir i sense demanar gaire esforç. D'altra banda, l'instint ens fa canviar de canal i apagar la televisió. La superficialitat i la fragmentarietat dels programes televisius són fins a cert punt inevitables. Només cedint a aquestes condicions la televisió es pot aguantar.

La televisió entreté i la prova és que els teleaddictes més fidels són els infants. Diem que la televisió és el millor «cangur» o, com a mínim, la mainadera més senzilla i més econòmica. Però també ens preguntem: amb quines conseqüències? No és bo que els infants mirin massa televisió. Els priva de fer altres coses i els acostuma a no esforçar-se a escoltar, aprendre o imaginar. Tampoc no és bo que s'empassin tot el que la televisió els ofereix. Ni tot és adient per a infants, ni la televisió és precisament un model de bon entreteniment. Massa violència, massa publicitat, exhibició de formes de vida anacròniques i poc edificants. Hi ha programes infantils, exclusivament pensats per a infants, però aquests tampoc no són del tot satisfactoris. En conclusió, la televisió, que ha acabat sent, com deia, una necessitat, s'ha convertit també en una causa més dels maldecaps per a pares i educadors. Els nens volen mirar la televisió, està bé que la mirin, però amb moderació i no indiscriminadament. Qui se n'ha de fer responsable? ¿Només els pares, els quals, d'altra banda, no són gaire a casa? L'escola? I els que fan televisió? Quina és la seva responsabilitat?

Generalment, el tema es distorsiona. O bé es diu que la televisió no és tan important com pensem i que

els infants saben trivialitzar-la més que no pas els grans. Certament, per als nostres fills, la televisió no és una novetat, l'han vist des que van néixer i la donen per descomptada. D'altra banda, però, els més apocalíptics tendeixen a endimoniar la televisió i a atribuir-li tots els mals que succeeixen al nostre entorn: la delinqüència, el fracàs escolar, l'anorèxia, el passotisme; tot procedeix de la mala influència televisiva.

Com passa amb tot, s'ha de dir que els extrems sempre són exagerats. Segurament, la influència directa de la televisió en els comportaments no és tan greu com a vegades sembla, però és evident que un mitjà tan habitual alguna influència té i tindrà en la manera d'ésser, de captar-se i de pensar de les noves generacions. Quina? És difícil, si no impossible, predir-ho. Sigui com sigui, l'obligació d'uns i d'altres és procurar evitar possibles influències nefastes. Dit breument: fer que la televisió serveixi realment per entretenir i ho faci bé. La pregunta que ens hem de plantejar és, doncs, aquesta: en què consisteix fer bona televisió?, com fer una televisió que ens doni un mínim de tranquil·litat amb vista a l'educació dels infants?

Els límits de l'entreteniment són els mateixos que els límits de la llibertat d'expressió. La Constitució els indica clarament: el respecte a la intimitat de les persones i la protecció de la infància. Les lleis s'han fet ressò del manament constitucional i reproduïxen les mateixes limitacions en l'ordenament jurídic. Així, per parlar només de la darrera llei, la directiva europea de la «televisió sense fronteres» estableix que la publicitat o els programes infantils «no contindran imatges ni missatges que puguin perjudicar moralment o físicament els menors». El mandat de protegir la infància no és, doncs, exclusiu de pares i d'educadors. També els responsables de la televisió han de fer un esforç per tal d'evitar que els programes facin mal als menors.

Amb això la pregunta que ens fèiem només queda contestada a mitges. Perquè, què deu voler dir «perjudicar moralment els menors?». És fàcil saber o, si més no, arribar a esbrinar què els perjudica físicament. Però, i moralment? Quins són els criteris? Vivim en un món on la llibertat i el respecte als valors democràtics ha de combinar-se amb uns objectius

i valors a vegades poc compatibles amb els primers. La pressió econòmica de la indústria audiovisual, la necessitat de competir, fa perdre sovint els papers i el criteri. Massa sovint veiem com es busca l'audiència a qualsevol preu, inclosa l'audiència infantil, la qual, segons els experts, no és gens fàcil. Per tal d'assegurar la seva fidelitat al Club Super 3 cal, per exemple, no privar-los de mirar una Bola de Drac unànimement denunciada com a nociva per pares i mestres. Però els diners són els diners i, finalment, els diners manen.

Certament, la televisió ha de buscar l'audiència. Si no la té, perd la publicitat i el que fa no és rendible. D'altra banda, un programa que ningú no mira no serveix tampoc per entretenir, la qual cosa, com dèiem, és l'objectiu primordial. De tota manera, l'excusa de l'audiència i dels diners no és l'única que dóna una certa llicència als directius de les televisions per fer el que els sembla més rendible. Tenen una altra excusa en l'ambigüitat de la llei. És cert que la llibertat d'expressió està limitada pel deure de protegir la infància. Però, què és protegir la infància? ¿Algú pot demostrar realment que Bola de Drac és tan nociva com diuen? Davant del dubte, pensar que tot està permès és el camí més senzill. Som liberals, i si les restriccions legals a la llibertat no estan clares, qui ens podrà dir que el que fem no està ben fet?

Aquest és un dels problemes que les democràcies liberals tenen al damunt. Segons el meu parer, per tractar de resoldre'l només hi ha una via: l'ampliació de les llibertats ha d'anar acompanyada de l'èmfasi en el discurs de la responsabilitat. No tot ho tenim clar, per això necessitem el règim democràtic: per poder compartir punts de vista, per debatre opinions, per anar construint conjuntament el model de societat que volem.

És a dir, no hi ha només un responsable que les coses no es facin com cal. Allà on intervenen moltes persones, totes han de sentir-se responsables del resultat. I en l'educació dels infants, hi intervé molta gent. La família, per descomptat, però també l'escola, les polítiques lingüístiques, l'exemple professional i, per què no, la televisió. Encara que defensem que la funció de la televisió no és estrictament educar, haurem d'acceptar que la televisió no pot inhibir-se de la part que li toca en la tasca de

socialitzar la infància, que és una altra manera de parlar d'educació. A través de la televisió, els infants veuen i aprenen coses. El que cal és que això que veuen i aprenen no espatlli el que se'ls vol ensenyar per un altre costat.

Proposar-se aquesta fita, la de col·laborar en l'educació de la infància mitjançant la televisió –o, si som més modestos: procurar que la televisió no eduqui malament–, no consisteix només a subscriure un codi de bones intencions. Si és difícil acatar la llei, que té sancions externes, encara ho és més aplicar un codi, tan ambigu com la llei i desproveït de sancions. Fa uns quants anys, el Ministeri d'Educació va encapçalar una iniciativa que va ser teòricament acceptada per totes les televisions. Es va signar un codi referit a les programacions infantils, que després ningú no va respectar. No és suficient signar un paper. El que cal és comprometre's de veritat i voler actuar d'acord amb el paper. El que cal és voluntat.

Aquesta bona disposició hauria d'estar especialment avalada i representada per les televisions públiques. Tothom té la mateixa obligació de complir la llei. Però les televisions que són més essencialment un servei públic perquè es financien amb els diners de tothom, tenen l'especial obligació d'exercir un lideratge sobre les altres en les qüestions més complexes i discutibles. La de la programació infantil n'és una. Si creiem, com

deia abans, que la televisió és avui una necessitat, no és acceptable l'excusa que freqüentment esgrimeixen els seus responsables: si no us agrada el que fan, apagueu el televisor. No es tracta d'això, sinó d'intentar fer la millor televisió possible. Proposar-s'ho, si més no.

Tampoc no serveix l'excusa que finalment els responsables dels fills són els pares. És veritat que són ells els qui han de mesurar i valorar el que miren els seus fills. Però també ho és que hi ha pares poc preparats i que viuen en pèssimes condicions per fer-ho. La televisió pública té l'obligació de pensar en aquelles llars on la televisió és l'únic mitjà d'entreteniment possible. Ha de pensar en els infants que tenen més números per fracassar en els estudis i a tot arreu.

Si cal que hi hagi voluntat de fer les coses ben fetes, també és indispensable el diàleg. El dubte i la discrepància sobre què és el millor que cal fer constitueixen el terreny que sosté la democràcia. No és fàcil encertar el millor camí; ningú no té tota la raó, per això és imprescindible discutir les qüestions i confrontar els diferents punts de vista.

El comportament de les generacions futures depèn de moltes variables. Una de les quals és, sens dubte, la televisió. Val la pena no fer-la pensant exclusivament en el rendiment econòmic. **V.C.**

La publicitat de joguines adreçada als infants

Carles López Responsable de Documentació
Tècnica i Control Audiovisual del CAC
Mercé Mota Tècnica d'Estudis del CAC

■ La publicidad de los juguetes dirigida a los niños

Este artículo hace referencia a alguna de las conclusiones surgidas de la investigación La publicidad de juguetes durante de la campaña de Navidad, realizada por técnicos del CAC sobre una muestra de 710 horas de programación de siete cadenas hertzianas nacionales y estatales. A partir de este estudio, el Consejo de lo Audiovisual de Cataluña aprobó una serie de recomendaciones para la protección de los menores de formas y usos incorrectos en los programas publicitarios.

■ The advertising of children's toys and games.

This article provides news about one of the conclusions that came out of the research work Toy and games advertising during the Christmas period, which was carried out by CAC personnel based on a sample of 710 hours of programmes emitted by seven local and state television stations. As a result of this study, the Catalonia Audio-visual Council approved a series of recommendations for the protection of children from incorrect forms and uses of advertising programmes.

■ La publicité sur les jouets destinée aux enfants

Cet article informe sur un certain nombre de conclusions issues de l'étude à propos de la publicité sur les jouets pendant la campagne de Noël, réalisée par des techniciens du CAC à partir d'un échantillon de 710 heures de programmation de sept chaînes hertziennes nationales et étatiques. À partir de cette étude, le Conseil de l'Audiovisuel de Catalogne a approuvé une série de recommandations afin de protéger les mineurs des formes et des usages incorrects dans les programmes publicitaires.

«Perquè no és el benefici del nen ni el seu benestar el que determina els continguts de la televisió infantil (...).

És el lliure mercat el que determina el que és millor per als nens,

és a dir, els anuncis de joguines, el màrqueting que constitueix l'entorn dels programes amb més demanda (...).»

Informe de la Comissió Especial del Senat sobre continguts televisius (p.125)

Quan parlem de televisió, parlem d'una indústria de la comunicació. Indústria, perquè busca el benefici econòmic. Però també cultura, perquè emet opinions, valors, actituds i normes que, potser, arriben a influir en les opinions, valors, actituds i normes del receptor. De fet, la publicitat basa les seves impressionants xifres de negoci en el convenciment que un spot de televisió o un anunci de premsa sí que influeixen en la conducta del destinatari de l'emissió. I com a lògic corol·lari, governs i societat civil conclouen que cal tenir cura de quines actituds o quins valors són difosos per tal de protegir la societat –molt especialment els infants– dels mitjans –molt especialment de la televisió.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) aprovà el juny de 1997 un seguit de recomanacions sobre publicitat de joguines per tal de protegir els nostres menors de formes i usos incorrectes en els programes publicitaris. Les conclusions adoptades pel Consell es basaren en una investigació realitzada pels serveis tècnics del CAC (La publicitat de joguines durant la campanya de Nadal), partint d'una mostra de 710 hores de programació entre els dies 23 de desembre de 1996 i 6 de gener de 1997 sobre les set cadenes hertziennes nacionals i estatals. Aquí donem notícia d'alguna de les seves conclusions.

Las chicas son un rollo... ¡pero huelen tan bien!

Aquest és l'eslògan publicitari de la marca de colònia Barbie, producte que es pot trobar en tres fragàncies diferents de noms significatius: Sirena, Modelo i Princesa. (¿Podem pensar que es refereixen als tres papers proposats socialment a les nenes que es troben davant de la pantalla del televisor?) Les imatges de l'espòt també són significatives: un nen assegut en unes escales reflexiona sobre la idiosincràsia femenina («sólo juegan a las muñecas y cuando pelean, arañan») fins que passa per davant seu la nena que fan tan bona olor; el nen s'aixeca i la segueix.

L'estudi del CAC va catalogar aquest anunci com a discriminatori per raó del sexe en la mesura que assigna rols estereotipats a l'home-nen i a la dona-nena, i dibuixa una caricatura, no qüestionadora sinó reforçadora, dels rols socials d'ambdós sexes. És allò que qualifiquem com un estereotip: quelcom que s'adapta a un model o un patró fix de repetició, i que normalment representa una opinió simplista, una actitud afectiva o un judici irracional. (1)

Així, i és molt important subratllar-ho, no posar en qüestió la pervivència dels rols diferenciats per sexe suposa una forma més d'acceptació de conductes, de judicis o d'opinions sexistes. I, a més, en un tema tan transcendent com el de la publicitat per televisió i, en major manera, quan ens referim a la publicitat adreçada a infants.

Tant a nivell nacional com estatal i europeu, la no discriminació per cap raó, inclosa la de gènere o sexe, és un dels principis que fonen la legislació sobre mitjans de comunicació. Sembla important recuperar aquí, per concreta i assenyada, la Resolució del Consell de la Unió Europea sobre el tractament de la imatge de les dones i dels homes en la publicitat i els mitjans de comunicació (95C 296/06, de 5 d'octubre de 1995). En aquesta Resolució, el Consell declara la importància de la imatge de la dona en la publicitat per a l'educació dels menors d'edat: una Europa que vulgui eliminar la discriminació per raó del gènere ha d'educar (formalment i informalment) els seus infants en els valors de la igualtat. I, diu el text, «els estereotips lligats al sexe en la publicitat i en els mitjans de comunicació són un dels factors de desigualtat que influeixen en les actituds respecte de la igualtat entre dones i homes (...)». Aquest

posicionament no és, però, nou; tan sols feia una reflexió més extensa sobre la prohibició legal que existeix a la UE sobre la publicitat que inclou elements de discriminació pel que fa al sexe. (2)

Però, ¿realment podem dir que un espòt concret és sexista en el sentit que deseduca els infants en el valor de la igualtat? ¿Té sentit analitzar el sexisme en cada espòt? ¿No és més aviat el continuum del discurs televisiu o publicitari allò que s'hauria d'analitzar?

En tot cas, l'estudi del CAC va trobar elements de discriminació en el 45% dels espòts de joguines. L'acumulació de dades ens va dur a poder definir l'anunci tipus de productes tradicionalment de nena (majoritàriament nines i els seus complements) i l'anunci de productes de nens (cotxes en miniatura i ninots).

L'espòt, quan s'adreça a la nena, és de color rosa o bé de tons pastels. La veu en off que dóna la recomanació o canta les excel·lències del producte és, curiosament, de dona. I diem curiosament perquè altres estudis desenvolupats per aquests mateixos autors sobre el conjunt de la publicitat han trobat que més del 90% de les veus són masculines. Les protagonistes sempre són nenes que canten dolces melodies (valsos i polques semblen els formats preferits dels publicistes) o que parlen, gairebé sempre, amb diminutius: ojitos, manitas, bolsito, niño, bañerita, comidita. El llenguatge també ens mostra els tres àmbits socials i psicològics de la nena-dona: el cos i les accions del nadó, l'espai interior, i la llar i la fantasia.

Per contra, l'espòt per a nens està definit més per la negació que per l'afirmació de certs paràmetres. Així, se li ofereix un rang de rols socials molt més ampli, però se li nega sistemàticament l'accés a la nina. Formalment, no hi ha una associació determinant d'un color (en tot cas, mai no apareix el color rosa), però sí amb la veu en off masculina. El llenguatge, lògicament, mai no farà servir els diminutius, sinó al contrari: verbs i adjectius que demostren força i poder. Els missatges principals que transmeten s'associen a tres idees directives: l'acció (i els conceptes d'espectacularitat, velocitat, verbs de domini com ara construir i controlar); la força (valentia, força física, poder, figures com ara el guerrer i el malvat, verbs com ara destruir i arrasar); el triomf

(la competició, la idea de poder aconseguir tot allò que es vol amb el propi esforç).

En definitiva, se'n deduiria la contraposició, tan criticada pels col·lectius que propugnen la igualtat de rols entre els gèneres, entre l'espai interior (per a la dona: llar i sentiments) i l'espai exterior (per a l'home: competició social i acció).

Shogun Megaforce. ¡Fuerte, muy fuerte!

D'aquesta manera, acaba un espot de ninots fantàstics en miniatura que pertanyen a la sèrie dels Power Rangers. Des del començament d'aquest anunci, es manifesta clarament el caràcter del producte: comença amb el so d'una explosió mentre a la pantalla apareix el logotip dels productes i de la sèrie de televisió Power Rangers. Sobre una música de guitarra elèctrica que podríem qualificar de propera al heavy metal, se succeeixen una sèrie de plans que canvien ràpidament i que denoten situacions de velocitat. La veu en off, masculina, transmet agressivitat mitjançant el to i les paraules (poder, invencible, refuerza su poder).

Aquest programa publicitari s'ha entès, des de l'estudi esmentat, com a continent d'elements de violència. La definició operativa de violència aplicada per aquests autors es refereix a qualsevol acte destinat a ferir o matar, com també les amenaces en el mateix sentit cap a un ésser humà o animal; s'inclou l'agressivitat verbal.

Les teories sobre la influència de la representació de la violència a la televisió en els menors d'edat són tan nombroses com contradictòries. Des de la teoria de la catarsi (la contemplació de la violència canalitza positivament els impulsos agressius de l'individu) fins a les teories de l'aprenentatge o del reforç, es pot afirmar que qualsevol postulat té un ampli recolzament teòric. En tot cas, el que ara ens interessa aquí és caracteritzar la publicitat de joguines agressiva, no tant discutir sobre la seva influència en l'infant.

En la mostra estudiada pel CAC, un 10% dels programes publicitaris presentaven elements de violència. Amb un seguit de característiques comunes que considerem significatives. En primer lloc, es detecta una especial relació entre presència d'elements violents i les tipologies de ninots i vehicles en miniatura. Si ens fixem en l'actor protagonista,

sempre que hi ha un personatge humà es tracta d'un nen. La veu en off, igualment, sempre és masculina. Amb aquestes dades, ens podríem preguntar per què els productes que tradicionalment s'han associat als nens tenen una relació quantitativament significativa amb l'agressivitat. També ens podríem demanar si cal que un cotxe teledirigit s'anomeni Aggressor i que la narració de l'espot es basi en la lluita dels nens i del cotxe contra un personatge de fantasia (veu en off masculina i en to agressiu).

«Scum!» (cop de puny d'un ninot); «Shhhhh» (el ninot que vola)

Són dos exemples d'atribució de sons realment inexistent a les joguines. Així, l'infant, quan fa que el Dragon Flyz, que és el bo, doni un cop de puny al Drag Wing, que és el dolent, espera sentir aquest cinematogràfic «scum!» –un so que, evidentment, no proporciona el plàstic. Tot seguit, els fa volar, com a la televisió, però tot i que s'eleven no fan «shhhh», com a la televisió. L'infant també s'adonarà que, en obrir la capsula de la gallina Coc-Coc, aquesta no pot aixecar les celles i menys per ella mateixa, o que els paratges per on es pot conduir l'Air Devil (un cotxe teledirigit) mai no seran tan suggerents com l'animació virtual que l'acompanya en l'anunci. Això sí, molts d'aquests anuncis avisen els infants que es tracta d'animació figurada en una llegenda que creua la pantalla durant un temps que va dels dos als quatre segons.

La temptació publicitària a desplegar tota l'artilleria de coneixements del llegatge audiovisual en els espots de joguines sembla, doncs, massa forta i sovint supera la consciència que va dirigida a persones encara no formades completament. La legislació europea dedica un article a protegir els menors dels seus adults quan es dediquen a la publicitat o a la venda de joguines (article 16 de la DTVSF): en cap cas no s'ha de fer creure a l'infant que el producte que s'anuncia té característiques que en realitat no té. Igualment, la separació entre publicitat i programació ha de ser exquisidament rigorosa en cas que ens adrecem a menors. Els mateixos col·lectius professionals (publicitaris, fabricants i algunes televisions) han anat més enllà en la protecció dels infants que la mateixa legislació, mitjançant els codis d'autoregulació.

La realitat, que en el nostre cas es refereix a la mostra analitzada en l'estudi, ens mostra que un de cada set espots incorre en alguna forma d'abús de la credulitat del menor: l'animació figurada, la barreja entre imatges reals i filmacions, o la deficient identificació i separació de la publicitat respecte de la programació.

En conclusió: Mediterráneo, juguetes para compartir

Nens i nenes descobreixen l'artista que hi ha dins de cadascú; descobreixen junts els secrets de l'arquitectura i ressegueixen l'origen de l'espècie humana. Els papers, igualitaris; l'eslogan, educador, segons l'article primer de la LOGSE (Llei d'Ordenació General del Sistema Educatiu). La renúncia a l'agressivitat i a l'animació figurada no elimina la fantasia de trobar l'origen de l'home (i de la dona) o de construir catedrals.

És un exemple. N'hi ha d'altres: el paper igualitari del nen i de la nena en els espots del Supercomputer i el Megacomputer d'Educa, o de les pissarres

màgiques Magic Color i Magna Doodle. I, a més, en cap cas no trobem veus agressives ni animació figurada.

Un altre exemple d'espots respectuosos amb els menors: les construccions Robotix. I amb un eslògan que ens agradaria adreçar a fabricants i publicistes: L'únic límit és la teva imaginació. Imaginació per no haver de recórrer al fàcil recurs de l'animació figurada; imaginació per inventar formes de compartir les nines i els cotxes entre els nens i les nenes; imaginació per recrear situacions de cooperació i de no agressivitat. Tot el que pots fer està al teu abast. **C.L. - M.M.**

Notes

- (1) La definició d'estereotip correspon a Michel Andréé, citat per Maria de Borja a El sexisme a les joguines, ICD, 1993, pàg. 24.
- (2) La Directriu 89/552/CEE, de 3 d'octubre, coneguda com a Televisió sense fronteres, en el seu article 12b, i la Llei 25/1994, de 12 de juliol, de transposició de la Directriu a l'ordenament jurídic espanyol, en l'article 9, estableixen que la publicitat no pot discriminar per raó de sexe.

El desenvolupament de la televisió per cable

Jordi Conde Professor de Dret Constitucional de la Universitat de Barcelona i Secretari del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

■ El desarrollo de la televisión por cable

Descripción de la situación actual –estructural y legislativa– de la televisión por cable en Cataluña y de sus perspectivas a corto plazo. Ante la previsión de sensibles cambios en la estructura del mercado televisivo debido al incremento y diversificación de la oferta, sería precisa una reglamentación que permitiese eliminar las incertidumbres derivadas de un marco regulador incoherente y parcialmente contradictorio.

■ The development of cable television.

A description of the current situation, the structure and the legislation, of cable television in Catalonia and its short term prospects. When faced with the notable structural changes within the television market as a consequence of the increase and diversification of the offer, regulation is required that will remove any uncertainty that derives from an incoherent and partially contradictory legal framework.

■ Le développement de la télévision par câble

Description de la situation actuelle –structurelle et législative– de la télévision par câble en Catalogne et de ses perspectives à court terme. Devant la prévision de changements sensibles concernant la structure du marché télévisuelle suite à l'augmentation et à la diversification de l'offre, il faudrait une réglementation qui permette d'éliminer les incertitudes dérivées d'un cadre réglementaire incohérent et partiellement contradictoire.

Convergència i competència entre les diverses modalitats de televisió

A partir dels anys vuitanta les noves tecnologies han transformat profundament els mitjans de comunicació. La fibra òptica i la digitalització han possibilitat un desenvolupament exponencial dels sistemes d'emmagatzematge, processament i transmissió de la informació i han obert la perspectiva de la convergència entre les xarxes i infraestructures i els aparells terminals o receptors, la qual cosa apunta de manera directa la convergència dels serveis presents a través de les xarxes i de les empreses prestadores d'aquests serveis (Negroponte, 1995; Majó, 1997).

L'impacte de les noves tecnologies ha estat especialment sensible en l'àmbit de la televisió, que ocupa una posició central i hegemònica, pràcticament indiscutida, dins el sistema informatiu (Giordano i Zeller, 1996). El desenvolupament de les emissions directes per satèl·lit, per cable i, properament, la televisió digital terrestre, ha tingut com a conseqüència immediata la multiplicació de les emissores i dels canals existents, la qual cosa ha modificat, o està en curs de fer-ho, els models televisius vigents fins ara, models basats sense excepció en l'existència d'una o diverses televisions generalistes adreçades a una audiència homogènia.

La multiplicació de canals comporta una autèntica explosió de la programació, és a dir, un increment de l'oferta televisiva, tant pel que fa referència a les fonts com als missatges. La programació i els missatges especialitzats s'adrecen a unes audiències fragmentades i diferenciades, la qual cosa altera la tradicional consideració dels mitjans de comunicació de masses. Com ha estat justament subratllat en un recent estudi, les característiques del missatge determinaran cada vegada més les característiques del mitjà. S'inverteix així la clàssica proposició de McLuhan, ara el missatge és el mitjà (Castells, 1997).

Tots aquests canvis incideixen igualment en l'organització empresarial de les televisions, fent entrar en crisi, al menys parcialment, les fonts tradicionals de finançament i els criteris organitzatius de la televisió generalista i gratuïta. Les noves modalitats de la televisió de pagament redueixen, o fins i tot eliminen, la funció estratègica de la graella de programació, donant lloc a l'autoprogramació (Richieri, 1994).

En aquest context, la competència entre empreses de televisió assoleix una dimensió global i es manifesta també en forma de competència entre diverses tecnologies. La televisió per cable i per satèl·lit redueixen la quota de mercat de la televisió hertziana, però, al mateix temps, competeixen entre elles per fer-se amb el mercat de la televisió de pagament. La propera implantació de la televisió digital terrestre complicarà encara més el paisatge televisiu.

En el nostre país el sorprenentment ràpid creixement de la televisió per satèl·lit sembla haver suposat un fre relatiu a la implantació de la televisió per cable. En un any de funcionament, la primera de les plataformes digitals, «Canal Satellite Digital», ha assolit més de 310.000 abonats, i es preveu que assoleixi els 600.000 abonats al llarg de 1998. Això posa de manifest, si més no, l'existència d'una forta demanda de televisió de pagament.

Certament, la generalització de la televisió per satèl·lit es beneficia de la rapidesa i el reduït cost de la tecnologia necessària. Per contra, la televisió per cable implica uns costos molt elevats com a conseqüència de les inversions que requereix la construcció de la xarxa i a més requereix un ritme d'implantació molt més lent. No obstant això, les xarxes de telecomunicacions per cable de fibra òptica presenten avantatges comparatius enfront del satèl·lit, tant pel que fa a la disponibilitat d'un mitjà de transmissió no afectat per la saturació i permanentment instal·lat sobre el territori, com pel que fa, molt singularment, a la seva aptitud per a vehicular tot tipus de comunicacions de manera interactiva.

El desenvolupament del cable abans de la LTC

El punt de partida del desenvolupament planificat de la televisió per cable es pot situar en l'any 1995, data

en la qual s'aprova, després d'un accidentat iter legislatiu, la Llei de telecomunicacions per cable. Antecedents remots d'aquesta Llei han estat l'Ordre de 13 de març de 1970 sobre televisió per cable i circuits tancats de televisió i l'Acord subscrit el 10 d'agost de 1972 entre la Direcció General de Radiodifusió i Televisió i la CTNE, que no van donar lloc a resultats pràctics apreciables. Fins l'any 1995, a l'empara de l'absència de regulació, es van desenvolupar diverses iniciatives d'àmbit estrictament local.

A Catalunya la primera població en disposar d'una xarxa de cable fou Vilada a l'any 1983. Posteriorment, es varen instal·lar xarxes en el casc antic de Girona (1984), l'Escala (1984), Camprodon (1985) i diverses urbanitzacions de Girona mateix (1986). A Barcelona, l'Ajuntament va promoure, a través de l'empresa Iniciatives Empresariales, SA, la constitució de Barcelona Cable, SA (1986), l'objecte de la qual era estudiar la viabilitat tècnica, econòmica i jurídica d'instal·lar un sistema de cable en la ciutat i la seva àrea metropolitana.

Tot i que, a l'igual que va ocórrer als Estats Units, les primeres xarxes de cable foren instal·lades per resoldre els problemes que representava la recepció hertziana, ben aviat es va fer patent que les telecomunicacions per cable es configurarien en el futur com un dels components essencials d'una política comunicativa més àmplia (Gifreu, 1988). Prova d'això són les referències a les xarxes de cable contingudes en el Llibre Blanc sobre les Telecomunicacions a Catalunya (1991) i en la prova pilot de televisió per cable que l'Ajuntament de Barcelona va posar en marxa i en la qual es preveia donar servei a 20.000 llars en una primera fase.

En tot cas, l'impuls decisiu per a la reglamentació de la televisió per cable fou la sentència del Tribunal Constitucional 31/1994, de 31 de desembre, que davant la inexistència d'una normativa sobre la matèria va emparar el dret dels demandants, una empresa d'àmbit local, a l'exercici de l'activitat d'emissió de televisió per cable. Després de diverses vicissituds, la Llei de telecomunicacions per cable fou aprovada el 22 de desembre de 1995 i el seu Reglament de desenvolupament el 13 de setembre de 1996, restant fixades les bases per al desenvolupament ordenat de la televisió per cable.

La configuració del mapa del cable

L'opció del legislador ha estat reglamentar de manera unificada tots els serveis de telecomunicacions per cable, entre els quals s'inclou la televisió. Els serveis de cable es configuren com a serveis públics que es presten en règim de concessió, la qual cosa planteja alguns dubtes pel que fa a la qualificació de la televisió per cable com a servei públic (Quadra-Salcedo, 1997; Calvo, 1997).

En qualsevol cas, es tracta d'un servei que es presta per demarcacions territorials en les quals podran existir fins a dos operadors: Telefònica de España, SA, habilitada directament per la llei; i l'adjudicatari del corresponent concurs.

La delimitació de les demarcacions poden fer-la els propis Ajuntaments, les Comunitats Autònomes o el Ministeri de Foment. La Llei fixa el nombre mínim i màxim d'habitants de cada demarcació que haurà d'abastar una població mínima de 50.000 habitants i no podrà superar, almenys inicialment, els 2.000.000 d'habitants. La configuració, pràcticament conclusa, del mapa de demarcacions territorials sembla donar la raó als qui en el seu moment varen optar per la conformació de demarcacions àmplies com a garantia d'universalització del servei i mesura de reequilibri territorial.

El mapa del cable resta configurat a partir de 38 demarcacions, de les quals 16 són d'àmbit municipal, 9 són d'àmbit supramunicipal i 13 d'àmbit autonòmic. Com a mecanisme de tancament del sistema la Llei preveu que, a partir de l'1 de gener de 1998, el Ministeri de Foment pugui crear noves demarcacions o ampliar les existents.

Fins al moment s'han atorgat 14 concessions i es preveu que en el mes de maig es completarà el quadre, quan s'adjudiquin les demarcacions, els concursos de les quals resten encara pendents de convocatòria. El procés concessional ha posat de relleu l'existència de dos grups que s'han repartit el mercat: el grup encapçalat per Cableuropa, que ha obtingut les llicències de les demarcacions de Cadis, València, Palma de Mallorca, Múrcia, Albacete i el Puerto de Santa María, i el grup encapçalat per Endesa, que ha resultat adjudicatari de les llicències de Castella i Lleó, Sevilla, Oviedo, Gijón, Avilés, Andalusia I (Almeria, -llevat de la capital-, Granada i Jaén),

Andalusia II (Màlaga i Còrdova) i Andalusia III (Sevilla, llevat de la capital). La demarcació de Vélez-Málaga ha estat adjudicada a un operador local independent. Les tres demarcacions de Catalunya constitueixen una singularitat atès que en la societat adjudicatària, Cable i Televisió de Catalunya, SA, hi participen tant Cableuropa (20%) com Endesa (15%).

En conjunt, les inversions compromeses pels operadors superen els tres-cents mil milions de pessetes i, quan s'adjudiquin les tres demarcacions de Madrid, que juntament amb la de Catalunya són les més importants, les inversions compromeses superaran el mig bilió de pessetes. Telefònica de España, SA ha obtingut llicència en totes les demarcacions, tot i que no podrà començar la prestació del servei fins als 16 mesos des de l'adjudicació de la corresponent llicència al segon operador de la demarcació.

La televisió per cable a Catalunya

La demarcalització de Catalunya ha estat fruit de l'acord assolit el 21 de març de 1996 entre la Generalitat de Catalunya, la Federació de Municipis de Catalunya i l'Associació Catalana de Municipis. En virtut d'aquest acord, l'Ajuntament va constituir la demarcació de Barcelona el 16 d'abril de 1996 i el Govern de la Generalitat va aprovar la constitució de les altres dues demarcacions, Catalunya Nord-est i Catalunya Oest, el 23 de juliol de 1996. Convocats els concursos per sengles ordres de 14 de gener de 1997, Cable i Televisió de Catalunya, SA (CTC) ha resultat l'empresa adjudicatària de la segona llicència d'operador de telecomunicacions per cable, en les tres demarcacions. La demarcació de Barcelona està en curs d'ampliació mitjançant la incorporació dels municipis de Badalona, Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet.

L'oferta presentada per CTC preveu la prestació de serveis de televisió per cable, serveis d'accés a Internet, serveis de telefonia i serveis portadors. Pel que fa a la televisió per cable, la prestació d'aquest servei adopta diverses modalitats. L'anomenat servei bàsic, permet a l'usuari rebre tots els canals usuals de la televisió hertziana, entre els quals s'inclouen els canals de recepció obligatòria i, almenys, vint canals addicionals. La retransmissió obligatòria dels

canals hertzians, d'àmbit estatal, autonòmic i local, és una previsió inspirada en les must-carry rules nord-americanes i que ha estat objecte d'una valoració crítica (Calvo, 1997). Efectivament, si l'obligació de retransmetre els canals públics encara pot tenir alguna justificació, no passa el mateix amb relació als canals gestionats per empreses privades, per la qual cosa la funció de la norma és purament i simplement protegir un determinat tipus de modalitat televisiva. A més del servei bàsic, es preveu la prestació del servei de pagament per visió, que possibilita que l'usuari pugui comprar programació per impulsos i dels denominats canals premium, que permeten l'accés a canals temàtics d'alta qualitat que no estan inclosos en el paquet bàsic. Així mateix es preveu la posada en marxa d'un servei bàsic ampliat, que inclou un paquet de cinc canals d'entreteniment i temàtics i la prestació de serveis de vídeo quasi sota demanda, a partir del cinquè any, i de vídeo sota demanda, a partir del novè any de la concessió.

Tots aquests serveis comporten, sens dubte, la introducció d'una flexibilitat més gran en el consum de productes televisius i se situen en un punt intermedi de la transició d'una lògica econòmica basada en l'oferta a una lògica basada en la demanda. Així, llevat dels serveis de vídeo quasi sota demanda i de vídeo sota demanda (la prestació dels quals es difereix encara uns anys) en què el pagament es relaciona directament amb el consum, en els altres serveis el pagament es relaciona no amb el consum sinó amb la disponibilitat de determinats programes, en règim d'exclusivitat o no.

L'oferta de continguts de CTC està composta per senyals catalanes (3,1%), espanyoles (53,1%), de la Unió Europea (37,5%) i de la resta del món (6,3%), subministrada al cent per cent per programadors aliens a l'operador de cable. L'estatut dels programadors independents, als quals la llei reserva el 40% de la capacitat de l'oferta audiovisual, pràcticament no ha estat desenvolupat, malgrat que aquesta previsió constitueix la més garantia eficaç del pluralisme (Quadra-Salcedo, 1997). Tot i això, el cert és que fins ara els fenòmens de concentració vertical són més aviat escassos. Els operadors de cable semblen molt reticents per invertir en producció audiovisual i en la compra de drets i les empreses de producció

audiovisual o que titularitzen els drets d'emissió es manifesten contràries a la inversió en infraestructures i xarxes (Álvarez Monzoncillo, 1997).

Segui com sigui, tota la programació i la publicitat emesa per la televisió per cable resta sotmesa a la Llei 25/1994, de transposició de la Directriu de Televisió sense fronteres, que ha estat objecte d'una recent modificació, i a la Llei 8/1996, del Parlament de Catalunya, reguladora de la programació audiovisual distribuïda per cable. Cal destacar que aquesta última Llei ha introduït determinades obligacions en matèria de doblatge o subtitulació de pel·lícules, sèries televisives o documentals, (que s'han d'oferir simultàniament en català) i d'emissió d'obres en llengua catalana (12,5% de les obres originàries). El control i l'eficàcia d'aquestes previsions esdevé, si més no, problemàtic, atès que l'operador es configura de facto com un common carrier que basa la seva oferta en programació aliena sobre la qual no detenta cap mena de control editorial.

D'altra banda, en compliment de les prescripcions de la Llei 8/1996, l'oferta de CTC incorpora una tecnologia implícita al descodificar que aporta una funció de bloqueig de determinats programes i/o canals. Aquesta tecnologia de «bloqueig infantil» o de «control patern» evita l'haver de confinar determinats programes que es puguin considerar perjudicials per als menors a determinats horaris i incrementa la capacitat d'elecció de l'usuari, traslladant la responsabilitat de l'emissor al receptor.

Perspectives a curt termini

En el seu conjunt, el desenvolupament de la televisió per cable tot just està començant. Pel que fa a Catalunya, d'acord amb les previsions de l'operador, al llarg de 1998, un total de 112.000 llars estaran en disposició de connectar-se a la xarxa de cable en les tres demarcacions, la qual cosa representa una inversió de 13.700 milions de pessetes per tal d'estendre la xarxa. Cal preveure, per tant, que al llarg d'aquest període es produeixin sensibles canvis en l'estructura del mercat televisiu a Catalunya com a conseqüència de l'increment i la diversificació de l'oferta, tot tenint present l'existència d'una forta demanda de televisió de pagament. Aquests canvis plantegen ja, amb relativa urgència, la necessitat de

configurar un nou model audiovisual que, des de la perspectiva institucional, haurà de pivotar sobre una reglamentació que permeti eliminar les incerteses derivades d'un marc regulador incoherent i parcialment contradictori. **J.C.**

Bibliografia

Álvarez Monzoncillo, José Ma (1997): La producción audiovisual y las nuevas formas de consumo audiovisual a S. Muñoz Machado (ed.), Derecho Europeo del Audiovisual, Madrid, Escuela Libre Editorial.

Calvo, María (1997): La televisión por cable, Madrid, Marcial Pons.

Castells, Manuel (1997): La era de la información. Vol. 1. La sociedad red, Madrid, Alianza Editorial.

Gifreu, Josep (1998): La comunicació per cable a Catalunya, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans.

Giordano, Eduardo y Zaller, Carlos (1996): Políticas de televisión a España. Model televisiu i mercat audiovisual. Barcelona, Fundació Jaume Bofill.

Llibre Blanc sobre les Telecomunicacions a Catalunya (1991), Barcelona, CIDEM-Generalitat de Catalunya.

Majó, Joan (1997): Chips, Cables y Poder, Barcelona, Planeta
Negroponte, Nicholas (1995): El mundo digital, Barcelona, Ediciones B.

Quadra-Salcedo, Tomàs (1997): Los programadores independientes y el estatuto de la empresa audiovisual a S. Muñoz Machado (ed.), Derecho Europeo del Audiovisual, Madrid, Escuela Libre Editorial.

Richieri, Giuseppe (1994): La transición de la televisión, Barcelona, Bosch.

Notícies

Formació de teleespectadors reflexius.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha presentat, recentment, en públic, un conjunt de material adreçat, especialment, a la població escolar i que té per finalitat la formació de teleespectadors reflexius i crítics. El material consisteix en tres cintes de vídeo, acompanyades de les corresponents guies didàctiques, amb suggeriments per treballar dins l'aula aspectes relacionats amb el món televisiu, en el camp de la publicitat, els informatius i els relats de ficció. No es tracta de cintes amb programes autònoms de caràcter expositiu, sinó d'un material que només té sentit com a suport de sessions d'autoaprenentatge, és

a dir, de participació activa de l'alumne. Sota la coordinació de Joan Ferrés, professor de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra, han treballat en el projecte Joan Sabaté, creatiu publicitari i professor de la Universitat Ramon Llull; Xavier Obach, realitzador d'informatius a Televisió Espanyola; i Anna Solà, del col·lectiu Drac Màgic.

Convenis per estimular la recerca amb les universitats catalanes.

El Centre d'Investigació de la Comunicació, adscrit al Consell de l'Audiovisual de Catalunya, ha establert convenis amb tres universitats catalanes –l'Autònoma, la Pompeu

Fabra i la Ramon Llull– per promocionar la recerca en el camp de la comunicació social. A través d'aquests convenis, les tres universitats esmentades es comprometen a elaborar uns projectes determinats. Concretament, un equip de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Ramon Llull, integrat per comunicòlegs, psicòlegs, sociòlegs i periodistes, ha elaborat una anàlisi qualitativa de la violència a la televisió. Aquest equip de recerca està integrat pels professors Sue Aran Ramspott, Jordi Busquet Duran, Pilar Medina Bravo i Llúcia Oliva de la Esperanza. Per la seva banda, un equip de professors del Departament de Periodisme i Comunicació

Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra elaborarà un estudi sobre la imatge de Catalunya a les televisions de l'Estat espanyol. L'equip investigador està format pels professors Xavier Ruiz Collantes, Enric Saperas i Eva Pujadas. I, finalment, un equip de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona elaborarà un estudi sobre Fonaments de la televisió pública a l'era digital. Les seves característiques diferencials respecte a la televisió privada. L'equip investigador està dirigit per Miquel de Moragas i Emili Prado, i format per Matilde Delgado, Núria Garcia, Amparo Huerfetas, Gemma Larrécola i Bernat López.

El tractament periodístic dels judicis per televisió

Agustí Pons Periodista

■ El tratamiento periodístico de los juicios por televisión

El Consejo de lo Audiovisual de Cataluña (CAC) ha elaborado un triple informe y un dictamen, presentado ante el Colegio de Abogados de Barcelona, acerca del tratamiento periodístico de los juicios por televisión. Esta iniciativa del CAC ha permitido que magistrados, abogados y periodistas dispongan, tras una reflexión conjunta, de un primer texto que recoge, por primera vez en España, los problemas legales y éticos suscitados por la aparición de los juicios paralelos en las programaciones televisivas.

■ The treatment of televised trials by journalists.

The Catalonia Audio-visual Council (CAC) has prepared a triple report and an opinion on the treatment of televised trials by journalists, which was presented before the Barcelona College of Lawyers. This initiative of the CAC has allowed magistrates, lawyers and journalists to possess, for the first time in Spain, an initial text that brings together the legal and ethical problems that have arisen from the appearance of parallel trials on television.

■ Le traitement journalistique des jugements à la télévision

Le Conseil de l'Audiovisuel de Catalogne (CAC) a élaboré un triple rapport et un compte-rendu, présentés à l'Ordre des Avocats de Barcelone, sur le traitement journalistique des jugements à la télévision. Cette initiative du CAC a permis aux magistrats, aux avocats et aux journalistes de disposer, après une réflexion commune, d'un premier texte qui recueille pour la première fois en Espagne les problèmes légaux et éthiques suscités par l'apparition des jugements parallèles dans les programmations télévisées.

La celebració del judici contra un dels presumptes autors dels assassinats, comesos l'any 1993, de tres noies de la localitat valenciana d'Alcàsser va provocar, al llarg de la primavera i l'estiu de 1997, l'aparició d'un fenomen mediàtic ja conegut en altres àmbits geogràfics però en el qual encara no havien entrat les televisions que operen a l'Estat espanyol. Ens referim als anomenats judicis paral·lels, és a dir, a l'emissió, en paral·lel a les sessions públiques del judici, de programes televisius que, recollint imatges d'aquestes sessions, celebren la seva pròpia vista, amb aportació de proves i de testimonis –que poden arribar a ser els qui aquell mateix dia han comparegut davant del jutge o els qui hi compareixeran l'endemà del programa– i que poden arribar a establir, explícitament o implícita, unes conclusions on apareguin culpables i innocents que no tenen per què coincidir amb el veredict que, finalment, emeti el jurat o el jutge. Si als Estats Units el judici contra O. J. Simpson havia aconseguit una audiència televisiva sense precedents, a Espanya diversos programes televisius i, d'una manera molt especial, el programa «Esta noche cruzamos el Mississipi», conduït pel periodista Pepe Navarro, es va configurar de seguida com un espai que, seguint els passos d'aquell episodi nord-americà, intentava aconseguir, gràcies al judici contra un dels presumptes assassins de les nenes d'Alcàsser –finalment, condemnat i, per tant, a hores d'ara ja no presumpte–, un impacte mediàtic sense precedents. I va ser així en bona part.

En la seva reunió plenària del 7 de juliol de 1997, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va acordar encarregar tres informes sobre el tractament televisiu del judici d'Alcàsser que recollissin les diverses perspectives dels sectors professionals més directament implicats: la magistratura, els mitjans de comunicació i l'advocacia. Aquests informes van ser elaborats pel magistrat Miguel Ángel Gimeno, el periodista Vicenç Villatoro i l'advocat Marc Palmés.

Era lògic que el Consell mostrés la seva preocupació per les característiques, i les possibles conseqüències, de determinats tractaments periodístics que s'havien donat en relació amb el judici del crim d'Alcàsser, atès que en aquestes informacions confluen dos dels drets que d'una manera més sensible i més directa configuren una societat democràtica: el dret a la informació, que forma part del dret a la llibertat d'expressió, i el dret de la societat d'autofornir-se d'un sistema judicial independent i autònom, no sotmès a pressions polítiques o mediàtiques que puguin arribar a alterar la seva imparcialitat.

La presentació del triple informe, i del dictamen subsegüent elaborat pel Consell de l'Audiovisual, es va fer en el curs d'una sessió acadèmica celebrada a la seu del Col·legi d'Advocats de Barcelona, que va ser seguida per nombrosos professionals del periodisme i de l'advocacia. Els resums que en dies posteriors en van fer els mitjans de comunicació, i l'edició tant dels informes com del dictamen en una única publicació titulada La celebració dels judicis i el seu tractament televisiu, van multiplicar el ressò de la iniciativa del Consell i van demostrar fins a quin punt la societat espanyola, o si més no els seus sectors més preocupats per la situació i l'evolució de les llibertats democràtiques i dels fonaments de l'Estat de Dret, es trobava sensibilitzada enfront de problemes com els que plantejaven el tractament televisiu dels judicis públics. En les setmanes posteriors a la publicació de l'informe i del dictamen, el president del CAC, Lluís de Carreras, va ser convidat a assistir a diverses reunions d'experts; una d'aquestes va ser el simposium convocat per l'Associació Balear de Juristes sota el títol Periodisme, justícia i societat.

El dictamen del Consell –que el lector interessat trobarà reproduït, juntament amb la resta dels que han estat aprovats des de la creació del CAC– admet que la pressió mediàtica sobre l'Administració de Justícia és «lícita» i que, per tant, cal que aquesta s'hi acostumi i adopti les mesures pertinents –per exemple, el nomenament d'un portaveu que informi a cada moment, «i sense cap mena d'ocultisme», de la situació dels diversos tràmits del procés. Però, a la vegada, el dictamen insta els mitjans de comunicació a adoptar una sèrie de mesures precautòries que, sense posar en perill el principi de la

llibertat d'expressió, respectin algunes premisses indispensables per al bon funcionament de la justícia. Per exemple, que s'abstinguin de programar la intervenció de les persones que constitueixen mitjans de prova i de les quals ha de valer-se el tribunal –i, en aquest punt, el dictamen fa una especial referència als perits i als testimonis–, i que tinguin en compte que aquestes persones que actuen com a mitjans de prova no ho fan voluntàriament, sinó en virtut d'una prescripció legal o d'una ordre judicial, i que, per tant, tenen el dret a salvaguardar la intimitat i la seva pròpia imatge. Després d'altres consideracions sobre la protecció especial que mereixen els infants i els adolescents, i d'advertir dels perills de determinades pràctiques –per exemple, la reconstrucció fictícia dels fets que són objecte de judici– i, també, de la necessitat de confondre la informació amb l'opinió, el dictamen acaba advocant per l'autoregulació de la pròpia professió periodística. En aquest sentit, advoca per la creació d'una ponència conjunta del Col·legi d'Advocats i del Col·legi de Periodistes que hauria d'elaborar un esborrany d'aquestes normes d'autoregulació. Entre aquestes normes d'autoregulació, podria contemplar-se que la instància que es determini de comú acord entre tots els mitjans pugui aparèixer en el mitjà que hagi transgredit les normes, com a garantia del seu compliment. En aquest sentit, el dictamen del Consell s'inscriu en una línia molt propera a la mantinguda, pel que fa a temes deontològics, per aquells dos Col·legis professionals, un dels quals, el de Periodisme, ha aprovat, fa relativament poc temps, un Codi ètic, únic a nivell de l'Estat espanyol, el qual, en termes menys específics, expressa una preocupació semblant.

Les quatre propostes que van signar conjuntament els autors dels tres informes encarregats pel CAC –és a dir, el magistrat Miguel Ángel Gimeno, el periodista Vicenç Villatoro i l'advocat Marc Palmés– s'inscrivien en aquesta mateixa direcció. Concretament, en aquestes quatre propostes es demana que per part de les institucions i dels mitjans de comunicació es faci una labor didàctica i de divulgació assenyalant al ciutadà que, malgrat les errades de l'Administració de Justícia, només a través del procés s'obtenen les garanties d'enjudiciament. També s'assenyala que cal establir una política informativa per als judicis que

conciten una important atenció col·lectiva per tal d'evitar els judicis paral·lels, però també per tal d'evitar la desinformació i l'ocultisme. Es considera que caldria una iniciativa legislativa adreçada a limitar la intervenció davant els mitjans de comunicació, i mentre duri el judici, d'aquelles persones que constitueixen mitjans de prova i de les quals ha de valer-se el Tribunal. I, finalment, s'estableix que, per evitar una política informativa basada en limitacions i prohibicions poc adients a una llibertat d'expressió i informació, cal una fórmula d'autoregulació dels propis periodistes i mitjans audiovisuals, mitjançant el compromís públic d'acceptació d'un codi de mínims que dibuixin unes regles de joc similars a les marcades en el Codi Deontològic dels Periodistes de Catalunya.

També es considera la possibilitat que el CAC, el Col·legi de Periodistes o el Col·legi d'Advocats puguin formular judicis de valor sobre determinades actuacions i fer-los públics a la manera de sanció moral.

En definitiva, la iniciativa del CAC ha permès que magistrats, advocats i periodistes disposessin, després d'una reflexió conjunta, d'un primer text articulat que recull, per primera vegada a Espanya, els problemes legals i ètics suscitats per l'aparició dels judicis paral·lels en les programacions televisives. Un text que no tan sols pot servir de referència a l'hora d'avaluar normes de conducta, sinó que també explora camins legals d'especial transcendència. **A.P.**

Notícies

Inestabilitat normativa i llibertat d'expressió.

La inestabilitat informativa en la televisió i la seva influència en la llibertat d'expressió va ser el tema escollit per Lluís de Carreras, president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, per obrir el curs acadèmic 1997-1998 a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Lluís de Carreras va repassar el conjunt de lleis que afecten la televisió i va criticar que la regulació d'aquest mitjà depengui del sistema de transmissió i no dels fonaments que defineixen la televisió pública i la televisió privada. L'acte va ser presidit pel rector de la UAB, Carles Solà, i també hi va ser present la degana de la Facultat, Maria Dolors Montero, que va dirigir unes paraules d'acollida a estudiants i professors.

X Premis a la Investigació sobre Comunicació.

Els Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses, que convoca el Centre d'Investigació de la Comunicació, han arribat a la seva desena edició. El termini de presentació dels treballs va finalitzar el passat mes d'octubre i el lliurament dels premis tindrà lloc el proper mes de juny. En aquests moments, doncs, el jurat es troba en fase d'estudi i de deliberació sobre les més de trenta obres presentades. Aquests premis volen estimular la realització d'investigacions en l'àmbit de la recerca, i contribuir a la seva difusió. L'import del premi és d'un milió de pessetes i de 500.000 ptes. els dos accésits que també s'atorguen.

Traducció al gallec dels estudis del CEDIC.

Fer Europa. Els periòdics protagonistes del Post-Maastricht d'Hèctor Borrat; Reptes per a les telecomunicacions a Europa, d'Amparo del Río; La documentació periodística, d'Eulàlia Fuentes i Alicia Conesa, i La publicitat il·lícita i la defensa dels consumidors, de Maria Josep Baró, són els darrers títols del Centre d'Investigació de la Comunicació (CEPIC) incorporats al gallec en la col·lecció Textos Media de Ediciones Lea.. La presentació d'aquestes darreres novetats va tenir lloc a Santiago de Compostel·la. Hi van ser presents el president del CAC, Lluís de Carreras; el director general de Mitjans de Comunicació Social de la Xunta de Galicia, i el degà de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat de Santiago de Compostel·la.

Una reflexió sobre el llibre digital. El llibre digital.

Una exploració sobre la informació electrònica i el futur de l'edició és el títol de l'estudi de Lluís Codina, reeditat pel Centre d'Investigació de la Comunicació. L'estudi aporta elements que ajuden a respondre dues preguntes fonamentals: Els llibres electrònics, suposen la fi de la lletra impresa? ¿Són les autopistes de la informació el mitjà que eliminarà tots els altres mitjans? L'autor no pretén trobar la resposta definitiva, però estudia a fons les característiques i els problemes que planteja el llibre digital. Lluís Codina és doctor en Ciències de la Informació, professor de documentació de la Universitat Pompeu Fabra i president de la Societat Catalana de Documentació i Informació.

La gran teranyina virtual.

Consideracions internètiques

Dr. Francesc Torralba Roselló Professor
de la Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Ramon Llull

■ La gran telaraña virtual. Consideraciones internéticas

La recepción periodística y televisiva del fenómeno Internet no ha sido suficientemente serena. Más allá de esta primera e inmediata recepción es necesario realizar una investigación ética de los desafíos ligados a Internet.

El autor del artículo se cuestiona las repercusiones políticas, sociales y culturales de la red y, en todo caso, apunta a la persona como última responsable de su buen uso.

■ The great virtual Web. Internet considerations.

The reception given to the Internet phenomenon by journalists and television has not been very serious at times. However, looking beyond this initial reception, it is necessary to develop an investigation of the ethics of the challenges linked to the Internet. The article's author asks questions about the political, social and cultural repercussions and in each case, points to the individual user as being ultimately responsible.

■ La grande toile d'araignée virtuelle.

Considérations sur Internet.

La réception du phénomène Internet de la part de la presse et de la télévision n'a pas été assez sereine. Au-delà de cette première et immédiate réception, il faut développer une recherche éthique des défis liés à Internet. L'auteur de l'article s'interroge sur les répercussions politiques, sociales et culturelles du réseau et désigne l'individu comme responsable en dernier ressort de son bon usage.

De la tecnoètica a la internètica

El desplegament de la tècnica, especialment de la robòtica i de la informàtica, en aquests darrers vint anys ha estat excepcional en tots els ordres. Els canvis que s'auguren en el futur, com a conseqüència de la implementació d'aquestes noves tecnologies en la vida quotidiana de les nostres ciutats, són encara inimaginables. Certament, no ens podem fer una idea exacta de com seran les relacions humanes, laborals, socials i polítiques en l'horitzó del segle XXI. Hi ha massa variables que desconexem i massa canvis per poder bastir una teoria més o menys sostenible. Vivim en el paradigma de la complexitat (E. Morin) i del pensament boirós (Kosko) i, en aquest context, qualsevol postura clarivent i axiomàtica té poques garanties d'èxit. Tal vegada, el millor que es pot fer en aquestes circumstàncies és limitar-se a fer esbossos, és a dir, tempteigs i assaigs dels grans desafiaments que podem arribar a imaginar. En aquesta línia, s'inscriu aquest text que presentem.

Aquest desenvolupament vertiginós de la raó tecnocientífica ha comportat i comportarà canvis profunds i de gran transcendència en l'ordre domèstic, laboral, polític, social, econòmic i cultural. Al principi de segle, tres grans pensadors de signe ben diferent, M. Heidegger, autor de *La pregunta per la tècnica*, E. Jünger i J. Ortega y Gasset, autor de *Meditació sobre la tècnica*, ja s'havien referit a l'impacte de la tècnica en el món de la vida (*Lebenswelt*), en les relacions interpersonals i en la interacció home-natura. Tots tres són, en certa manera, els pares de la tecnoètica, és a dir, d'aquella part de l'ètica filosòfica orientada a investigar els desafiaments que comporta l'impacte de la tècnica en tots els ordres de la vida humana, social i col·lectiva.

Vivim en un context en què és impossible pensar la vida humana al marge de la tècnica, de la robòtica, dels artefactes automatitzats. Jünger ho diu molt clarament: «La tècnica és el nostre uniforme». Si això

és d'aquesta fàisó, aleshores és pertinent una reflexió ètica sobre els desafiaments de la tècnica en el nostre món i també en relació amb la natura. Ens hem adonat que la tècnica pot ser emprada de maneres ben diferents, fins i tot pot utilitzar-se per destruir i extingir espècies naturals. L'home ha construït un instrument poderosíssim que pot convertir-se en una arma mortífera per a ell mateix i per a tot el cosmos. L'ètica del segle XXI haurà de considerar el pes inequívoc de la tècnica en la vida humana. En aquesta línia, s'inscriu la denominada ètica de les generacions futures.

La tècnica que Heidegger entronca amb l'essència més íntima del racionalisme occidental, el màxim exponent del qual és Descartes, és una projecció de l'home envers la natura, que no tan sols transforma la natura, sinó la mateixa vida de l'home. Altres autors, com ara Mounier, Jaspers i el mateix Bernanos, ja ens havien alertat a mitjan segle, en un to més apocalíptic, del perill d'una era nuclear on la persona es podria convertir en un instrument d'un gran cosmos mecànic.

Aquesta literatura antiutòpica ha estat molt freqüent en el nostre segle i ve fortament marcada per l'experiència negativa del llançament de la bomba atòmica sobre Hiroshima i Nagasaki i les seves tremendes conseqüències. No han deixat d'abundar contrautopies a l'estil de George Orwell a 1984. Després de la Segona Guerra Mundial, també els pensadors de l'Escola de Frankfurt, Adorno, Horkheimer i Benjamin, no han parat d'alertar-nos sobre el perill de la raó tecnològica i la possible instrumentalització de la vida humana. Després d'ells, han vingut d'altres, com ara H. Jonas, autor d'El principi de responsabilitat, i J. Ellul, un dels filòsofs de la tècnica més importants en l'actualitat.

El fet és que el desplegament de la tècnica, de començaments de segle ençà, ha estat exponencial, sobretot pel que fa al camp de les telecomunicacions. El darrer informe del Club de Roma entronca el nostre moment històric amb dos grans moments decisius de la història de la humanitat: el Neolític i la Revolució Industrial. El nom que atorguen a aquesta tercera revolució mundial és la revolució de les comunicacions.

El sentit de la internètica

En el context de la tecnoètica, ocupa una especial

rellevància l'ètica informàtica, atès que molts dels canvis que vivim avui tenen el seu epicentre en el llenguatge informàtic. En el si de l'ètica informàtica, però, s'ha introduït recentment un nou capítol que, per raons d'importància, està adquirint un estatut propi. Es tracta de la internètica o l'ètica On-line. La internètica és un capítol fascinant de l'ètica de la informàtica que té com a objectiu reflexionar sobre els desafiaments ètics que planteja la vertebració d'una xarxa virtual com ara Internet.

Dins d'aquest marc revolucionari, un dels elements incorporats socialment al nostre país és Internet. Internet és la xarxa de les xarxes, l'autèntic embrió de les autopistes de la informació (infopistes), una espècie d'estructura virtual que permet la intercomunicació entre milions de persones a través de l'ordinador. És una xarxa d'ordinadors comunicats els uns amb els altres a fi d'intercanviar missatges i compartir informació.

La metàfora de la teranyina li és molt pertinent, amb el benentès que es tracta d'una teranyina virtual. Intuitivament, es pot comprendre Internet com una xarxa de xarxes d'ordinadors disseminats per tot el món que poden compartir missatges i informacions de qualsevol tipus. És una infraestructura d'informació global capaç de posar en comunicació instantània la humanitat sencera en benefici de la nostra qualitat de vida. Actualment, hi ha més de 150 països connectats, amb 35 milions d'usuaris i uns 3 milions de servidors d'informació.

La recepció periodística d'Internet

La recepció periodística i televisiva d'aquest fenomen transcendental no ha estat, segons el nostre parer, prou serena. De fet, la valoració d'aquesta xarxa telemàtica pendula entre dos extrems inconciliables que van des de la satanització neoromàntica, ancorada en posicions anacròniques i obsoletes, fins a l'apologia redemptorista de signe clarament comitià.

Els reaccionaris justifiquen llur postura tot denunciant la porqueria mediàtica que circula pels canals de la xarxa: materials pornogràfics de fàcil accés, propaganda de grups sectaris, apologies del terrorisme, propaganda de tipus subversiu i d'altres informacions encara més nocives. Temen pel control ètic d'aquests fluxos informatius que travessen

fronteres i s'introdueixen en l'espai més íntim del subjecte que és la seva llar. Durant el mes d'octubre de 1996, per exemple, el tràfic de pornografia i prostitució infantil via Internet fou el motiu de preocupació mundial, i l'opinió pública va ser alertada contra aquestes informacions. Des d'aquesta postura crítica, la xarxa és un camp ideal per a la delinqüència i per a la corrupció de nens i d'adolescents, ja que les responsabilitats dels subjectes queden molt amagades.

Els apologetes, en canvi, se situen a l'extrem oposat. Ponderen els grans avantatges que significa la implantació d'aquesta xarxa: l'accés a nous universos de cultura, d'aprenentatge, la facilitació de la vida diària i la comoditat en el treball (el teletreball). Consideren que, igual que el telèfon, l'automòbil o l'ordinador portàtil, les autopistes de la comunicació afegeixen nous graus d'autonomia a les persones, atès que permeten d'establir comunicacions de tu a tu sense restriccions. Veuen en aquesta xarxa una possibilitat històrica sense precedents: la interconnexió multimediàtica i interactiva entre diferents pobles i cultures, la creació d'una comunitat internacional i el progrés consegüent en l'ordre del coneixement i de la tolerància. Vet aquí una prefiguració del Món feliç d'Aldous Huxley.

Els temes de la internètica

Més enllà d'aquesta primera i immediata recepció periodística del fenomen, cal desenvolupar una investigació ètica dels desafiaments lligats a Internet. Si com diu Aristòtil la virtut està en el punt mig, aleshores cal que els reaccionaris desdramatitzin el seu discurs i tractin de veure els elements positius (que n'hi ha i molts!) de la implantació social d'Internet. Però, tanmateix, es fa necessari que els apologetes prenguin consciència dels elements qüestionables o foscos (que també n'hi ha) de la implantació social d'Internet. Com tota realitat humana, Internet, que al cap i a la fi és un enginy humà, és una realitat clarobscura.

El segrest de la veritat

Les possibilitats de manipulació o de distorsió de la informació a Internet són omnipresents a causa de dos elements propis de la teranyina virtual: l'abast

planetari i l'anonimat. La combinació d'aquests dos elements és quelcom certament nou en relació amb la televisió o el telèfon. L'abast de la xarxa té un poder d'impacte abans impensable. L'anonimat de la xarxa afavoreix tot tipus de manipulacions textuais. És veritat que fora de la teranyina també es poden portar a terme manipulacions informatives, però en la xarxa és molt més fàcil falsejar les coses i es pot actuar en perfecte anonimat. La facilitat de manipular les dades en l'anonimat no és una circumstància que convidi a la confiança incondicional.

El control del poder

Es fa difícil calcular les implicacions que aquesta xarxa pot tenir a nivell sociopolític. D'entrada, sembla que comportarà una transformació en les nocions de sobirania, de participació democràtica, de voluntat popular i dels drets individuals i col·lectius. És possible que, mitjançant aquest sistema de comunicació, el món associatiu, és a dir, el tercer sector, prengui més consciència de la seva força i participi més integradament en el conjunt de la societat.

S'obre, d'altra banda, la possibilitat d'una concentració del poder polític o econòmic, a causa de la capacitat de control dels fluxos d'informació. Si es produeix aquest control, aleshores la manipulació de les informacions serà certament més greu que abans tenint en compte el seu abast planetari. Igualment, apareix el concepte de democràcia electrònica i d'altres formes de participació ciutadana i de comunicació associativa. Des del nostre punt de vista, Internet afavorirà la comunicació sense fronteres, pot fins i tot contribuir eficaçment a la superació de barreres culturals, racials i religioses.

Des d'un punt de vista social, però, hom es pregunta: què passarà amb els pobles més miserables de la terra. Mentre un nen de París i un nen de Singapur parlaran a través de la pantalla de les seves coses, hi haurà un nen al Zaire que haurà de fer vint quilòmetres diaris per beure aigua potable. Des d'aquest punt de mira, la idea del global village és simple mitologia. Hi haurà una casta de persones (i de països) que accediran a la xarxa i la resta del món en quedarà al marge, la qual cosa encara accentuarà més la diferència entre nord i sud.

La intimitat i la vida privada

Hom es pregunta fins a quin punt la xarxa serà motor d'autonomia personal i de força ciutadana. Cada vegada s'empra més el concepte de massa programada per batejar les noves masses del segle XXI, i aquest fet ens causa temor i tremolor (seguint aquí l'expressió de Kierkegaard). La revolució mediàtica, ¿accentua l'instint gregari o, d'altra banda, incentiva la capacitat d'independència i de creativitat personal? Alguns comunicòlegs insisteixen en la metamorfosi de l'homo homini lupus hobbesià en l'homo homini agnus, però no en el sentit evangèlic d'anyell, sinó d'heteronomia funcional.

El ciutadà comú tem igualment pel control informàtic de la seva vida i, sobretot, per la pèrdua de la seva intimitat personal. Els missatges que el ciutadà envia a Internet poden ser llegits i copiats per qualsevol individu. En les circumstàncies actuals, fins i tot essent molt cautelosos, la nostra intimitat i la vida privada en la xarxa està a la mercè de pirates informàtics, terroristes i intervencions policíiques sense control. Vet aquí un dret, el dret a la intimitat que haurà de ser preservat i respectat en el si de la xarxa.

Internet: homogeneïtat o heterogeneïtat?

Des d'un punt de vista cultural, també s'obren grans interrogants. D'una banda, es planteja la qüestió de la uniformització planetària i de la pèrdua de la diversitat. Per a alguns, la implantació d'Internet es decantarà per la cultura que més potencial econòmic tingui, i això voldrà dir que les minories difícilment subsistiran. Es tem per l'oblit de la tradició i del propi univers lingüístic. D'altres, en canvi, veuen en Internet un messies redemptor de les minories i dels pobles sense estat.

En l'ordre educatiu, la xarxa obre unes possibilitats inèdites. Permet l'accés a l'educació de persones que viuen allunyades dels centres urbans. Aquestes noves tecnologies combinen una capacitat elevada d'emmagatzematge de la informació amb vies d'accés gairebé individualitzades i una distribució a gran escala. La interactivitat permet a l'educand buscar informacions per si mateix. Tot plegat implica també una metamorfosi del paper de l'educador, que ja no serà considerat com l'únic posseïdor del saber, sinó com un guia del saber col·lectiu.

Tot i aquests grans avantatges en l'ordre educatiu, es

tem per l'empobriment de la paraula, del llenguatge oral i, a la llarga, del pensament. També fa por la pèrdua del mestratge directe. Si l'educació no és tan sols la transmissió d'uns continguts de tipus cognoscitiu, aleshores com es pot garantir a través de la pantalla el mestratge des d'un punt de vista ètic? Sembla que la transmissió de valors i d'actituds necessita la intervenció humana directa i, sobretot, l'exemplaritat. Hom reivindica, en aquesta línia, la necessitat de transformar les autopistes d'informació en autopistes de formació.

Internet i propietat intel·lectual

En l'ètica i la deontologia de la informació es defensa habitualment la qüestió de la propietat intel·lectual, i es considera el plagi i el robatori de pensament com una conducta certament censurable.

En la gran teranyina virtual, una vegada hem introduït una informació o un missatge, resulta altament difícil retenir el títol o la propietat per part de l'emissor. Els missatges poden transformar-se fàcilment. Hi ha pirates informàtics que es dediquen a robar dades i informacions de la xarxa. Com s'han de defensar aquests bancs de dades?

La xarxa ens permet reproduir matemàticament l'original i ens ho permet fer de manera il·limitada. Davant d'aquesta possibilitat, hom es pregunta de quina manera es podrà preservar el dret a la propietat intel·lectual i privada.

L'accés a la xarxa

El vell problema sobre l'accés a les fonts d'informació adquireix un particular dramatisme quan es tracta d'Internet. Hi ha un temor evident que els rics i poderosos controlin els fluxos informatius de la xarxa. Hi ha la possibilitat que s'accedeixi a la xarxa superant els inconvenients dels monopolis excludents i exclusius. D'altra banda, però, hi ha la qüestió de la protecció dels subjectes febles. Els nens i els adolescents tenen un accés directe a la xarxa i aquest fet pot introduir-los davant d'informació que no estiguin preparats per digerir ni per assumir críticament i responsablement.

Qui ha de controlar aquests fluxos informatius que naveguen d'un país a l'altre, travessant qualsevol frontera estatal? Cinquanta anys després de la Declaració Universal dels Drets de l'Home, sembla

que cal adaptar-los a la nova situació. Cal que els països consignataris trobin fórmules o pistes per tal d'implementar la lògica dels Drets en el si de la xarxa, perquè també a través d'Internet es poden vulnerar explícitament els Drets que es van consensuar al Palais Chaillot de París l'any 1948.

Enredats en la teranyina

Estem enredats en la teranyina virtual i ja no en podem sortir. Obviar-la és una estupidesa i, a més a més, una falta de responsabilitat social. Cal prendre

consciència del nou marc planetari, de les noves relacions que s'hi estableixen i de les múltiples conseqüències que ja es comencen a entreveure.

A mesura que hom s'endinsa en aquest nou escenari, apareixen molts més interrogants. Potser, per ara, només podem desenvolupar un llenguatge interrogatiu. Amb tot, val a dir que la xarxa és un instrument i no un fi en si mateix, i això vol dir que el responsable moral del seu bon ús és, en darrer terme, la persona. Precisament per aquest motiu, s'escau aprofundir en la noció de responsabilitat tal com recorda Hans Jonas. **F.T.**

Notícies

Mitjans de comunicació i protecció de la infància.

Sota la presidència de Hervé Bourges, president del Consell Superior de l'Audiovisual de França, va celebrar-se a París, el passat mes de desembre, un col·loqui sobre mitjans de comunicació i protecció de la infància, al qual va assistir, com a convidat especial, el president del CAC, Lluís de Carreras. A través de tres taules rodones, es va fer el balanç del primer any d'aplicació de mesures de protecció a la infància a la televisió; es va estudiar com millorar aquesta protecció en relació amb la televisió i altres mitjans de comunicació, i es va estudiar la protecció de la infància en relació amb els nous mitjans de comunicació i des d'una perspectiva europea.

Literatura jurídica i reglamentació audiovisual.

No és casualitat que bona part de la literatura jurídica

publicada durant l'any 1997 a l'Estat espanyol estigui relacionada amb els problemes derivats de les possibilitats de transmissió i d'informació que ofereixen els mitjans audiovisuals, ja que plantegen reptes i situacions socials i jurídiques radicalment noves. En aquesta línia, cal destacar l'aparició del Derecho Europeo del Audiovisual, editat en dos volums per la Escuela Libre Editorial, de Madrid, que sota la direcció del professor Santiago Muñoz Madrazo recull les contribucions realitzades per més de 70 especialistes en el congrés organitzat per l'Associació Europea del Dret de l'Audiovisual. Altres publicacions rellevants sobre aspectes diversos del nou dret audiovisual són: *E paisaje televisivo en España. Características e insuficiencias del ordenamiento de la televisión*, del professor Germán Fernández Farreras, editat per Aranzadi; *La Televisión por cable*, de la professora María Calvo Charro, editat per Mar-

cial Pons; *La Televisión a l'era digital*, que recull les ponències i els debats de les Primeres Jornades Parlamentàries sobre mitjans de comunicació audiovisuals organitzades pel Parlament de Catalunya, editades per Columna; i *Hacia un nuevo concepto de televisión*, que recopila les intervencions de destacats especialistes en les III Jornades de RTW, editat per l'ens públic RTW. En l'àmbit de les telecomunicacions, s'ha d'esmentar la publicació del volum *Derecho de las Telecomunicaciones*, coordinat per Xavier Cremades, i que recopila les aportacions de 58 experts sobre diverses matèries relatives a les telecomunicacions i l'audiovisual. Es tracta d'una obra coeditada per l'editorial La Ley i el Ministeri de Foment.

La Ràdio a Catalunya, un estudi de Josep Maria Martí.

Dins la col·lecció *Informes*, que edita el Centre d'Inves-

tigació de la Comunicació, ha aparegut el treball *La Ràdio a Catalunya*, de Josep Maria Martí. Es tracta d'una anàlisi de l'estructura del sistema radiodifusor català, una indústria que anualment mou més de 10.000 milions de pessetes i que ocupa un lloc clau en el sistema de comunicacions si es té en compte que més del 60% de la població catalana escolta la ràdio cada dia i que un percentatge superior ho fa, com a mínim, una vegada a la setmana. Segons l'autor, aquesta indústria cultural ha assolit un grau de desenvolupament i una penetració social superiors a la mitjana espanyola, però mostra una dependència empresarial molt gran respecte als grans grups de comunicació d'àmbit estatal. Josep Maria Martí és director de Ràdio Barcelona i de les emissores de la SER Catalunya, i professor titular de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Hervé Bourges President del Consell Superior de l'Audiovisual (França)

Els consells audiovisuals a Europa

La regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals en l'àmbit europeu constitueix un dels grans reptes jurídics i socials de les societats mediàtiques i multiculturals del final del segle XX. Per parlar d'aquest tema es va celebrar a Barcelona, a finals de novembre del 1997, la Primera Trobada dels Organismes de Regulació dels Països Mediterranis membres de la Unió Europea. Representants de Catalunya, Grècia, Itàlia, Portugal, Espanya i França van acordar constituir un òrgan permanent de consultes i intercanvi d'informacions. A la regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals dediquem el dossier central d'aquest primer número dels Quaderns del CAC. El dossier inclou el discurs pronunciat per Hervé Bourges, president del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de França, a la sessió de cloenda d'aquella Trobada, un ampli resum de l'estudi La regulació dels mitjans audiovisuals. Les autoritats independents en el panorama europeu, que va ser presentat en aquella Trobada i del qual és autor el professor Joaquim Tornos, i quatre articles elaborats pels consells audiovisuals de Grècia, Itàlia, Portugal i França.

L'Europa audiovisual i l'Europa de la diversitat

Les missions confiades a cadascun dels organismes dels quals estem al càrrec troben el seu origen i la seva legitimitat en el marc nacional o regional a partir del qual hem nascut. Som la traducció jurídic-administrativa d'una de les evolucions socioculturals cabdal en aquest final de mil·lenni. Tant a Portugal com a Grècia, a Itàlia com a França, la societat política ha pres nota, no sense un cert retard pel que fa als països anglo-saxons, de la unitat de la comunicació audiovisual. Fa menys de deu mesos, jo era aquí present, a Barcelona, per assistir a la inauguració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En menys de cinquanta anys, els nostres països han passat per totes les etapes del desenvolupament de la galàxia radiotelevisiva. Els monopolis d'Estat han jugat certament un paper cabdal, iniciador, fundador, federador, formador, durant trenta anys al menys. Però en el moment en que, gràcies als xocs tècnics i al despertament de les mentalitats, el pluralisme audiovisual s'ha tornat indispensable, impossible d'ignorar, ha passat per sobre de tot. A Itàlia, va ser un tornado.

A Espanya, la coexistència d'espais autonòmics regionals amb l'estructura nacional ha permès l'aparició d'estructures originals.

Els altres països representats aquí tampoc s'han estalviat les sotragades o les crisis. Succeint a sistemes estatals o paraestatals, les bases dels quals eren definides per regles escrites prou simples i per uns estatuts que posaven l'accent en les missions que havien d'acomplir els mitjans de comunicació, va aparèixer una competència desfermada. En la pràctica, això ha conduït a privilegiar les expectatives del públic, totes les expectatives, incloses naturalment les més immediates a satisfer.

La tradició de les societats europees volia que es cerqués un punt d'equilibri entre aquests dos extrems. No es dirigeix la competència, s'arregla. S'han d'observar un cert nombre de regles per tal de fer que

aquesta competència sigui equitable i no tingui efectes perjudicials.

La tasca de les instàncies, de les autoritats que representem, és la de proporcionar un marc a la competència entre els mitjans audiovisuals, tot i vetllant per l'interès general, pel conjunt dels operadors, públics i privats.

En el temps de la censura de la premsa i dels espectacles, a l'època de la radiotelevisió administrada, va succeir una era de llibertat. Tothom ho reconeix. L'important és el sentit de la paraula llibertat. Entre les llibertats fonamentals: la llibertat de circular, la llibertat de creences i d'expressió, la llibertat de comerç. La llibertat, tal com nosaltres estem cridats a ser-ne els garants, és una expressió de la ciutadania. Aquesta organització, molt recent, i en alguns països inacabada, de la llibertat de comunicació audiovisual, està a punt de ser posada en perill per un fenomen nou, del qual mesurem encara malament l'amplada, i que designem amb termes extremadament imprecisos, massa imprecisos per força: la mundialització, la convergència, la globalització.

No tinc en absolut la intenció de mantenir aquí una tesi alarmista: l'aventura de les invencions, el diàleg de les cultures, són els ferments més segurs del renovament de les civilitzacions. Tot i així, l'observació quotidiana dels mitjans de comunicació ens força a mesurar la fragilitat dels equilibris dels quals estem al càrrec. La confluència de les tecnologies, l'arribada del món digital, seran l'inici d'unes revolucions que no concerniran només els equipaments. Els lligams que uneixen telèfon, ordinador i audiovisual, capgiraran el mercat, modificaran les pràctiques, esborraran més o menys les fronteres tradicionals. En particular les fronteres dels espais jurídic-administratiu, delimitats fins ara per les sobirania política nacional o regional. Aquesta no és la menor de les nostres preocupacions. Siguin quines siguin les nostres curiositats o els nostres entusiasmes, hem de situar correctament el marc de les nostres reflexions dintre del que ha estat definit per les nostres missions. En cadascun dels nostre països, ho sabem, s'esdevenen reflexions sobre aquesta globalització dels serveis de la societat de la informació. La nostra contribució a aquestes reflexions ha de ser com la dels

metges. Ens veiem portats a constatar la desaparició de certes proteccions, de certes especificitats, i al mateix temps la nostra funció és expressar la preocupació de veure l'originalitat de les nostres societats preservada, al si del poble global.

Com fer-ho? Podem erigir novament fronteres, legislar, reglamentar? Prohibir com ho fan alguns... La disposició de les parabòliques, avui. Demà, la connexió a Internet?

Sense dubte perquè les nostres societats han inventat la idea nacional, alguns tenen dificultats per concebre que l'interès col·lectiu pugui expressar-se a través d'altres espais que no siguin el de la sobirania. Massa sovint, a França, l'alternativa s'havia limitat a una descentralització gelosa envers comunitats i departaments; o, per un moviment de balança equivalent, a una transferència de responsabilitat envers Brussel·les.

El tercer mil·lenni, amb apostes més complicades, exigirà sense dubte més encara: caldrà que siguem actors en dreta llei d'un sistema basat més i més en la co-responsabilitat. Tractant-se de França, els espais de co-responsabilitat són variats: van des de les comunitats del país, que poden permetre l'associació de col·lectivitats locals i territorials, a conjunts transnacionals com la Unió Europea, el Consell d'Europa, la francofonia. Sense oblidar, naturalment, les solidaritats que la nostra nació manté amb nombrosos països del Sud amb els quals ha compartit la història, i conjunts regionals transfrontereres, com l'Arc Atlàntic o l'Euro-Mediterrània. Tractant-se del CSA, l'espai de co-responsabilitat que li correspon a dreta llei es situa entre l'acció dels poders públics i la independència dels operadors. La traducció jurídica d'aquest exercici és la vinculació per conveni dels operadors francesos. Els convenis que ens veiem portats a concloure són a la vegada una transposició del règim audiovisual, fixat per les disposicions nacionals i comunitàries, i un suport a compromisos voluntaris dels difusors. Els nostres convenis són a la vegada actes de regulació i mitjans d'autoregulació.

No sé si heu seguit l'actualitat recent al nostre país. L'aplicació de la decisió del Tribunal Europeu, que recordava que la Directiva Televisió sense Fronteres preveu que el règim convencional és responsabilitat dels països d'emissió membres de l'Unió Europea, i no

dels territoris de recepció, ha suscitat una certa emoció per part dels operadors i de les agrupacions professionals. L'objecte d'aquesta emoció és el temor de veure instaurar-se una distorsió de competència, que podria resultar de l'arribada al mercat francès d'operadors europeus, no sotmesos a un cert nombre d'imperatius imposats per la llei francesa als operadors establerts al nostre país. A França, ho sabeu, estem particularment vinculats al que anomenem excepció cultural. En la pràctica administrativa, aquesta excepció es tradueix notablement en l'aplicació d'un sistema de quotes de producció i de difusió. Quotes més precises en la seva definició, i més elevades en la seva ambició que les que estaven en vigor als altres Estats-membres de la Unió. El CSA, que controla la seva aplicació per part dels difusors ha pogut mesurar els efectes positius d'un sistema com aquest. Sobre la producció audiovisual, cinematogràfica, radiofònica... Finalment, ningú hauria de considerar l'excepció cultural com un valor de replegament, en la mesura en que el corollari d'aquestes obligacions és un sistema d'ajudes a la producció sense igual al món, que assegura la vitalitat del sector de la producció, i el renovament de la creació. No hi ha dubte que a París, certes agrupacions professionals es mostren més interessades en preservar situacions transitòries que no pas en la creació i la promoció de les obres audiovisuals, mentre que s'alarmen de l'obertura de fronteres anunciada. Subestimen en particular el fet que França és un gran país exportador de serveis audiovisuals. No parlo aquí del desenvolupament de Canal+ i el seu grup, que es situa en els marcs nacionals tradicionals.

El nostre país difon nombroses cadenes transfrontereres com Euronews, Eurosport, TV5 o Canal Horizons –ambé ARTE o MCM internacional–, sense oblidar les cadenes temàtiques, els operadors de les quals s'han instal·lat a França, sense dubte portant ambicions més vastes, pel que fa a la cobertura. Es tracta en general de programes de qualitat. Hi han excepcions, com la cadena eròtico-pornogràfica «Rendez-vous», que té els estudis a Issy-les-Moulineaux, el capital a Luxemburg, i la pujada cap al satèl·lit a Hongria. Evitem donar-li competències que la llei no li ha donat: el CSA no té la capacitat de controlar la cadena «Rendez-vous». Aquest exemple

indica segurament el caràcter delicat de l'exercici al qual ens lliurarem en comú.

A Europa, contràriament al que succeeix a Amèrica del Nord, els organismes de regulació no fixen les regles; són els encarregats d'aplicar-les, és a dir d'aconsellar les autoritats encarregades de posar-les en pràctica.

Quin és el nostre marge d'iniciativa, davant de la globalització d'alguns serveis? Què podran fer alguns països que no comparteixin amb França el privilegi d'una indústria audiovisual important, per alimentar amb programes l'expressió de la seva identitat cultural? És possible vetllar per una aplicació homogènia de les disposicions de la Directiva europea? Per les quotes, però també en camps com la publicitat o la protecció de la infància i de l'adolescència? I si l'aplicació dels textos no és generalitzable, no cal doncs tornar a qüestionar-se l'organització mateixa de l'Europa audiovisual? Diverses reflexions estan tenint lloc a Brussel·les. Allí s'hi expressen els partidaris d'un voluntarisme comunitari, i els posseïdors de la subsidiaritat. I també els que preconitzen una convergència acrescuda entre règims de les telecomunicacions i de la comunicació audiovisual.

Tot sentint aquests últims, l'audiovisual s'estaria banalitzant; la comunicació passaria com una carta pel correu. Comandament a distància i descodificador bastarien per garantir la llibertat d'elecció i el dret dels usuaris. En tant que metges, coneixem la unitat de la comunicació audiovisual. Sabem què és el que la distingeix del telèfon, de la transferència d'arxius o dels serveis interactius. Aquesta unitat es deu en primer lloc a la part que l'audiovisual ocupa en la formació de les nostres identitats col·lectives, i sobretot en l'expressió del pluralisme de les idees i de la vida democràtica, a les quals la nostra història ens ha lligat particularment.

Tots ens veurem confrontats a qüestions que ultrapassaran la competència dels legisladors nacionals. En particular la del dret aplicable en matèria d'emissions transfrontereres. Sense parlar del problema de les deslocalitzacions, no hi manquen exemples on la Directiva apareix com difícil de transposar a les legislacions nacionals. Per això caldrà imaginació, obertura d'esprit i un diàleg continuat entre reguladors. Però estic segur de que hi arribarem, donat que ens

anima una inspiració comuna. Tenim en comú la convicció que l'Europa audiovisual ha de continuar sent l'Europa de la diversitat. A diferència dels productes manufacturats la normalització dels quals és indispensable, la definició de massa regles aplicables al mateix temps a Grècia i a Espanya, a França i a Dinamarca, al Regne Unit i a Portugal, conduiria a una comunicació totalment asèptica.

Una uniformitat així conduiria ràpidament sens dubte a un producte estàndard, políticament correcte; s'obriria el camí cap a un model on cadascú perdria més o menys la pròpia identitat. Igualment, som concients de que els principis fonamentals han de ser els mateixos per tots, i després transposats. Però cada país ha de procurar que la llibertat de comunicació s'inscriuï en un marc adaptat a la seva pròpia sensibilitat: els britànics temen més les paraules gruixudes i les escenes agosarades; tenen tot el dret a fer-ho. Els països mediterranis són menys puritans que els nòrdics. Els francesos paren més atenció que altres a la producció original i a l'ambició cultural. Al mateix temps, hem de preservar els nostres espais de llibertat, i donat que som veïns, practicar activament el bon veïnatge. Mai ens cansarem de dir-ho: la comunicació audiovisual és un camp on les qüestions són delicades, i els equilibris fràgils, en la mesura en que la llibertat d'expressió i la llibertat de creació són en qüestió. Amb la multiplicació de les emissions transfrontereres, cada país d'emissió haurà de garantir cada cop més que les sensibilitats del país de recepció seran respectades. Existeixi o no una institució europea de coordinació i arbitratge, la cooperació entre instàncies de regulació serà sens dubte la millor

via a curt termini per provar de resoldre les dificultats essencials.

Tenim l'exemple d'Alemanya, on cada terra, cada regió disposa del seu organisme propi, i on els reguladors es reuneixen periòdicament per estudiar els temes d'interès comú, i per buscar solucions de consens. Sens dubte correspondrà a França inspirarse en aquest exemple, donat que alguns dels seus paquets de canals televisius estan destinats a Espanya i Alemanya. L'autoregulació dels difusors, la cooperació entre regulador, però també la vigilància dels usuaris, seran indispensables per fundar la societat digital.

Hem tingut la idea, i sé que el projecte recull el vostre consentiment, de perllongar aquesta trobada per a la formació d'un club: un Fòrum on ens tornariem a trobar un cop l'any per tal d'examinar tots junts les qüestions d'interès comú. I, naturalment, el CSA es sentiria honorat d'acollir els pròxims treballs d'aquets Fòrum.

Un club com aquest podria engrandir-se. De totes maneres, no imaginem que pugui fer-ho massa. Correriem el risc de veure diluir-se allò que ens uneix. La pertanyença a l'espai euro-mediterrani. Si el nostre Fòrum s'obris, seria amb tota seguretat cap als països riberecs no-membres de l'Europa comunitària, amb els quals podríem servir de nexa d'unió. A l'Unió europea, d'altres espais de co-responsabilitat poden també veure la llum. Com a mínim hauríem de desitjar-ho. Però avui podem sentir-nos orgullosos d'haver estat els primers a prendre'n la iniciativa. Ser els capdavanters és una responsabilitat especial. **H.B.**

Joaquín Tornos Mas Catedràtic
de Dret Administratiu, Universitat de Barcelona

■ La regulación de los medios de comunicación audiovisual y las autoridades independientes

Artículo que resume el estudio «La regulación de los medios de comunicación audiovisual. Las autoridades independientes en el panorama europeo», en el que Joaquín Tornos analiza aspectos como las normas de creación, el ámbito territorial de actuación, la naturaleza jurídica, la estructura y la organización, las competencias y los medios de actuación de las autoridades independientes de Alemania, Cataluña, la Comunidad francesa de Bélgica, Dinamarca, España, Flandes, Italia, Holanda, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Suiza y Grecia.

■ The control of audio-visual means of communications and independent authorities

An article that summarises the study «The control of audio-visual means of communications. The independent authorities within the European area». In this report, Joaquín Tornos analyses aspects such as the rules for creation, the territorial area of operation, the legal nature, the organisational structure, authorities and the manner of operation of the independent authorities in Germany, Catalonia, the French Community in Belgium, Denmark, Spain, Flanders, Italy, Holland, Luxembourg, Portugal, the United Kingdom, Switzerland and Greece.

■ La réglementation des moyens de communication audiovisuels et les autorités indépendantes

Article qui résume l'étude «La réglementation des moyens de communication audiovisuels. Les autorités indépendantes dans le panorama européen», dans laquelle Joaquín Tomas analyse des aspects comme par exemple les règles de création, le cadre territorial d'action, la nature juridique, la structure et l'organisation, les compétences et les moyens d'action des autorités indépendantes d'Allemagne, de Catalogne, de la Communauté française de Belgique, du Danemark, d'Espagne, des Flandres, d'Italie, de Hollande, du Luxembourg, du Portugal, du Royaume-Uni, de la Suisse et de la Grèce.

La regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals en l'àmbit europeu

La supressió general dels sistemes de monopoli públic en matèria de televisió, a conseqüència de les innovacions tecnològiques que feien desaparèixer l'argument del monopoli natural, va obrir definitivament el mercat televisiu a la competència. Els poders públics van haver d'assumir la funció de garantir l'existència d'un autèntic mercat i, al mateix temps, la d'intervenir en el control del contingut d'allò que s'oferia a través de les noves emissores que entraven en aquest mercat. Calia garantir l'exercici del dret a la llibertat d'expressió i, a la vegada, protegir un altre conjunt de drets constitucionals que podrien entrar en col·lisió amb aquell, com ara la protecció a la joventut i la infància, la defensa del dret a l'honor, l'exigència de veracitat en el contingut de la informació i la publicitat, la intimitat i la pròpia imatge, i la protecció de la moral i l'ordre públic. Però els poders públics topaven amb dificultats objectives a l'hora de complir totes aquestes funcions. D'una banda, l'actuació normativa o executiva del Govern o de les administracions s'ha de guiar sempre pel principi de la norma prèvia i, per tant, no està en condicions d'elaborar raonaments propis que atenguin les circumstàncies de cada cas concret dels molts que es poden plantejar si es produeix una col·lisió entre els diversos drets fonamentals. D'altra banda, tant en l'ordenació del sector com en la resolució dels possibles conflictes, subsisteixen forts interessos que impliquen directament el Govern, el qual es convertiria, si actués com a suprema instància arbitral, en jutge i part. I, finalment, els mecanismes de defensa jurisdiccional són, en molts casos, ineficaços a causa de la lentitud de la justícia i de la feblesa dels possibles damnificats davant de les poderoses empreses de comunicació. En tot allò que fa referència als mitjans audiovisuals, i en raó de la pròpia naturalesa d'aquests, es requereixen actuacions protectores ràpides.

Totes aquestes raons són les que expliquen

l'aparició, en l'àmbit europeu, d'entitats o organismes separats de l'Administració activa que tenen com a funció ordenar el mercat –en garantia de pluralisme– i controlar la seva activitat– en garantia dels drets i dels valors que poguessin veure's afectats pels continguts de les noves emissions. Es tracta de noves formes d'organització, dotades o no de personalitat jurídica pròpia, que podem englobar sota el qualificatiu comú d'autoritats independents, en la mesura que dicten autos d'imperi i gaudeixen d'autonomia davant del poder polític i davant, també, dels sectors econòmics vinculats a l'activitat dels mitjans de comunicació audiovisuals.

Tal com veurem més endavant, els òrgans independents creats en diversos països europeus tenen estructures jurídiques i administratives, i competències, força diferents, però presenten, també, una sèrie de característiques comunes. En primer lloc, la independència davant del Govern i de l'Administració. Aquesta independència ve garantida per la forma de designació dels membres de l'ens o òrgan; per les causes que regulin el seu cessament; per la no subjecció a les directrius del Govern; i per les facultats d'autoorganització de la nova entitat o organisme. En segon lloc, la legitimització. Quan el poder apareix encarnat en els mitjans de comunicació, l'Estat, a través del dret públic, ha d'adoptar les mesures necessàries per mantenir la seva funció de regulació social. Amb aquesta finalitat, la llei pot permetre que certes funcions quedin excloses de l'àmbit de decisió del Govern i quedin atribuïdes a ens o organismes dotats d'independència. En tercer lloc, l'àmbit d'actuació, que sol ser doble. D'una banda, hi ha tots els temes relacionats amb l'accés al mercat de la informació i la protecció d'aquest mercat davant de situacions de posició dominant. De l'altra, apareixen tots els temes relatius als continguts de l'activitat informativa. I, finalment, la quarta nota comuna són les potestats, perquè l'existència d'aquestes entitats independents planteja el problema de quins poders jurídics podran utilitzar per complir els seus objectius.

Però ja hem dit que, a partir d'aquestes característiques comunes, cadascun dels organismes estudiats presenta estructures força diferents. Per això, hem creat una plantilla general que servirà per homogeneïtzar l'estudi d'aquestes entitats. La plantilla

té en compte la norma de creació, és a dir, la llei i el reglament que regulen la seva activitat; l'àmbit territorial de la seva actuació; la seva naturalesa jurídica; la seva estructura i organització; les seves competències i els seus mitjans d'actuació; la regulació del control dels seus actes i la relació amb altres entitats i organismes. Les autoritats independents estudiades a partir d'aquesta plantilla corresponen a les d'Alemanya, Catalunya, la Comunitat Francesa de Bèlgica, Dinamarca, Espanya, Flandes, França, Itàlia, Holanda, Luxemburg, Portugal, Regne Unit, Suïssa i Grècia.

El cas d'Alemanya –el primer que examinarem– és especialment singular, a causa del sistema de distribució competencial que reserva a la Federació la competència exclusiva en relació amb les qüestions tècniques en matèria de telecomunicacions, reconeixent als estats la competència en tot allò relatiu a l'organització i al contingut de la radiotelevisió (art. 73.7 Llei fonamental i la seva interpretació pel Tribunal Constitucional). La norma de creació dels Landesmedienanstalten és una llei del land, (landesmediengesetze), el seu àmbit territorial és el del propi land, i la seva naturalesa un organisme no governamental de dret públic. Entre les seves competències figuren: la concessió de llicències, l'assignació de freqüències, el control dels programes –protecció a la infància i als adolescents–; i control de la publicitat i de l'esponsorització. Existeixen mecanismes de col·laboració entre els diversos òrgans dels landers que es concreten en l'Agrupació de treball dels landesmedienanstalten (ALM), un organisme que, alhora, està compost per la Conferència Permanent de Directors (DLM), la Conferència dels Presidents dels Consells o Assembles dels Mitjans de Comunicació, i la Conferència conjunta de directors i presidents.

En el cas de Catalunya, la norma de creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha estat la Llei del Parlament de Catalunya, Llei 8/1996 de 5 de juliol de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable. L'àmbit territorial és el de la Comunitat Autònoma de Catalunya, i la seva naturalesa jurídica un òrgan dotat d'autonomia orgànica i funcional, i que gaudeix d'independència respecte dels organismes legislatius (article 10). Pel que fa a la seva estructura, està formada per un president i dotze vocals nomenats

entre persones de reconeguda competència tècnica i professional, i d'un secretari amb veu però sense vot. El president i quatre vocals són nomenats pel Govern; quatre més pel Parlament de Catalunya, i els altres quatre per les entitats representatives dels municipis. La duració del càrrec és de cinc anys i poden ser renovats una sola vegada. L'organització i el règim de funcionament del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va quedar establert en el Decret 3/1997 de 3 de gener, i els mitjans financers i pressupostaris els facilita el Departament de Presidència del Govern de la Generalitat. En la seva actuació, el Consell pot crear comissions permanents o temporals, i els acords s'han d'adoptar per majoria absoluta dels membres presents en les reunions. Pel que fa a les competències, ha d'assessorar el Govern en matèria audiovisual, i vigilar i controlar el contingut dels programes emesos, concretament, en matèria de publicitat, protecció de menors, drets de les minories i dignitat de les persones. També ha de recollir les queixes dels ciutadans i fer de mediador entre aquests i els emissors. I ha de donar suport al procés de normalització lingüística. Pot proposar a l'organisme competent l'adopció de mesures coercitives.

El Consell Superior de l'Audiovisual de la Comunitat Francesa de Bèlgica va ser creat per decret del Consell de la Comunitat Francesa el 17 de juliol de 1987, capítol X. La seva estructura és col·legial i està format per un mínim de vint-i-cinc membres i un màxim de quaranta. Els membres del Consell són designats pel Govern entre els organismes o les categories socioprofessionals relacionades amb el sector de l'audiovisual. Tots els membres del Consell tenen un mandat de tres anys, renovable dues vegades. Entre les seves competències, figuren les d'emetre un dictamen previ sobre el contingut del conveni que regula les condicions de la llicència per a una televisió local o comunitària (art. 18); emetre dictamen sobre el percentatge de producció pròpia exigible a les empreses de distribució dels serveis de televisió per pagament (art. 19); emetre dictamen sobre els percentatges de continguts obligatoris (article 24, bis); proposar la classificació de les ràdios (art. 30); emetre informe vinculant (si és negatiu) sobre la possibilitat d'excepcionar les regles sobre concentració de capital en ràdios privades (art. 32); emetre informe vinculant

(si és negatiu) sobre la possibilitat d'ampliar el termini concessional de les ràdios; emetre dictamen previ sobre la concessió, suspensió o retirada de les llicències de ràdio i televisió privades, televisió de pagament i xarxes de distribució local i comunitària; i emetre, d'ofici o a sol·licitud del Govern, dictàmens sobre temes relacionats amb el sector audiovisual. Pel que fa als seus mitjans d'actuació, es tracta d'informes que poden ser preceptius no vinculants o preceptius i vinculants. Cal fer notar que la mateixa norma, Decret 17 juny 1987, crea, en el seu article 29, una comissió d'ètica de la publicitat. Aquesta comissió té com a missió proposar un Codi ètic, dictaminar sobre qüestions relatives a la publicitat i verificar la conformitat dels missatges publicitaris amb les normes aplicables.

A Dinamarca, existeix el Consell de la Premsa, creat des de la Llei de responsabilitat dels mitjans de comunicació (articles 41 a 51). Estén el seu àmbit territorial a tot l'Estat, excepte les illes Fèroe i Groenlàndia. Es tracta d'un organisme d'estructura col·legial, format per vuit membres. El president i el vicepresident han de ser advocats i són designats pel Ministeri de Justícia. Pel que fa als sis vocals, dos són designats a proposta de la Unió de Periodistes Danesos; dos més en representació dels Consells de Direcció de la Premsa Escrita, radio i televisió, i els altres dos en representació del Consell Danès de formació d'adults. La duració del càrrec és de quatre anys i les renovacions són possibles. Entre les seves competències, figura la regulació de la premsa en matèria ètica; la regulació del dret a rèplica; i la tramitació dels expedients per denúncies contra mitjans de comunicació, intentant aconseguir una solució negociada o prenent les resolucions que calguin.

A Espanya existeix l'anomenada Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, creada per Reial decret llei 6/1996 de 7 de juny de liberalització de les telecomunicacions, i també per la Llei 12/1997 de 24 d'abril de liberalització de les telecomunicacions, i pel RD 1994/1996 de 6 de setembre. El seu àmbit territorial és l'estatal i la seva naturalesa una entitat de dret públic, amb personalitat jurídica i plena capacitat pública i privada, adscrita al Ministeri de Foment. La Comissió està formada per un president, un

vicepresident i set consellers nomenats pel Govern, a proposta del Ministeri de Foment, entre persones de reconeguda competència professional i relacionades amb el sector de les telecomunicacions. Abans del nomenament, el ministre compareixerà davant la comissió corresponent del Congrés de Diputats per tal d'informar sobre les persones que pretén proposar. Correspon a la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions salvaguardar, en benefici dels ciutadans, les condicions de competència efectiva en el mercat de les telecomunicacions, i dels serveis audiovisuals, telemàtics i interactius; vetllar per la correcta formació dels preus en aquest mercat; i exercir d'òrgan arbitral en els conflictes que surtin en el sector.

Fins al moment, no li correspon el control dels continguts dels programes. Existeix un debat obert al voltant de la necessitat de crear una Autoritat independent amb aquesta funció. El Consell arbitra o resol de forma vinculant els conflictes entre operadors; resol en temes concrets com ara imposar obligacions de servei públic, fixar preus d'interconnexió, dictar instruccions per salvaguardar la lliure competència; emet informes; denuncia conductes irregulars; i, en segons quins temes, imposa sancions. Cal també tenir en compte allò que es disposa en el Decret llei 16/1997 de 13 de setembre, segons el qual el Consell determina les característiques dels sistemes i descodificadors, intervé en les relacions dels distribuïdors i operadors amb els usuaris i, també, en les relacions entre els mateixos operadors. La Comissió exercirà les seves funcions sense perjudici de les facultats que corresponen a les comunitats autònomes. (Disposició addicional tercera, Llei 12/1997). La Comissió, a través del seu president i per conducte del Ministeri d'Afers Exteriors, mantindrà relacions amb els representants d'òrgans de controls d'altres estats i, en particular, amb organismes de la Unió Europea (article 31, Ordre 9 abril 1997, Reglament règim interior).

A Flandes funciona el Consell Flamenc dels Mitjans de Comunicació, a partir del Decret del Consell Flamenc de 2 de maig de 1985. El seu àmbit territorial és el de Flandes, i la seva naturalesa un òrgan sense personalitat, vinculat al Ministeri de la comunitat flamenca (article 2). Està format per un president, una

assemblea general i un comitè d'experts. L'assemblea està composta per delegats d'associacions i organismes del sector dels mitjans de comunicació, per persones amb coneixements qualificats en matèria de mitjans de comunicació, i per representants dels usuaris. El Comitè d'Experts es compon d'un màxim de deu membres escollits entre persones pertanyents a instituts científics, d'estudis i d'investigació. La designació dels membres del Consell correspon al Govern, però no més de les dues terceres parts dels seus integrants poden ser del mateix sexe.

La duració del càrrec és de quatre anys, amb dues renovacions possibles. La seva competència més important és la d'informar de tot allò relatiu a la política de mitjans de comunicació, i s'estén a la ràdio, la televisió, la premsa escrita i altres mitjans de comunicació i d'informació. També realitza treballs d'investigació.

A França, existeix el Consell Superior de l'Audiovisual, creat per la Llei 89-25 de 17 de gener de 1989, modificació de la Llei 86-1067 de 30 de setembre de 1986 sobre la llibertat de comunicació. Decret 26 juliol 1989. La seva estructura és col·legial, formada per nou membres nomenats per decret del president de la República: tres designats pel president de la República, tres pel president de l'Assemblea Nacional i tres pel president del Senat. El mandat dels consellers és de sis anys, renovat per terços cada dos anys, i no és ni revocable ni renovable. Les principals competències del Consell són les de garantir el principi de llibertat en la comunicació audiovisual. Ho diu així el seu article primer: «Garanteix la igualtat de tracte; garanteix la independència i la imparcialitat del sector públic de la radiodifusió sonora i de la televisió; afavoreix la lliure competència; vetlla per la qualitat i diversitat dels programes, pel desenvolupament de la producció i la creació audiovisual nacional, i també per la defensa i promoció de la llengua i la cultura franceses. Pot formular propostes sobre la millora de la qualitat dels programes». El Consell és consultat sobre la definició de la posició de França en les negociacions internacionals sobre ràdio i televisió, i té un ampli ventall de competències: funcions de reglamentació en matèria de telecomunicacions (de conformitat amb l'article 10 de la llei en la seva nova redacció); garanteix el respecte al pluralisme; garanteix

el principi d'igualtat en la relació entre explotadors d'instal·lacions de telecomunicacions i usuaris; informa sobre projectes de normes tècniques i materials; controla publicitat; nomena, per mandat de tres anys, quatre membres, entre ells el president dels consells d'administració de les ràdios i les cadenes públiques de televisió; protegeix la infància i els adolescents; controla campanyes electorals; intervé en la gestió i l'atribució de freqüències per a l'emissió de ràdio i televisió (article 28 a 30 en la seva nova redacció) i atorga autoritzacions per emissió de ràdios FM i televisions privades, com també televisió per satèl·lit. Per dur a terme totes aquestes funcions, el Consell té competències per dictar mesures coercitives. Concretament, l'article 42 parla de les mesures que pot adoptar pel que fa a la suspensió, reducció de la durada de l'autorització, sanció pecuniària i revocació de l'autorització. També pot obligar a insertar en els programes determinats comunicats.

A Itàlia existeix l'Autoritat per a les garanties en la telecomunicació, creada per Llei de 31 de juliol de 1997, núm. 249. El seu àmbit d'actuació és el territori estatal, si bé preveu la creació de comitès regionals per a les comunicacions a través de lleis regionals (article 1, núm. 13). Els comitès són qualificats funcionalment d'Autoritat. Aquesta última, d'acord amb la Conferència Permanent per a les relacions Estat-regions i les províncies de Trento i Bolzano, fixarà les característiques dels comitès i les seves competències. Des del punt de vista jurídic, és un ens que actua amb autonomia i independència de judici i valoració (article primer), i la seva estructura està formada per un president, la comissió per a infraestructures (el president i quatre membres); la comissió per als serveis i els productes (el president i quatre membres), i el Consell que reuneix el president i tots els consellers. Els membres de l'Autoritat són elegits pel Senat i la Cambra de Diputats. L'article 1, apartat 6, distribueix les competències entre el Consell, la Comissió per a les infraestructures i la Comissió per als serveis i els productes. La Comissió d'infraestructures intervé en l'elaboració del Pla Nacional de distribució de freqüències; determina els estàndards per als descodificadors; porta el registre dels operadors de comunicació; fixa criteris objectius

i transparents per a les tarifes; regula les relacions entre gestors d'infraestructures i usuaris; promou acords tecnològics entre operadors; resol les controvèrsies en temes d'interconnexió; determina l'àmbit objectiu i subjectiu de les eventuais obligacions de servei universal i distribució del cost; determina els criteris per definir els plans de numeració nacional de les xarxes i serveis de telecomunicació; intervé en les controvèrsies entre l'ens gestor del servei de telecomunicacions i els usuaris privats; i vigila els nivells de radiofreqüència compatibles amb la salut humana. Per la seva banda, la comissió per als serveis i productes vigila l'adequació a la llei de l'activitat dels subjectes autoritzats o amb concessió; emana directives sobre nivells de qualitat i per a l'adopció de Cartes de Serveis per cada operador; vigila la distribució de serveis i productes; assegura el respecte als períodes mínims que han de transcórrer per a l'ús dels treballs audiovisuals; regula i controla la publicitat; verifica el respecte a la normativa de la protecció dels menors i de les minories lingüístiques, i també el dret de rectificació; garanteix l'aplicació de normes sobre propaganda política i electoral; proposa el contingut i controla el seu compliment en relació amb la convenció annexa a la concessió del servei públic de radiotelevisió; i supervisa els índexs d'audiència i la publicació i difusió de sondejos. Finalment, el Consell proposa al Govern la reforma de normatives; garanteix l'accés als mitjans i infraestructures de comunicació; promou estudis en matèria d'innovació tecnològica i serveis multimèdia; desenvolupa la normativa sobre concessió de llicències i autoritzacions; dicta els actes en actuació a l'esmentada normativa; supervisa l'actuació dels subjectes concessionaris o autoritzats; supervisa l'actuació de l'entitat concessionària del servei radiotelevisiu públic d'acord amb la Comissió parlamentària de control; informa de les actuacions de l'Autoritat Garant de la competència; elabora un informe anual sobre l'activitat de l'Autoritat; i autoritza les transferències de capital de les societats que exerceixen activitat radiotelevisiva.

A Holanda, existeix el Comissariat de Mitjans de Comunicació, creat per llei, el funcionament del qual es regula en el capítol III, articles 9 al 13. Està format per un president, i entre dos i quatre membres, nomenats a proposta del ministre i amb un mandat de cinc anys,

renovable una sola vegada. La seva competència principal és la d'estimular l'activitat, la coordinació i la col·laboració entre els diversos organismes que s'ocupen de la radiodifusió. El control de les activitats del Comissariat correspon al ministre.

A Luxemburg, funcionen dos organismes: la Comissió Independent de Radiodifusió i el Consell Nacional de Programes, creats per Llei de 27 de juliol de 1991 sobre mitjans de comunicació electrònics i amb un reglament desplegat el 17 de desembre de 1991 i el 27 de febrer de 1992. La Comissió Independent està formada per cinc membres, nomenats per un període de cinc anys. Entre les seves competències, figuren atorgar i revocar les llicències en relació amb els programes emissors de baixa potència –ràdio local o emissió en xarxa–; assessorar el Govern sobre autorització i funcionament d'altres programes de radiodifusió; i arbitrar els litigis entre l'Organisme Públic que explota la ràdio sociocultural i el Consell Nacional de Programes. Pel que fa a aquest darrer organisme, té una estructura formada per un màxim de vint-i-cinc membres, delegats per un període de cinc anys per les organitzacions més representatives de la vida social i cultural del país. Entre les seves competències, figuren assessorar el Govern en matèria de control de programes; elaborar propostes sobre el contingut dels programes de ràdio sociocultural i la forma de controlar el seu contingut; vigilar el compliment de les disposicions legals i reglamentàries en matèria de continguts d'alguns programes; i elaborar propostes per garantir una oferta variada i equilibrada en els programes.

A Portugal, funciona l'Alta Autoritat per a la Comunicació Social, creada per Llei 15/90 de 30 de juny. Està formada per un magistrat, cinc membres elegits per l'Assemblea, tres designats pel Govern i quatre en representació de l'opinió pública, comunicació social i cultural, amb un mandat de quatre anys, renovable una sola vegada. Entre les seves competències, figuren les de garantir el dret a la informació i a la llibertat de premsa; vetllar per la independència dels òrgans de comunicació social davant dels poders econòmics i polítics; salvaguardar la llibertat d'expressió i de discrepància; contribuir al procés de concessió de llicències de les emissores privades de radiodifusió i televisió; vetllar pel

compliment de les condicions de la llicència i pel rigor de la informació; contribuir a garantir la independència i el pluralisme de cada òrgan de comunicació del sector públic; i garantir els drets d'antena, de resposta i de rèplica política.

Al Regne Unit, funciona la Independent Television Commission, creada per Llei, Broadcasting Act de 1990, i Llei sobre radiodifusió de 1996. El seu àmbit és estatal, amb delegacions a nivell regional, i coexisteix amb una Comissió per la Televisió Gaèlica (Welsch Authority) i controla la Welsch Fourth Channel Authority. La Comissió està formada per un president i pot tenir de vuit a deu membres, designats pel Secretari d'Estat, i tres en representació de Gal·les, Escòcia i Irlanda del Nord. Està assessorada per comissions específiques i consells consultius. Manté una important estructura de personal –184 persones– i entre les televisió comercial. Amb aquesta finalitat, intervé en el control de la publicitat, de l'esponsorització, de la programació infantil i dels programes educatius, dels continguts en relació amb la imparcialitat, violència, llenguatge i sexe, i en relació, també, amb la protecció de les minories ètniques.

A Suïssa, existeix un òrgan independent creat per la Llei federal sobre la ràdio i la televisió, de 21 de juny de 1991 (articles 58 al 66). Està format per nou membres nomenats per consell federal, i entre les seves competències figura examinar i decidir sobre les queixes relatives a les emissions de ràdio i televisió transmiseses per operadors suïssos. Aquesta activitat es du a terme segons el procediment dissenyat en els articles 60 al 66 de la Llei creacional. I, finalment, a Grècia existeix el Consell Nacional de Ràdio-Televisió, creat per Llei 1866/1989 i 2173/1993. Està format per nou membres nomenats pel ministre de la Presidència, nomenats per la Cambra de Diputats, segons proposta dels diversos partits i en proporció a la seva representació parlamentària (articles 21,1 i 2). Entre les seves competències figuren el control de la ràdio i la televisió; l'elaboració de codis deontològics i l'aprovació de mesures per al seu compliment. També té capacitat sancionadora per vulneració de la Llei de les obligacions tècniques fixades pel Ministeri de Transports i Comunicacions, dels codis deontològics i de les clàusules del contracte de cessió.

Tal com hem vist, doncs, el panorama europeu en

matèria de regulació dels mitjans audiovisuals és, a la vegada, comú i divers. En tot cas, entenem que és necessari separar de forma clara els òrgans o ens encarregats de regular el mercat de les telecomunicacions, dels òrgans o ens als quals s'encomana el control audiovisual. Aquesta separació pot adoptar models diversos. Per exemple, en el model italià hi ha una Autoritat que integra dos comitès amb funcions i composició diferenciada, mentre que en el model francès conviuen dos ens diversos dins d'un sistema encara no consolidat de repartiment de

funcions. Els problemes que provoca un sistema concurrencial en matèria de mitjans de comunicació social no queden solucionats de manera global amb el recurs a una Autoritat independent. Aquesta resposta només és vàlida si a través d'ella s'assoleixen dos objectius: la independència dels òrgans i la seva capacitat tècnica per afrontar les qüestions que tenen plantejades. **J.T.**

(Aquest article és un resum de l'estudi La regulació dels mitjans audiovisuals. Les autoritats independents en el panorama europeu, encarregat pel CAC al doctor Joaquín Tornos.)

Dossier

Antonis Manitakis Vicepresident del Consell Nacional de Radiotelevisió de Grècia.

A Grècia, l'abandonament del monopoli de l'Estat en matèria de ràdio i de televisió data de finals dels vuitanta. Les primeres autoritzacions per emetre (un total de 275) es van concedir a operadors privats, en virtut de la Llei 1730/1987 i del decret 25/1988, per una comissió per les ràdios locals. En aquella època la liberalització de les ones hertzianes només concernia la radiodifusió local. El «Consell Nacional de Radiotelevisió» va ser creat per la Llei 1866/1989, que apuntava cap a una gran obertura de l'audiovisual, àdhuc en profit de les televisions privades. Aquest text fundador ha experimentat diverses modificacions. La darrera va ser recollida per la Llei 2328/1995, que constitueix actualment el marc jurídic de base per a les ràdios i les televisions a Grècia. L'organització i el funcionament del consell estan regits actualment pel Decret 213 de 9/15.6.1995, mentre que un altre text important (el Decret 310/1996) confia al consell la missió de controlar la transparència financera de les relacions que impliquin els operadors de l'audiovisual.

En favor de les modificacions de la reglamentació sovint posteriors a les alternàncies polítiques i fins i tot a simples reestructuracions ministerials, el consell ha vist evolucionar la seva estructura i el seu estatut. En

Grècia: redacció de nous codis deontològics

l'actual estat de la reglamentació, el Consell Nacional de Radiotelevisió, que té competència al conjunt del territori, està compost de 9 membres: el president i el seu suplent (Vicepresident), 8 membres ordinaris i els mateixos suplents. El president i el vicepresident són designats pel President de la «Vouli» (parlament unicameral hel·lènic), mentre que els altres membres són escollits pels quatre partits polítics millor representats a la Càmera. Tots són anomenats per ordre del Ministre de la Premsa i dels Mitjans de Comunicació, per un mandat de tres anys, renovable. Poden ser designats com membres del Consell els periodistes d'«autoritat reconeguda» i els especialistes dels mitjans de comunicació, però també les personalitats que provenen de la universitat, del sindicalisme, de les arts i de les lletres, així com els elegits locals.

La remuneració, les responsabilitats civils i penals i les incompatibilitats dels membres són regides pel Decret 213 de 1995. La pertanyença al consell és incompatible, sobretot, amb la pertanyença al Parlament i al Govern i, també, amb la qualitat de soci, membre de la direcció o empleat (en sentit ampli) de la Radiotelevisió de l'Estat o qualsevol empresa privada similar o, encara, qualsevol empresa de

producció, comercialització i difusió de programes audiovisuals. La incompatibilitat també afecta als proveïdors i servidors, remunerats per les empreses, privades o públiques, de ràdio i televisió. El Consell Nacional de Radiotelevisió té el seu propi secretariat.

En termes de la Llei 1866, els membres del consell gaudeixen d'independència personal i funcional en l'acompliment de la seva missió. En particular, no poden ser destituïts, ni tan sols per decisió de qui els ha designat.

Fins ara l'estatut del Consell no s'ha precisat. Encarregat de vetllar pel respecte a una disposició constitucional (art. 15, par. 2 de la Constitució de 1975/1581) que erigeix en objectius el pluralisme i, també, l'objectivitat i la qualitat de les emissions, el Consell Nacional de Radiotelevisió hauria pogut ser una autoritat reguladora estatutàriament independent. La Llei 1866/1989, que va instituir l'organisme hel·lènic de regulació audiovisual, s'inspirava tímidament en el model de l'autoritat administrativa independent. Però no va tenir èxit:

- En un sistema parlamentari i de separació de poders, les autoritats administratives han de dependre del control d'un Ministre, que és políticament responsable davant el Parlament.

- La interpretació per part de la jurisprudència de l'article 43 de la Constitució hel·lènica tanca en condicions estrictes el reconeixement d'un poder reglamentari. A Grècia, el poder reglamentari autònom es presenta com una heretgia.

- La reticència de la classe política a admetre que un sector important de la vida nacional escapi completament de les seves mans va fer la resta.

Així doncs, la legislació ha evolucionat en un sentit restrictiu en relació amb els poders del consell. Segons els termes de la Llei 2328 de 1995, el Consell Nacional de Radiotelevisió no té el poder de prendre decisions executives. La seva intervenció –allà on estigui prevista– es limita en principi a l'edicte d'un «vistiplot» dirigit al Ministre de la Premsa, el qual és competent «només» per «controlar-ne la legalitat». (Art. 14 25- ambigüitat jurídica, que no deixa de recordar les relacions de tutela). Encara més, el Consell no pot actuar d'ofici sense previament sotmetre la qüestió al ministre.

Fetes aquestes precisions, observarem que les

atribucions del Consell hel·lènic de Radiotelevisió recorden les funcions de les autoritats de regulació estrangeres.

Es divideixen en quatre grups:

a: Funcions d'administració de l'audiovisual
Són les més importants.

- El Consell dóna el seu vistiplau per l'atribució d'autoritzacions de les ràdios i televisions per via hertziana. Està associat al procediment d'autorització de les televisions per cable, emetent una «proposta».
- Participa a l'elecció dels actors audiovisuals, procedint a l'evaluació dels dossiers dels candidats a emetre, segons un complex sistema de «punts». En aquest procediment es prenen en consideració criteris com els efectius de personal, el contingut dels programes, l'antiguitat de l'emissora, el valor de les inversions efectuades.

- És competent per autoritzar les ràdios locals a constituir una xarxa (art. 6 15 de la Llei).

b: Funcions de reglamentació

- El Consell té la missió de redactar els nous codis deontològics en matèria de periodisme, de programes educatius i d'entreteniment i, també, en matèria de publicitat. Aquests codis adoptaran la forma d'un decret presidencial, que es dictaran sota proposta del Ministre de la Premsa i del Mitjans de Comunicació. Fins al moment de l'entrada en vigor dels nous Codis els «reglaments deontològics» elaborats pel Consell al 1991 són aplicables.

- El Consell dicta les «directrius» que concreten els objectius de la Llei (per exemple, la protecció de la infància). No obstant, no tenen caràcter executiu.

c: Funcions de control

- Són amplies, i concerneixen la verificació de les emissions i la gestió en el camp audiovisual. Es fonamenten en les lleis, especialment la Llei 2328/95, mentre que una part important prové del Decret 310/96. En particular:

- El Consell verifica el respecte, per part de l'emissor, de les condicions que disposa l'autorització (àdhuc el respecte de les regles deontològiques)
- Pot controlar la provenença dels mitjans financers d'una empresa audiovisual
- Pot fins i tot requerir qualsevol element informatiu relacionat amb el funcionament, la gestió, l'administració, les relacions laborals, el programa, els

mitjans tècnics, la situació financera d'una emissora.

- Controla les cessions d'algunes parts d'una emissora autoritzada a emetre. Emet un vistiplau pel que fa a la presa de participació d'una companyia estrangera al capital d'una televisió.
- Vetlla pel respecte dels sostres legals de concentració en el camp dels mitjans de comunicació.
- Pot verificar que s'hagi portat a terme una convenció pel pagament dels drets d'autor per part d'una emissora.

d: Funcions de jutjament

- Sotmés al Ministre de la Premsa i dels Mitjans de Comunicació, el Consell ha d'emetre un vist-i-plau abans del pronunciament d'una sanció contra una emissora.

Les sancions susceptibles de ser infligides a una televisió (existeix un ventall de sancions comparables per les ràdios) són: I) les mores i advertències II) una multa de cinc a cinc-cents milions de dracmes III) la suspensió provisional del programa per un període de tres mesos com a màxim, i IV) la retirada provisional de l'autorització d'emetre.

En cas de que el vist i plau del Consell es refereixi a la retirada provisional o de la suspensió de l'autorització, o, encara més, d'una pena pecuniària superior a cent milions (100.000.000) de dracmes, es requereix la majoria qualificada de 2/3 dels seus membres.

- El Consell, o en cas d'urgència extrema, el seu President intervé en el marc del procediment del dret de rèplica. Tendeix a resoldre el conflicte entre una

emissora i la persona que es considera vexada per una emissió.

La pluralitat i la diversitat de les atribucions del Consell Nacional de Radiotelevisió entren en conflicte amb les febleses del seu estatut.

A més, l'exercici de les competències del Consell pot veure's amenaçat per causa de la manca de mitjans. I especialment pel fet que, durant mesos, el Consell s'ha trobat amb la impossibilitat –per raons de forma– de signar contractes amb els juristes i economistes especialitzats als quals ha de recórrer per funcionar.

S'espera, no obstant, acabar aviat amb aquestes dificultats. Els membres del consell i els seus col·laboradors es regeixen per la mateixa ambició d'afirmar la presència i la funció de la instància en el paisatge audiovisual hel·lènic.

El Consell Nacional de Radiotelevisió es sent com una autoritat independent de regulació. Vol ser l'equivalent hel·lènic de les institucions que funcionen arreu, a Europa.

Per tant està preparat per cooperar amb els seus homòlegs estrangers, per tal d'intercanviar idees sobre la pràctica i els objectius a seguir. Té la voluntat de treballar per la creació d'un espai audiovisual europeu, que es basarà en els valors comuns dels pobles del nostre vell continent.

En el marc d'aquesta cooperació, el Consell Nacional de Radiotelevisió de Grècia està encantat de participar a la constitució de la xarxa d'organismes de regulació dels mitjans de comunicació dels països mediterranis. **A.M.**

Dossier

Avv. Giorgio d'Amato Secretari General de l'Ufficio del Garante per la Radiodifusione e l'Editoria

L'Organisme per a les Garanties en la Comunicació a Itàlia, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Noves institucions reforcen, dins el marc europeu, el sistema de garanties dels drets fonamentals en el sector de les comunicacions.

El 3 de juliol de 1997 va ser aprovada la Llei 247, de la

Itàlia: tres organismes col·legiats

creació de l'Organisme per a les Garanties en la Comunicació i les normes sobre els sistemes de telecomunicació i radiotelevisió, que configuren un nou organisme destinat a absorbir les competències del Garant per a la Radiodifusió i l'Edició dins els sectors de l'edició i de la radiotelevisió, i a dirigir el sector de les

comunicacions, superant, en aquest darrer aspecte, la previsió d'un organisme específic de les comunicacions contingut en una llei precedent de 1995. (1)

Encara no han estat totalment definides les funcions i els poders que s'exerciran dins els diferents àmbits, cadascun dels quals està sotmès a una normativa específica pròpia. (2)

El nou organisme aplega funcions complexes, de garantia dels drets dels ciutadans i dels operadors (per a la protecció i execució dels valors constitucionals en el sector de les comunicacions i dins el marc de les llibertats fonamentals) i de regulació dels mercats (amb finalitats econòmicoindustrials per a la millora de la qualitat i de les condicions d'economicitat dels serveis) en una amalgama que no correspon als altres organismes independents ja existents dins l'ordenament italià. L'estructura del nou organisme també és complexa, ja que està format per un president, nomenat pel Govern, i vuit membres elegits pel Parlament, que s'articula en tres òrgans col·legiats: «la comissió per a les infraestructures i les xarxes» (quatre membres més el president), «la comissió per als serveis i productes» (quatre membres més el president) i el «Consell» (el plenari), amb competències diferenciades.

Així, i a diferència de models més recents existents en altres països, els quals dins d'un únic organisme separen les qüestions referents a la televisió de les de les telecomunicacions, el legislador italià ha volgut establir un model innovador, establint una diferenciació entre xarxes (infraestructures) i serveis o productes.

A més, es preveu que, en reconeixement de les «exigències de descentralització territorial i a fi i efecte d'assegurar les funcions necessàries de govern, de garantia i de control en el tema de les comunicacions», «els comitès regionals per a les comunicacions» siguin funcionalment òrgans de l'organisme instituts amb lleis regionals.

A gairebé sis mesos de l'aprovació de la Llei 249/97, encara s'ha de constituir el nou organisme, malgrat l'imminent venciment dels acompliments rellevants establerts per la pròpia llei i la plena lliberalització, des de l'1 de gener passat, de la telefonia vocal de base.

De tota manera, es preveu que fins que l'organisme exerceixi les seves funcions, les seves competències –amb excepció de les que ja li són pròpies al Garant

per a la Radiodifusió i l'Edició– les dugui a terme el Ministeri de les Comunicacions (sent aquesta la denominació que ha pres, en base a la pròpia Llei 259/97, del Ministeri de Correus i Telecomunicacions precedent).

Pel que fa específicament al sector radiotelevisiu, cal recordar que la Llei orgànica de sistemes –és a dir, la Llei 223/90, la primera que va tractar el sistema mixt, públic i privat, després de l'erosió progressiva del monopoli d'estat per part del Tribunal Constitucional iniciada a mitjan dels anys seixanta– ha restat inoperant pel que fa a la majoria del seu text, a causa de la planificació incompleta de les freqüències, i que ha estat derogada mitjançant una sèrie de disposicions legislatives d'urgència i de caire temporal per tal de fer possible l'alliberament de les concessions de radiodifusió sonora i televisiva.

El fet que el Tribunal Constitucional hagi dictat la sentència 7.12.1994 n. 420, que declara la il·legalitat de la norma referent als límits d'acumulació de concessions televisives privades dins l'àmbit nacional (ja establert en un 25% del nombre de xarxes nacionals previst pel pla d'assignació i que es situa conseqüentment en un nombre de tres) i el venciment del trienni de transició definit per la normativa pont establerta pel D. L. 323/93 (limitadament a la durada del qual, el propi Tribunal Constitucional havia considerat com a tolerables les situacions de concentració de fet) han fet que sigui improrrogable la intruducció de la nova disciplina que, després d'alguns decrets de pròrroga del decret transitori, ha estat duta a terme mitjançant la Llei 249/97.

Aquesta atribueix al nou organisme la competència de redactar el pla d'assignació de freqüències, però deixa en mans del Ministeri la competència pel que fa a l'alliberament de les concessions per a l'activitat de radiodifusió via ones terrestres. Això ho fa alhora que, en canvi, atribueix al nou organisme la competència referent a les disposicions per a capacitar les transmissions radiotelevisives via satèl·lit dins el sector de les telecomunicacions.

La Llei 249/97 defineix, a més, els nous límits antitrust (que no entraran en vigor fins al 30 d'abril de 1998) en base a paràmetres de concentració referits únicament als recursos econòmics (provinents de la publicitat, les esponsoritzacions, els espais de

televenta, els convenis amb subjectes públics, l'oferta televisiva de pagament, el finançament dels serveis públics) i els acompanya amb la previsió d'un sostre de concessions equivalent al 20% del nombre de xarxes i de programes nacionals emesos per freqüència terrestre, a més del límit d'una sola concessió televisiva de programes codificats. Encara es troba molt lluny d'estar enllestida la redefinició orgànica del sistema.

A part de les atribucions del nou organisme, amb un gran poder normatiu –de caràcter general o especial, que abasten la disciplina existent o es limiten al període inicial (3)– dins l'exercici del qual caldrà puntualitzar, entre d'altres, els pressupostos per a la tramitació de l'activitat televisiva amb els diferents mitjans transmissors, encara cal dissenyar el sistema específic de la televisió local, pel que fa a la tipologia dels subjectes admesos i als seus diferents papers, com també cal encara precisar l'estructura i les tasques del servei públic dins el sistema mixt. Pel que fa a aquest darrer aspecte, la Llei 249/97, de fet, només es limita a establir que abans del 30.4.98 la concessionària del servei públic de ràdio i televisió ha de presentar a l'organisme un pla de reestructuració que permeti, «fins i tot dins l'àmbit de la unitarietat del servei públic, de transformar una de les seves xarxes televisives en una emissora que no pugui afavorir-se de recursos publicitaris». A més, l'organisme, un cop escoltada la Comissió Parlamentària pel que fa a les directrius generals i la vigilància dels serveis de ràdio i televisió, establirà el termini dins el qual caldrà establir aquest tipus d'emissores.

En la seva declarada intenció d'afavorir el desenvolupament del sistema digital mitjançant l'homogeneïtzació dels estàndards, la Llei 249/97 preveu la formació d'una plataforma única «per a transmissions digitals via satèl·lit i per cable i per a transmissions codificades en forma analògica sobre xarxes terrestres», mitjançant acords de tipus associatiu entre la societat concessionària del servei públic de ràdio i televisió, la concessionària del servei de telecomunicacions i els operadors privats. Aquesta plataforma hauria d'estar oberta a la utilització de qui ho sol·liciti, en base a títols idonis, segons els principis de transparència, competència i no discriminació.

També cal fer esment de l'atribució que es confereix a

l'organisme garant de la competència i del mercat dels poders de tutela de la competència en els sector editorials i de radiotelevisió, atribuïts ja al Garant per a la Radiodifusió i l'Edició. De tota manera, l'esmentat organisme és competent en la vigilància per tal d'impedir d'arribar al sostre de concentració de recursos admès, i una tutela de caràcter general, però també genèrica, del pluralisme, que pel caràcter no sempre unívoc de les fórmules legislatives, té el risc d'establir superposicions de competència perilloses entre els dos poders.

Malgrat la quantitat, certament nombrosa, d'aspectes problemàtics de la nova disciplina, cal destacar un aspecte positiu en la Llei 249/97, que consisteix en un trencament amb la tradició legislativa italiana dins el sector de les comunicacions, que fins ara es basava en el passat i es movia dins una òptica de consolidació i ratificació de situacions preexistents.

De fet, la Llei 247/97 cerca d'anticipar els esdeveniments futurs en el camp de la tecnologia i del mercat, tot inspirant-se en el principi de flexibilitat, en l'actuació del qual, el nou organisme, fins i tot per l'entitat dels poders normatius que li són conferits, presenta instruments de deslegifació, –és a dir, té la facultat de treure una matèria de la disciplina legislativa i atribuir-la a l'esfera administrativa– destinats a modular la disciplina en un sector caracteritzat per un gran impuls evolutiu. Tanmateix podrien sorgir problemes de legitimitat en relació a la «reserva de la llei» prevista a la Constitució en el camp, tan rellevant, de les llibertats fonamentals.

També és cert que, com ha estat afirmat amb molta autoritat (4) «el legislador ha hagut d'enfortir la imatge del poder, a base de donar-li una prioritat en l'establiment de les lleis i atribuint-li prerrogatives i poders de gran envergadura per si mateixos, de gran intensitat i diferents dels que mai haurien estat atorgats a un organisme com aquest; és a dir, conferint-li una llum gairebé taumatúrgica o, si més no, dotant-lo d'expectatives i responsabilitats gegantines».

Caldrà fer molta atenció a les experiències dels altres països, que poden ajudar a individualitzar més ràpidament solucions adequades als nombrosos problemes que, sobretot durant el període inicial, haurà afrontar aquest nou organisme.

En aquest sentit, cal destacar que dins el panorama europeu dels poders independents, des de fa gairebé

un any, aquests s'han enriquit amb la creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, previst per la Llei 8/1996, de 5 de juliol, del Parlament de Catalunya, basada en el Decret 3/1997, de 7 de gener, del President de la Generalitat de Catalunya.

El Consell, competent en matèria de radiodifusió i audiovisuals, desenvolupa un articulat i una complexa sèrie de funcions que es poden sintetitzar en les atribucions següents:

- Assistència i assessorament al Govern mitjançant la redacció d'opinions i informes (d'ofici o en base a peticions) d'acord amb la legislació i regulació dels mitjans de comunicació i a projectes de llei, en un aspecte tecnològic, sociològic, estadístic, econòmic o de concentració de mitjans.
- Vigilància i control de caràcter continuat dels continguts de les comunicacions, per tal d'assegurar el respecte de les disposicions legislatives, tant regionals com nacionals, en matèria d'programació i publicitat –tot denunciant les infraccions a l'administració competent i sol·licitant-ne l'intervenció en els casos previstos– això com formular propostes en relació a les mesures necessàries per tal de protegir els drets dels menors i la dignitat de la persona.
- Comunicació amb la societat, fent d'àrbitre en les qüestions que li són sotmeses per part dels interessats, per tal de garantir als usuaris ofertes de serveis competitius, recollint-ne instàncies i suggeriments, mantenint una relació constant amb els ciutadans, empreses, associacions i organismes interessats, fins i tot mitjançant enquestes i sondejos d'opinió.
- Donar suport al procés de normalització lingüística, mitjançant una verificació de l'ús de la llengua catalana en els diferents mitjans de comunicació, i la denúncia a l'autoritat competent de la manca de respecte vers el llindar de producció en llengua catalana establert per la normativa, i facilitar les informacions sol·licitades pel que fa a l'ús d'aquesta llengua en la programació dels mitjans.

Cal destacar que les disposicions referents al Consell no regulen l'exercici de poders, sinó que atribueixen tasques (no es tracta, per tant, de normes de comportament, sinó de normes d'atorgament) i en la seva essència assignen a aquest organisme el deure fonamental d'assegurar l'assimilació cultural i social dels principis que regulen la matèria amb atribucions actives

i d'impuls, a més de les informatives. L'activitat duta a terme pel Consell es sintetitza en l'informe que presenta anualment al Govern i al Parlament.

Serà força interessant, sobretot per la peculiaritat de l'experiència autonòmica, l'anàlisi del proper informe del Consell, que a hores d'ara està a punt de fer el seu primer any de vida.

D'ell se'n podran treure indicacions útils sobre aspectes d'una potencial col·laboració, dins l'esperit que també inspira els principis mantinguts pels representants dels organismes francesos, portuguesos, grecs i italians que, a iniciativa del propi Consell de l'Audiovisual de Catalunya, van participar a Barcelona durant el passat mes de novembre, a la primera trobada d'institucions de regulació dels mitjans de comunicació de la Mediterrània. **G.A.**

Notes

- (1) Llei del 14 de novembre de 1995, núm. 481.
- (2) La Llei 416/1981 (de la qual s'estudia fer-ne una revisió orgànica) per al sector editorial; la Llei 223/1990 modificada només parcialment per la Llei 249/1997 pel que fa al sistema radiotelevisiu, dins el qual es preveuen innovacions rellevants en el d.d.l. núm. 1138 de les Actes del Senat (presentat en el seu moment al Parlament juntament amb el d.d.l. 1021, posteriorment convertit en Llei 249/1997); la pròpia Llei 249/1997, la Llei 481/1985 i la normativa d'actuació de les directrius comunitàries per al sector de les telecomunicacions (el darrer, el reglament 19.9.1997 núm. 318).
- (3) Després del període transitori (dos anys) indicat per a l'entrada en vigor del sistema de concessions en el sector radiotelevisiu de la Llei 223/1990 i el posterior període transitori (tres anys) definit pel DL 323/1993 per a la revisió orgànica del sistema radiotelevisiu, la Llei 249/1997 estableix un ulterior període transitori articulat en dues fases, la primera de durada fins al 30 d'abril de 1998 (data dins la qual s'hauran d'atorgar les noves concessions radiotelevisives i entraran en vigor els nous límits contra la concentració), la segona amb una durada que haurà de ser definida pel nou organisme (en aquesta segona s'hauran de resoldre a partir de la migració cap a les vies exclusives del cable o satèl·lit les actuals situacions de concentració de xarxes de transmissió via terrestre codificades i no-codificades, i haurà de ser transformada la tercera xarxa del concessionari públic).
- (4) V. Roppo «reflexions sobre els projectes d'Authority per a la televisió i les telecomunicacions referides al Conveni sobre sistemes d'informació dins el marc de l'alliberament de les telecomunicacions (Florència, juny 1997).

José Maria Gonçalves Pereira President de l'Alta Autoritat per a la Comunicació Social de Portugal

L'Alta Autoritat per a la Comunicació Social va ser instituída per mitjà de l'article 39è de la Constitució de la República Portuguesa, en la seva revisió de 1989. Molts òrgans reguladors del sector de la comunicació social precediren, des del 25 d'abril de 1974, l'Alta Autoritat: Consells d'Informació, Consell de Premsa i Consell de Comunicació Social. L'Alta Autoritat és un òrgan de regulació. La regulació es pot entendre, com diu François Jongen, professor de la Universitat de Lovaina, com un conjunt d'intervencions que es duen a terme per garantir o millorar el bon funcionament d'un determinat sistema. Els òrgans de regulació intenten protegir els valors essencials que formen part de la vida de tots nosaltres i són exigència de les nostres societats. Les seves intervencions han de ser múltiples i entre aquestes s'inclou una actuació d'aclariment de les normes legals.

L'Alta Autoritat per a la Comunicació Social és un òrgan constitucional, independent, que funciona juntament amb l'Assemblea de la República. Li incumbeix, particularment, assegurar el dret a la informació i a la llibertat de premsa, vetllar per la independència dels òrgans de comunicació social, prendre mesures per a la imparcialitat i el rigor de la informació, protegir la possibilitat d'expressió i de confrontament, a través dels mitjans d'informació, dels diversos corrents d'opinió, garantir l'exercici dels drets d'antena, de resposta i de rèplica política.

Des del 1990, al llarg de set anys, l'Alta Autoritat ha intentat acomplir les atribucions i competències que la Llei li confereix: ha emès més de mil deliberacions; ha elaborat directives genèriques; ha formulat parers sobre matèries de la seva competència i els ha transmès als òrgans competents; ha realitzat col·loquis sobre sondejos polítics, el pluralisme a la comunicació social, la comunicació i els drets individuals, la violència als mitjans de comunicació, el comentari polític, el rigor de la notícia; va promoure trobades i debats amb òrgans de comunicació

regionals i locals; ha participat en trobades nacionals i internacionals, i ha representat Portugal en comissions i grups de treball, particularment al Consell d'Europa i a la Unió Europea.

Amb la intervenció de l'Alta Autoritat, va ser possible obtenir el consens quant a la distribució dels temps d'antena a la televisió atribuïts a les associacions patronals i sindicals, i va celebrar-se un acord en què els operadors televisius assumiren un compromís autoregulator de les seves programacions respectives. Està en curs una temptativa d'establir regles de convivència entre clubs esportius i òrgans de comunicació social per tal d'assegurar completament, en aquest sector, el dret d'accés a les fonts d'informació.

L'Alta Autoritat és composta per 13 membres. En aquest moment, a més del magistrat judicial que la presideix, la constitueixen quatre periodistes, quatre juristes i quatre personalitats representatives del sector de l'opinió pública. L'Alta Autoritat privilegia la relació bilateral i multilateral amb els diferents òrgans reguladors europeus i va adherir-se a estructures que duen a terme activitats properes al ventall d'atribucions i de competències que la llei portuguesa li va confiar. Precisament des del moment de la seva creació, va integrar-se a l'Institut Europeu dels Media (Düsseldorf), participant en les seves iniciatives, en especial en el working group, relatiu a les entitats reguladores, del Fòrum Europeu de la Televisió i Cinema, anualment promogut per aquest institut. Forma part, des de l'inici, de l'EPRA –European Platform of Regulatory Authorities–, i també de l'Institut Internacional de l'Ombudsman (per entendre que també du a terme un paper de defensor dels ciutadans vers la comunicació social). Les seves responsabilitats en matèria de sondejos electorals la portaran a inscriure's en l'ESOMAR –European Society for Opinion and Marketing Research– i a col·laborar amb la seva homòloga espanyola, AEDEMO. Recentment –i a invitació del

Consell de l'Audiovisual de Catalunya i del Consell Superior de l'Audiovisual francès– s'ajuntà al grup d'entitats reguladores de l'Europa Mediterrània. D'altra banda, l'Alta Autoritat ha promogut a Portugal el debat d'idees al voltant de les qüestions sobre la comunicació social, preocupant-se de tenir presents en les seves iniciatives, a més de destacats professionals i especialistes nacionals, els representants d'altres entitats reguladores europees, al mateix temps que periodistes i altres elements dels mitjans de comunicació de la República Portuguesa garanteix a tothom el dret d'informació, el qual inclou el dret d'informar, informar-se i ésser informat. És un dret fonamental dels ciutadans. Però les persones –cada cop més lliures i assabentades– desitgen que els mitjans de comunicació social els informin bé.

Tal com s'escrigué en la II Declaració de Lisboa de Consells de Premsa, reunits el maig de 1988, la premsa ha de ser lliure i responsable –responsable èticament–, aproximant-se al màxim possible a la veritat, en el rigor, en la imparcialitat. La informació només té valor si és creïble, i per ser-ho ha de ser exacte.

Aquestes regles estan consagrades a l'Estatut del Periodista, aprovat per la Llei 62/79, de 20 de setembre, i al Codi Deontològic del Periodista, aprovat per l'estament el 4 de maig de 1993. És just que els lectors coneguin les dificultats dels periodistes i que els periodistes considerin les dificultats de les seves fonts i entenguin que el seu treball només té sentit en

funció dels lectors, oïdors o teleespectadors. Comunicar és necessari. Però és una tasca difícil, particularment quan és exercida segons principis ètico-legals. A l'Europa moderna, que s'està construint, la funció dels òrgans de comunicació social és d'enorme importància. Per a algú, exageradament, ells són avui en dia no ja el 4t poder, sinó el 1r poder, per la influència que tenen, per les qüestions que susciten, per les accions que motiven i per les solucions que determinen.

És per això mateix rellevant el funcionament acurat, discret i eficaç dels òrgans de regulació, amb funcions de conciliació però també de decisió, que tinguin un conjunt adequat de competències, que permeti una intervenció justa i útil. Així ha estat entès, feliçment. Diversos organismes europeus van ser establerts per llei i tenen assumit, amb frontalitat i transparència, aquesta difícil però necessària missió, assegurant la llibertat de premsa i servint a l'interès del públic amb una informació imparcial i rigorosa.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, recentment presentat (vaig tenir l'honor d'estar present en la seva presentació) és també un garant d'aquesta informació i, en termes legals, de la programació d'òrgans de l'audiovisual. L'Alta Autoritat confia en els resultats de l'aproximació amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en l'interès a compartir les experiències mútues i a aprofundir en la col·laboració al voltant de les més diverses iniciatives. Complint totes les nostres tasques, prestem amb seguretat un bon servei a les nostres societats. **JM.G.**

Jean-François Albertin Redactor en cap
de La Lettre del CSA

El CSA, autoritat administrativa independent creada per una Llei del 17 de gener de 1989, es compon d'un col·legi de nou membres nomenats per Decret del president de la República, per un mandat de sis anys no renovable, i designats en fraccions de tres pel president de la República, el president del Senat i el president de l'Assemblea nacional. Hervé Bourges, president del CSA des de gener del 1995, ha estat nomenat pel president de la República.

El CSA nomena, per un mandat de tres anys, quatre membres (entre els quals el president) als consells d'administració de les societats nacionals de programació (France 2, France 3, RFO, RFI, Radio France). El president de cadascuna d'aquestes societats (amb excepció de Radio France Internacional) és elegit pel Consell entre els quatre administradors que ha designat. France 2 i France 3 tenen un president comú. Igualment nomena quatre membres per un mandat de tres anys al consell d'administració de l'Institut Nacional de l'Audiovisual.

El CSA és consultat, en demanda d'opinió o d'estudis, pel govern, els presidents de l'Assemblea nacional o del Senat i les comissions competents d'aquestes dues assemblees. També pot ser consultat pel Consell de la competència en cas d'atemptats contra el principi de la llibertat de competència en el sector de la comunicació audiovisual.

La missió del CSA és vetllar pel pluralisme i pel respecte dels diversos corrents de pensament i d'opinió en els mitjans audiovisuals. Fixa les normes relatives a l'organització de les campanyes electorals, les modalitats del dret de rèplica en les comunicacions del govern, les emissions d'expressió directa reservades a les formacions polítiques i a les organitzacions sindicals i professionals.

El CSA dóna autoritzacions per emetre amb diversitat de convenis a les televisions privades nacionals i locals així com a les emissores de ràdio privades de freqüència modulada. Igualment autoritza l'explotació

de les xarxes de cable i signa convenis amb els editors dels serveis de ràdio i de televisió difosos per satèl·lit i/o distribuïts per cable. La concessió a TDF de les freqüències necessàries per a la difusió de les emissions de les ràdios i les televisions públiques, de la cadena cultural europea (Arte) i de la Cinquième, que ocupa la part diürna de la cinquena xarxa com a complement d'Arte, la decideix el CSA, sense convocar candidatures. Efectivament, aquestes societats disposen, en virtut de la Llei de 30 de setembre de 1986 modificada, d'una prioritat d'accés als recursos hertzians.

La Llei d'1 de febrer de 1994 va modificar diverses disposicions de la Llei de 30 de setembre de 1986 introduint principalment un procediment de reconducció simplificada de les autoritzacions pels serveis de ràdio o de televisió difosos per via hertziana terrestre. Així, les autoritzacions es poden reconduir sense convocatòria de candidatures amb un límit de dues vegades i cada vegada per cinc anys. Un any abans del venciment de l'autorització, el CSA ha d'estatuir per a cada servei sobre la possibilitat de reconducció sense convocatòria. Una altra disposició de la Llei es refereix a les autoritzacions temporànies per a un servei de ràdio o de televisió que són lliurades pel CSA per una durada que no sobrepassa els sis mesos, sense convocatòria de candidatures. Els operadors autoritzats han de concloure un conveni amb el CSA. La Llei també ha obert la possibilitat pels serveis de televisió que es beneficien clarament d'una autorització nacional per efectuar desconexions locals d'una durada màxima de tres hores diàries, sense publicitat ni patrocinadors, després d'haver-ho sol·licitat al CSA.

Per a les televisions privades nacionals, regionals o locals, difoses per via hertziana terrestre, el procediment d'autorització és gairebé idèntic al que segueixen les ràdios privades. Tanmateix, la llista de freqüències disponibles es publica al mateix temps

que la convocatòria de candidatures i és obligada l'audiència pública dels candidats. Les autoritzacions tenen una durada màxima de deu anys. La seva concessió està sotmesa a l'atorgament d'un conveni entre el CSA i l'operador. De tota manera, igual que per a les ràdios, la Llei d'1 de febrer de 1994 ha obert la possibilitat d'una reconducció fora de la convocatòria de candidatures, i per una durada de dues vegades cinc anys, de les autoritzacions de les cadenes de televisió. Aquest procediment simplificat és possible quan es compleixen tres condicions fixades per la Llei: disponibilitat de les freqüències utilitzades, absència de gravetat de les infraccions sancionades i respecte al pluralisme en l'àmbit nacional i local.

El CSA dóna autoritzacions d'explotació a les xarxes cablejades. Les autoritzacions d'una durada màxima de trenta anys, només es poden concedir a companyies, a administracions i a organismes d'HLM en base a propostes dels municipis. A més, tota modificació de l'oferta de programes d'una xarxa està sotmesa a l'autorització prèvia del Consell. El CSA conclou, per altra banda, en aplicació de l'article 34-1 de la Llei del 30 de setembre de 1986 modificada, convenis amb les cadenes franceses i estrangeres distribuïdes per cable.

El CSA garanteix el respecte als textos legislatius i normatius aplicables als difusors públics i privats, és a dir el conjunt de les normes que protegeixen i emmarquen la llibertat de comunicació. En aquest marc, el Consell vetlla per la salvaguarda de principis fonamentals com el respecte a la dignitat de la persona humana, la llibertat i la propietat dels altres, el caràcter pluralista de l'expressió dels corrents de pensament... Fixa les regles relatives a l'organització de campanyes electorals radiotelevisades, l'exercici del dret de rèplica als comunicats del Govern i la programació d'emissions d'expressió directa atribuïdes a les formacions polítiques i a les organitzacions sindicals i professionals.

Cada any, més de 40.000 hores de programes de les televisions nacionals privades i públiques són controlades pels serveis del Consell. Les prop de 735.000 hores de programes de les televisions regionals i locals, de les xarxes de cable, així com de les ràdios públiques i privades constitueixen, per la seva part, l'objectiu d'un control per sondeig.

La CSA publica els balanços anuals de les televisions hertzianes públiques (France 2, France 3 i RFO) i privades (TF1, M6 i Canal +) així com de les ràdios públiques (Radio France i RFI). Fora del període electoral, el Consell avalua el respecte al pluralisme des corrents de pensament i d'opinió en els mitjans audiovisuals comptabilitzant les intervencions de les personalitats polítiques a les antenes segons el regla dels tres terços (1/3 Govern, 1/3 majoria, 1/3 oposició).

El Consell porta a terme el control del pluralisme als programes de les set cadenes hertzianes nacionals (TF1, France 2, France 3, Canal +, Arte, La Cinquième i M6) així com als de la Cadena Info, basant-se en els enregistraments que ell mateix efectua. Les cadenes locals hertzianes les cadenes de cable i les grans ràdios generalistes (France Inter, RTL, Europe 1 i RMC) estan sotmeses, per la seva banda, a un règim declaratiu. El Consell ha considerat satisfactoris, durant l'any 1996, l'equilibri dels temps de paraula entre Govern, majoria i oposició té, en el seu conjunt.

El CSA té un poder de sanció administrativa sobre els serveis que autoritza, però també, des de la intervenció de la Llei de l'1 de febrer de 1994, sobre les cadenes públiques France 2, France 3, RFO i La Cinquième. Aquest poder s'exerceix sempre després d'una prèvia concertació i amonestació, en cas de no respectar les disposicions imposades pels textos legislatius i normatius.

Així, el Consell pot adreçar una simple carta, publicar un comunicat de premsa o fins i tot convocar els responsables de les cadenes, sense que això impliqui, per altra banda, cap procediment de sanció. La primera etapa del procés de sanció és el requeriment (carta al difusor un extracte de la qual es publica al Diari oficial) que dóna una amonestació. El procés es pot aturar en aquest punt o acabar en una sanció.

El ventall de sancions és el següent: suspensió de l'autorització per un mes com a màxim; reducció de la durada de l'autorització, dins del límit d'un any (únicament per a les cadenes privades) o d'una part de la programació (per a totes les cadenes); sanció pecuniària, i suspensió d'autorització (només per a les cadenes privades).

El Consell pot igualment ordenar la inserció d'un comunicat en els programes de la cadena del qual ell

mateix fixa les hores i les condicions de difusió. El rebuig en acceptar-lo és passible d'una sanció pecuniària. L'article 42-7 de la Llei de 30 de setembre de 1986 modificada preveu que llevat del requeriment, la suspensió de l'autorització i la inserció d'un comunicat, tota sanció ha de ser objecte d'un procediment contradictori. A aquest efecte, el CSA demana al vicepresident del Consell d'Estat que designi un informador que redacti un informe notificat al titular de l'autorització. Aquest darrer pot aleshores presentar observacions escrites i el Consell escolta el titular o el seu advocat en presència de l'informador. Al final d'aquest procediment, el Consell decideix la sanció que s'aplicarà eventualment. En cas d'urgència i per posar fi a la irregularitat i per suprimir-ne els efectes, el CSA també pot informar el president de la secció del contenciós del Consell d'Estat que resol en recurs d'urgència (art. 42-10 de la Llei).

Per altra banda, tant pel que fa al sector públic com al sector privat, el CSA pot informar el procurador de la República dels fets de naturalesa constituent de les infraccions sancionades penalment. La Llei de 1986 enumera un cert nombre d'hipòtesis en què es pot donar una infracció. Així, en virtut dels articles 78 i 78-1 el CSA pot sol·licitar la posada en marxa de persecucions en contra de les ràdios o televisions que emeten sense autorització o violant les condicions tècniques de la seva autorització (potència o ubicació de l'emissor).

Un nou dispositiu de classificació de les obres susceptibles de ferir la sensibilitat dels menors, adoptat pel conjunt dels difusors, s'ha posat en marxa

sota l'ègida del CSA el 18 de novembre de 1996 a TF1, France 2, France 3 i M6. En funció del seu grau de violència o d'erotisme, les pel·lícules, telefilms, sèries, dibuixos animats i documentals es classifiquen en cinc categories i la seva difusió porta una senyalització comuna indicant un cercle verd, un triangle taronja o un quadrat vermell. Aquest sistema es basa en l'augment de responsabilitat dels difusors ja que tots han posat en marxa una comissió de visionat que s'ha de pronunciar sobre la classificació de cada obra. La senyalització acordada figura a la dreta de la part inferior de la pantalla al principi de l'emissió o durant tota la seva durada així com en les bandes d'anunci i figura en els programes de televisió adreçats a la premsa.

Arguint, per la seva part, la seva condició específica de cadena codificada i la preexistència de la seva pròpia senyalització, Canal + que ha subscrit els mateixos compromisos que els altres difusors en matèria de classificació dels seus programes ha posat en marxa, des de l'1 de novembre, una senyalització diferent recorrent a la utilització de cinc pictogrames que van del verd clar al violeta. Les disposicions relatives a la classificació dels programes i a la senyalització s'han adoptat al final d'una llarga concertació amb els difusors, iniciada el novembre de 1995 pel Consell. Aquestes disposicions, respectuoses amb els principis que fixa la Llei sobre la llibertat de la comunicació audiovisual, asseguren l'equilibri entre la responsabilitat editorial de cada cadena i la necessària protecció dels infants. **J.F.A.**

Dictàmens del CAC

1/97

Relatiu a les intervencions
als mitjans
de comunicació
del P. Apel·les Santolaria

Vist l'escrit de Mn. Jaume Aymar, delegat episcopal de la Delegació diocesana per als Mitjans de Comunicació Social rebut el 3 d'abril de 1997 en el qual manifesta:

a: Que «el P. Josep Apel·les Santolaria continua compareixent a la televisió, malgrat els precís de la conferència Episcopal Espanyola i de l'Arquebisbat de Barcelona que s'abstingui de fer aquest tipus d'intervencions, que provoquen perplexitat en moltes persones».

b: Que les intervencions televisives del P. Apel·les són cada vegada més sovintejades, cosa que provoca que la Delegació diocesana rebi contínues queixes dels televidents. I que «l'Església –diu textualment– no té poder coercitiu per evitar que aquest sacerdot continuï fent les seves desafortunades compareixences.»

c: L'escrit acaba demanant que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya canalitzi «davant el poder executiu i legislatiu la insatisfacció de molts televidents perquè no es continuïn permetent –en nom del «tot per l'audiència»– les intervencions d'aquest sacerdot que va pel seu compte, ja que no ha rebut cap mandat de l'Església per intervenir davant dels mitjans i a la qual no representa de cap manera.»

La ponència de mitjans de comunicació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en la sessió de 21 d'abril de 1997, va visionar alguns programes en què intervenia el P. Apel·les i va estudiar l'informe redactat pels serveis administratius del Consell; una vegada es va considerar suficientment debatuda la qüestió, la ponència va encarregar al president la redacció d'un text informatiu que reflectís substancialment la posició dels seus membres per ser presentada al ple del Consell.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, reunit en sessió decisòria el 5 de maig de 1997, ha conegut i aprovat el text informatiu següent:

- 1** En els darrers mesos, el P. Josep Apel·les Santolaria manté una activa presència en diversos mitjans de comunicació. Les seves aparicions no es limiten al mitjà televisiu, sinó que també són freqüents les seves intervencions a la ràdio.
- 2** Una bona part de les intervencions del P. Apel·les es realitzen en programes de freqüència periòdica –normalment setmanals–, la qual cosa pressuposa l'existència d'un contracte –que pot ser verbal– entre l'esmentat senyor i el mitjà de comunicació o la productora del programa, fet que es considera rellevant als efectes de la resolució a prendre pel Consell.
- 3** La tipologia dels programes en què intervé regularment el P. Apel·les (debats, entrevistes) fa suposar que les seves intervencions són requerides perquè aquest expressi les seves opinions sobre temes diversos, cosa que –a judici dels directors o conductors dels programes– es deu considerar que és d'interès.
- 4** L'art. 20.1.a) de la Constitució Espanyola, recollint el que disposen els textos internacionals sobre drets humans ratificats per l'Estat espanyol, reconeix i protegeix el dret a expressar i difondre lliurement els pensaments, idees i opinions mitjançant la paraula, l'escrit o qualsevol altre mitjà de reproducció.» Aquest dret fonamental té el seu límit en el respecte als altres drets fonamentals de la persona i, molt especialment en el cas que ens ocupa, en el dret a l'honor (art. 20.4 de la Constitució). Com ha establert reiteradament el Tribunal Constitucional, «el derecho al honor... confiere a su titular el derecho a no ser escarnecido o humillado ante uno mismo o ante los demás, lo cual impide que puedan entenderse protegidas por las libertades de expresión o de información aquellas expresiones o

manifestaciones que carezcan de relación alguna con el pensamiento que se formula o con la información que se comunica, o resulten formalmente injuriosas o despectivas, y ello equivale a decir que esos derechos no autorizan el empleo de apelativos injuriosos utilizados con fines de menosprecio, puesto que la Constitución no reconoce ni admite el derecho al insulto « (stc 85/1992, entre d'altres).

5 La protecció del dret a l'honor, tant per la via civil regulada a la Llei 1/82 de «protecció civil a l'honor, la intimitat personal i familiar, i la pròpia imatge», com per la via penal en els delictes d'injúria o calúmnia, exigeix que únicament poden presentar reclamacions els que es considerin ofesos per una intromissió il·legítima en el seu dret a l'honor a través d'una extralimitació en l'ús de la llibertat d'expressió.

6 Des del punt de vista jurídic, doncs, la utilització il·legítima de la llibertat d'expressió que pot vulnerar l'honor d'altres persones –com en ocasions, efectivament, succeeix en el cas del P. Apel·les– només pot ser objecte d'acció legal per part dels que directament pretenguin haver estat ofesos, per la qual cosa no es pot atendre la sol·licitud de la Delegació diocesana per als Mitjans de Comunicació Social de l'Arquebisbat de Barcelona en no ser el Consell de l'Audiovisual de Catalunya la instància adequada per emprendre una acció legal.

7 No obstant això, el Consell vol manifestar públicament que actuacions com les del P. Apel·les no constitueixen un cas aïllat, sinó que tant en el cas de la televisió –en programacions de diverses cadenes– com en el de la ràdio –especialment en determinades tertúlies radiofòniques– les formes expressives d'algunes de les persones que intervenen, no es corresponen amb un ús legítim i constitucional de la llibertat d'expressió, emprant-se de manera sistemàtica la denigració de l'oponent o l'insult a l'adversari com a argument, en lloc d'exposar les pròpies idees o opinions de manera respectuosa

8 El Consell de l'Audiovisual de Catalunya considera particularment greu que aquest tipus d'intervencions vulneradores de l'exercici legítim de la llibertat d'expressió i denigradores per a la persona humana, es realitzi en ocasions per persones que han estat contractades per intervenir en determinats programes de manera habitual, cosa que –des del punt de vista ètic– fa corresponsables els mitjans de comunicació o les productores dels programes, de les actituds o de les incorreccions dels seus tertulians.

9 El Consell de l'Audiovisual de Catalunya vol posar de manifest la innegable influència que aquest tipus d'actituds tenen per a la convivència pacífica dels ciutadans i la preservació dels valors humans de la nostra societat, i fa una crida a tots els mitjans de ràdio i televisió perquè –conscients de la importància que les seves emissores tenen en la formació de l'opinió pública i l'acceptació de la pluralitat en la normal convivència democràtica– recomani a les persones que contractin per a la seva programació, que debatien les seves idees o les opinions que mantinguin amb el respecte que mereixen tots els ciutadans, també amb els que discrepin, d'acord amb els valors de tolerància i pluralisme que estan en la base de tota societat democràtica.»

D'acord amb el text de la ponència, prèvia deliberació i per unanimitat, s'adopta el següent

Acord:

1 Que es notifiqui al sol·licitant que el Consell no considera procedent emprendre una actuació en els termes requerits en el seu escrit.

2 Recomana als mitjans de comunicació de ràdio i televisió que facin palesa, a les persones contractades per intervenir regularment en la seva programació, la necessitat de fer ús de la llibertat d'expressió de forma legítima i tolerant, sense extralimitacions que suposin la falta de respecte per a les opinions de les persones que d'elles discrepin, i que tinguin en compte la influència que per a la convivència social i la preservació dels valors del pluralisme democràtic tenen les seves emissions.

Preàmbul

El joc i la joguina són una part important del procés de creixement físic i psíquic dels nostres infants.

Mitjançant el joc, els nens i les nenes assagen les seves primeres habilitats manuals, es fan amb conceptes com ara l'espai, experimenten els rols socials que viuran en el futur, estableixen les primeres normes de cooperació i comunicació amb altres infants. En definitiva, el joc i la joguina són un esglaó no únic, però sí insubstituïble, en el camí de la sociabilitat de l'infant.

D'altra banda, és freqüent assistir, des d'uns mesos abans de les festes de Nadal i Reis, a una intensa campanya publicitària de joguines a tots els mitjans de comunicació social i, especialment, a la televisió.

Paral·lelament, associacions cíviques de consumidors, de telespectadors o de pares i mares d'alumnes, per exemple, alcen una veu preocupada sobre l'efecte d'aquesta allau publicitària en els infants.

Davant d'aquesta situació, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha realitzat un estudi sobre la publicitat de les joguines. Aquest estudi posa de manifest la pressió publicitària (quantitativament i qualitativa) que reben els infants, i com aquesta s'accentua entre els 6 i els 12 anys, etapa en la qual, a la centralitat del joc en la vida del nen i de la nena se sumen una mitjana de 3-4 hores davant del televisor i una considerable capacitat d'incidència en les decisions de compra dels pares.

L'estudi del Consell ha confirmat, igualment, trets de discriminació dels infants per raó del seu sexe. En efecte, sembla que certs tipus de joguines continuen associades de forma diferenciada als nens i a les nenes, i que aquesta distinció implica, també, un tractament formal oposat, donant lloc a una sèrie de correlacions que no eduquen en el camí per a la igualtat home-dona.

El nen veu negat sistemàticament l'accés a les nines i a l'espai domèstic de la casa. Per contra, se li ofereix un rol actiu marcat per l'èxit i la competència i, sovint, amb un llenguatge agressiu.

Finalment, les tècniques de la publicitat es caracteritzen per una evolució vers l'augment de la fascinació davant de la joguina. De vegades, això porta el programa publicitari als límits, o més enllà, del que és permès o aconsellable. Un d'aquests casos és l'animació figurada dels productes o l'alternança entre imatges de la joguina i de filmacions, que tot i que sovint s'entenen com una crida a la imaginació de l'infant, fàcilment poden crear-li falses il·lusions.

És per tot això que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, conscient de la importància d'assolir una programació i una publicitat respectuosa i educadora dels nostres infants, ha cregut convenient d'emetre un seguit de recomanacions, amb l'esperit de traslladar les seves conclusions als agents socials implicats en aquest tema.

Són, en efecte, recomanacions, perquè cerquen no tant emetre uns imperatius, sinó arribar a un consens entre les parts, amb el convenciment que la protecció i l'educació dels nostres infants és un objectiu prioritari de totes les instàncies de la societat catalana.

Recomanacions

La publicitat de joguines ha de respectar els valors cívics i democràtics

Els anuncis de joguines, com els de qualsevol producte adreçat als infants, han de respectar, per mitjà de les imatges, el so i la locució, valors que socialment siguin considerats positius: la igualtat, la cooperació, la llibertat i el respecte a la diferència.

Als fabricans i publicistes

La publicitat de joguines ha de ser clara i no dur a confusió els infants.

La publicitat de joguines ha de tenir una cura especial per evitar que l'infant es decebi en fer-se una idea errònia del seu aspecte, qualitats, mida o capacitat. Així es recomana:

- 1 No conferir moviment a cap joguina o part d'aquesta si no forma part dels seus atributs reals. En el cas de nines i ninots, caldria presentar, per exemple, la mà que els mou. En el cas de les construccions, l'acció de l'encaix.
- 2 Presentar la joguina amb una referència, fàcilment entenedora per a l'infant, de la seva mida real (per exemple, amb una mà).
- 3 Evitar la inclusió d'efectes de so que no són propis de la joguina (per exemple, el so real d'un motor).

Els missatges sobreimpressos han de ser legibles per als infants.

La inclusió de sobreimpressions del tipus «aquesta joguina l'has de construir tu» o «animació figurada» s'ha d'adaptar a les capacitats de lectura i de comprensió de l'infant. Així, es recomana que es converteixin en fixes durant, almenys, 10 segons de l'emissió del programa publicitari i que ocupin, com a mínim, 1/12 part de la pantalla.

Cal evitar la identificació d'una joguina exclusivament per a nens o exclusivament per a nenes.

Els actors, la veu, el llenguatge dels programes publicitaris han de ser de tots dos gèneres, indiferentment i amb independència del producte anunciat, de manera que el respecte a la diferència no tingui connotacions sexistes.

S'ha de prescindir de presentacions violentes o agressives de les joguines.

Els anuncis han d'evitar presentacions agressives o violentes de certes joguines.

Les actituds violentes o agressives no s'han d'associar mai a l'emoció, la valentia, l'èxit o a qualsevol altre valor positiu.

A les televisions

En primer lloc, respectar escrupolosament la legislació.

Les televisions, públiques i privades, han de ser conscients de la notòria influència de les seves emissions i de la fascinació que desperten en els infants. Per això, cal que facin una lectura especialment escrupolosa de la normativa sobre publicitat adreçada als menors d'edat, especialment la Llei 25/1994, de transposició de la directriu de televisió sense fronteres i, a Catalunya, la Llei 8/1995, d'atenció i protecció dels infants i els adolescents.

Els infants han de poder distingir clarament allò que és programació d'allò que és publicitat d'una joguina.

Per tal d'evitar la confusió entre el que és programació i el que és publicitat d'una joguina, fóra convenient evitar la promoció de joguines fent servir els mateixos escenaris i protagonistes d'un programa infantil. En concret, es proposa:

- 1 Prescindir de la figura publicitària de la telepromoció dins dels programes específicament adreçats als infants.
- 2 Establir una franja de temps, posterior i anterior al programa infantil, durant la qual no s'emeti publicitat protagonitzada pels mateixos personatges que presenten el programa.

A les administracions

Les administracions han de promoure l'educació del teleespectador.

Les administracions han d'incidir en l'educació consumista del teleespectador: campanyes de divulgació de les obligacions de les televisions respecte de la publicitat de joguines; espais en les televisions públiques; promoció de l'associacionisme cívic.

Cal potenciar l'educació audiovisual dels infants.

L'educació audiovisual dels infants és l'element clau per a la consecució d'una lectura crítica de la publicitat. Les administracions amb responsabilitats en educació i ensenyament han de

potenciar la realització de materials i actuacions pedagògiques que ensenyin a llegir els missatges audiovisuals.

Als usuaris dels mitjans

Els pares i les mares han de reclamar activament els seus drets davant de la publicitat de joguines.

Els pares i les mares són els últims responsables de l'educació dels seus fills i filles i, per això, han de prendre una actitud activa davant de la televisió. Pel que fa a la publicitat de joguines, han de saber:

1 Que acompanyar els infants mentre miren la televisió dóna múltiples oportunitats de comentar i desmitificar la publicitat de les joguines.

2 Que la denúncia davant organismes oficials (com ara el Consell de l'Audiovisual de Catalunya), d'autoregulació (Associació d'Autoregulació de la Publicitat) o associacions de telespectadors dels diferents abusos de publicitat és una eina d'utilitat per aturar determinades campanyes.

3/97

Sobre l'oferta presentada en el concurs per a la adjudicació del servei de telecomunicacions per cable a la demarcació territorial de Barcelona

Antecedents

En data 26 de febrer de 1997 ha estat publicada en el BOE l'Ordre del Ministeri de Foment, datada el 18 de febrer de 1997, en virtut de la qual es disposa la publicació del plec de bases administratives i de condicions tècniques i es convoca el concurs públic per a l'adjudicació, mitjançant procediment obert, d'una concessió per a la prestació del servei públic de telecomunicacions per cable a la demarcació territorial de Barcelona.

La Llei 42/1995, de 22 de desembre, de les telecomunicacions per cable (d'ara endavant LTC), estableix que el servei de telecomunicacions per cable es prestarà per demarcacions territorials. De conformitat amb les previsions de l'esmentada Llei, la demarcació territorial de Barcelona va ésser constituïda, previ l'informe del Govern de la Generalitat, mitjançant Acord del Ple de l'Ajuntament de Barcelona, de data 16 d'abril de 1996.

Així, la LTC també disposa que el servei de telecomunicacions per cable es prestarà pels operadors de cable en règim de gestió indirecta, mitjançant concessió administrativa que serà atorgada pel Ministeri de Foment, prèvia la convocatòria per aquest Ministeri dels oportuns concursos públics.

El Plec de Bases Administratives i condicions tècniques que ha de regir el concurs ha estat aprovat, previ l'informe de la Generalitat de Catalunya, mitjançant Ordre de 14 de gener de 1997, havent-se fixat el termini per a la presentació de les ofertes per part dels licitadors, el qual va finalitzar el dia 27 de maig de 1997, i el termini per procedir a l'apertura de les ofertes. Telefónica de España SA, ha manifestat la seva disposició a prestar el servei en la demarcació territorial de Barcelona.

Finalitzat el termini per a la presentació d'ofertes, solament s'ha registrat una oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA.

Reunida la Mesa de Contractació, la qual va ser constituïda per al concurs per a l'adjudicació del servei a la demarcació territorial de Barcelona el dia 5 de juny de 1997, va analitzar la documentació administrativa presentada per l'únic oferent i va decidir la seva admissió al concurs. El dia 10 de juny, la Mesa de Contractació va procedir a l'acte públic d'apertura de l'oferta tècnica i econòmica, i de la documentació complementària presentada pel licitador.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, mitjançant escrit del seu president, de data 5 de juny de 1997, va sol·licitar del secretari general d'Indústria, Comerç i Turisme, en la seva qualitat de vocal de la Mesa de Contractació, el trasllat de l'oferta presentada, per tal de

poder analitzar-la i emetre el dictamen corresponent, de conformitat amb allò establert a l'article 12.1.c) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable.

El secretari general d'Indústria, Comerç i Turisme, amb data 17 de juny de 1997, va donar trasllat de l'oferta de serveis i continguts presentada pel licitador al concurs d'atorgament de la llicència de segon operador de telecomunicacions per cable a la demarcació de Barcelona.

En data 26 de juny de 1997, la Comissió Tècnica del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, prèvia la compareixença del director de l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, que va exposar el contingut de l'oferta i va contestar les preguntes i aclariments formulats pels consellers, va dictaminar favorablement l'informe presentat pel president i va acordar convocar una reunió extraordinària del Ple del Consell per tal de procedir a l'aprovació, si s'escau, del dictamen definitiu.

1 Marc legal

a: La LTC i el Reglament Tècnic de Prestació del Servei de Telecomunicacions per Cable, aprovat pel Reial decret 2066/1996, de 13 de setembre (d'ara endavant RTC) estableixen el règim jurídic del servei públic de telecomunicacions per cable i de les xarxes que li serveixen de suport.

Així, esdevenen aplicables la Llei 17/1997, de 3 de maig, per la qual s'incorpora al Dret espanyol la Directriu 95/47/CE, de 24 d'octubre, del Parlament Europeu i del Consell, sobre l'ús de normes per a la transmissió de senyals de televisió i s'aproven mesures addicionals per a la liberalització del sector, i el Reglament Tècnic i de Prestació del Servei de Telecomunicacions per satèl·lit, aprovat pel Reial decret 136/1997, de 31 de gener.

És especialment rellevant destacar l'aplicació de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, que estableix el desenvolupament legislatiu de la normativa bàsica estatal en matèria de continguts audiovisuals, d'acord amb allò establert a l'article 149.1.27.CE i l'article 16 de l'EAC.

b: La LTC i el RTC defineixen el servei públic de telecomunicacions per cable com el conjunt de serveis de telecomunicacions consistent en el subministrament, o en l'intercanvi, d'informació en forma d'imatges, sons, textos, gràfics o combinacions de gràfics, que es presten al públic en els seus domicilis o dependències de forma integrada mitjançant xarxes de cable. El servei públic de telecomunicacions per cable es presta en règim de lliure competència i amb subjecció als principis de neutralitat i no discriminació.

Els serveis habilitats pel títol concessional són concretament els següents: el servei portador de telecomunicacions, els serveis de difusió, serveis de vídeo sota demanda i de vídeo a la carta, serveis de valor afegit i serveis finals, en especial el de telefonia bàsica, tot i que per a la prestació d'aquests dos últims caldrà obtenir un títol habilitant específic. La concessió habilita per a l'establiment de la xarxa corresponent i la seva explotació mitjançant la prestació dels serveis de referència.

La LTC vincula la prestació del servei de televisió per cable a la prestació d'altres serveis de telecomunicació, establint tot un seguit de drets i d'obligacions, alguns dels quals únicament fan referència al servei de televisió i en els quals centrarem el contingut del present dictamen.

El concessionari ha de ser necessàriament una persona jurídica configurada com a societat anònima, que tingui per objecte social específic la prestació del servei de telecomunicacions per cable. El capital mínim exigint en la demarcació, d'acord amb la categoria assignada, és de 1000 milions de pessetes, que ha d'estar subscrit i desemborsat en un 50% en el moment de la signatura del contracte i l'altre 50% dos anys després. En el supòsit que una mateixa empresa sigui concessionària en diverses demarcacions, el capital mínim exigible serà

la suma dels mínims corresponents a cada una de les demarcacions, però amb el límit de 3.000 milions de pessetes.

La participació de capital estranger no podrà ésser superior al 25%, llevat de l'autorització expressa del Consell de Ministres.

Així, per tal de garantir el pluralisme del mitjans de comunicació social, s'estableix que cap empresa no podrà ésser titular directament o indirecta, o tenir el control, sobre les societats concessionàries del servei de telecomunicacions per cable que conjuntament abastin més d'1.500.000 abonats. Aquest límit es refereix solament al servei de televisió per cable i, òbviament, en l'actual fase d'atorgament de la concessió no esdevé aplicable. La concessió s'atorga per a un període de 25 anys i podrà renovar-se per períodes successius de cinc anys, després de la petició prèvia del concessionari i després dels informes previs de la Generalitat de Catalunya i de l'Ajuntament, en el cas de la demarcació de Barcelona.

Els operadors de cable tenen els drets següents:

- a:** Prestar en la seva demarcació els serveis habilitats pel títol concessional.
- b:** Instal·lar els equips necessaris per a la prestació dels serveis.
- c:** Elaborar per si mateix o contractar amb tercers els continguts dels serveis a prestar.
- d:** Percebre les corresponents tarifes dels seus abonats.

Com a titular de les concessions, l'operador de cable tindrà les obligacions següents:

- a:** Mantenir nivells de qualitat uniformes en la prestació del servei, facilitar l'accés de tots els abonats de la demarcació en condicions d'igualtat. Temporalment, poden existir àrees no cobertes pel servei i àrees cobertes amb tecnologies diferents del cable, amb caràcter transitori o permanent.
- b:** Complir allò establert en la legislació sobre propietat intel·lectual.
- c:** Dispensar un tracte no discriminatori als programadors independents i als prestadors de serveis, assabentant-los d'aquells aspectes de la gestió comercial relacionats amb la seva oferta.
- d:** Assignar, des de l'inici de les seves activitats, un mínim del 40% del total de l'oferta audiovisual distribuïda per la seva xarxa a programadors independents llevat que no existeixi una oferta suficient. Aquesta previsió ha estat específicament desenvolupada per l'article 4.b de la Llei 8/1996.
- e:** Distribuir a tots els abonats els serveis de difusió de televisió hertziana d'àmbit estatal i autonòmic, i, després de la sol·licitud prèvia, els serveis de televisió local de cada municipi.
- f:** Complir la normativa dictada per la Generalitat de Catalunya en l'exercici de les seves competències de desenvolupament legislatiu sobre mitjans de comunicació social, és a dir, la Llei 8/1996, de 5 juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable.

Finalment, s'ha d'indicar que la manifestació de Telefónica de España SA, relativa a la seva disposició a prestar el servei implica que aquesta empresa podrà iniciar les seves activitats mitjançant una societat en el capital de la qual participi en més del 50% i transcorreguts setze mesos, a comptar des de la resolució del concurs. Les condicions en les quals Telefónica de España, SA., haurà de prestar el servei seran iguals a les estipulades en els contractes de concessió del segon operador.

2 Anàlisi de l'oferta

a: L'oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, s'ajusta en la seva estructura a les concretes determinacions establertes en el plec de bases administratives i condicions tècniques.

L'oferta es divideix en quatre apartats:

- Avantprojecte tècnic de l'oferta tècnica

- Oferta de serveis i continguts. Pla de negoci i estratègia comercial de l'oferta tècnica
- Solvència empresarial i financera
- Documentació complementària

El present dictamen se centra específicament en l'oferta de serveis i continguts, sense perjudici de les necessàries referències a altres aspectes connectats d'alguna manera amb els continguts ofertats.

b: L'estructura de la xarxa que es presenta en l'oferta consisteix en una xarxa troncal formada per dos anells, un per a la transmissió de senyals de telecomunicació i un altre per a la transmissió de senyals de televisió analògica, i una xarxa de distribució basada en la tecnologia HFC (Hybrid Fiber Coax).

La xarxa disposarà d'un Centre d'Operacions de Xarxa centralitzat, des d'on es realitzarà un control i una supervisió de tots els seus elements. Així disposarà del manteniment preventiu i correctiu necessari per assegurar-ne la plena disponibilitat.

El servei d'atenció al client previst és de 24 h/dia i 365 dies/any, i amb un temps màxim de resposta distribuït de la manera següent:

- 4 hores (avaries amb pèrdues de servei)
- 8 hores (avaries sense pèrdua total del servei)
- 2 hores (resposta a reclamacions telefònicament)
- 10 dies (resposta a reclamacions per escrit)

Tot i que es podrien realitzar dissenys de xarxa molt més avançats, amb un cost d'implantació molt més elevat, el disseny realitzat per l'ofertant possibilita la viabilitat tècnica i econòmica de la implantació i l'operació de la xarxa i, sobretot, possibilita els serveis interactius i té capacitat suficient per permetre la introducció de nous serveis avançats. Així, cal considerar positivament el compromís de disponibilitat de la xarxa, l'horari del servei d'atenció al client i el temps màxim de resposta per avaries previst inicialment, que potser fóra possible reduir gradualment en funció de l'experiència adquirida.

Pel que fa a la infraestructura de la xarxa, s'ha de destacar que la xarxa troncal estarà finalitzada el segon any, amb un total de 50 quilòmetres de fibra òptica instal·lada. La xarxa de distribució també estarà finalitzada el segon any amb 4.800 km de fibra òptica instal·lada. Per a la implantació de la xarxa, s'intentarà aprofitar al màxim infraestructures i canalitzacions ja existents, com ara els túnels del ferrocarril metropolità i dels ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, RENFE, Telefónica, clavegueram, galeries de distribució, etc., la qual cosa significa maximitzar la utilització d'infraestructures mitjançant l'ús compartit i reduir l'impacte ambiental i ciutadà de les obres d'implantació de la infraestructura civil de la xarxa.

L'ús compartit de les infraestructures existents s'ha instrumentat mitjançant acords ja subscrits o en vies de subscripció que s'han de valorar positivament.

Els equips que componen la xarxa són els següents:

- una capçalera principal i una de reserva que restaran instal·lades el segon any
- catorze centres nodals, que estaran instal·lats el cinquè any
- un màxim de tres centrals de commutació, que restaran instal·lades el desè any

Per tal d'accedir als diversos serveis, els usuaris hauran de disposar de tres equips terminals:

- Terminal per a serveis de televisió, format per convertidors i descodificadors de senyals de televisió, bé analògics o bé digitals.
- Mòdem bidireccional per a dades, Internet i Intranet, per a connexió a ordinador personal.
- Mòdem bidireccional per a telefonia digital, responsable de la conversió digital/analògica del senyal de veu.

En relació amb el terminal per a serveis de televisió, conegut internacionalment com a «set top box», i denominat en l'oferta terminal de vídeo, cal indicar que al llarg del període de concessió, es preveu l'existència de tres tipus de terminals: per a televisió

analògica, per a televisió digital i mixtes.

Inicialment, està prevista la utilització de terminals de vídeo de tipus analògic, que disposen de tot un seguit de prestacions addicionals entre les quals es valoren molt positivament les relatives al control de la programació, el qual permet els serveis de pagament per visió (PPV) i, especialment, l'anomenat control patern, que incorpora una clau d'autorització de programes, el qual permet de cancel·lar la visualització de determinats canals.

La xarxa ha estat dissenyada per proveir d'una forma integrada serveis de telecomunicacions, serveis de radiodifusió i televisió, i serveis interactius, de tal manera que tots els usuaris tenen les mateixes possibilitats d'accés a totes les prestacions.

El dimensionament de la xarxa permet de satisfer la demanda actual i futura de serveis, especialment de serveis interactius. Igualment, s'ha de valorar positivament el disseny de la xarxa amb vista a la seguretat en la transmissió, ascendent i descendent, i a la confidencialitat de la informació que hi circula.

En relació amb la cobertura prevista, l'oferta del licitador preveu que el període de construcció de la xarxa no superarà els sis anys, que és el termini màxim previst en el plec. En el territori de Barcelona, s'oferirà accés a la xarxa a la pràctica totalitat de les llars principals i negocis.

c: De conformitat amb allò establert a l'Annex II del Plec de Bases, l'oferta del licitador inclou un estudi de la demanda de serveis i la previsió de creixement anual al llarg del cinc primers anys de vigència de la concessió. És necessari subratllar que les previsions relatives als dos primers anys vinculen el licitador.

Els estudis de mercat realitzats posen de manifest que la demarcació de Barcelona és molt atractiva, perquè es tracta d'un mercat creixent de telecomunicacions, perquè té unes condicions sociodemogràfiques favorables i perquè demostra una demanda latent de serveis avançats de multimèdia.

Pel que fa a referència concreta al mercat televisiu, l'estudi del licitador assenyala que la unitat familiar típica consumeix més de quatre hores de televisió diàries, i més del 80% dels domicilis tenen un aparell de vídeo. Els propietaris d'aparells de vídeo lloguen una mitjana de 2,1 pel·lícules al mes i compren 0,5 pel·lícules al mes. El 17% del mercat està actualment abonat a algun servei de televisió de pagament. Cal tenir en compte que el servei de televisió de pagament més difós és el de Canal +, i que els subscriptors d'aquest servei paguen més de 3.500 pessetes al mes per accedir a un canal de programació, reconegut, bàsicament, per la disponibilitat sobre els drets del futbol i l'accés a pel·lícules recents doblades al castellà. D'aquestes dades, sembla deduir-se'n l'existència d'una forta demanda de televisió de pagament.

Pel que fa a la utilització d'ordinadors personals, els estudis aportats evidencien que a Catalunya la penetració d'ordinadors personals en les unitats familiars és alta, amb nivells comparables als dels Estats Units. El 4,5% de les unitats familiars de tota Catalunya ha manifestat utilitzar Internet amb un ús de mitja hora al dia de mitjana. La factura mitjana mensual per l'accés a Internet és de 3.291 pessetes. L'ordinador s'utilitza bàsicament com a entreteniment i per treballar.

El perfil del client objectiu dels serveis de vídeo, segons l'estudi del licitador, és un individu entre 20 i 45 anys, amb estudis secundaris o universitaris i que té uns ingressos anuals entre 3 i 7 milions de pessetes.

D'altra banda, el client típic del servei d'Internet és un individu entre 26 i 45 anys, amb títol universitari i que té uns ingressos entre 5 i 7 milions de pessetes anuals. L'usuari objectiu treballa principalment com a professional o directiu.

Els serveis ofertats pel licitador són els següents:

- serveis de televisió per cable

- serveis d'accés a Internet
- serveis de telefonia
- serveis portadors

Deixant al marge del present dictamen els serveis de telefonia i els serveis portadors, cal analitzar l'abast dels serveis de televisió per cable i dels serveis d'accés a Internet.

El servei de televisió per cable es presta sota modalitats diverses.

L'anomenat servei bàsic permet a l'usuari de rebre tots els canals usuals de la televisió hertziana i una sèrie de canals addicionals. L'usuari del servei bàsic rebrà almenys 20 canals en el paquet. Tot i que l'oferta no concreta els canals que s'oferiran, es prenen com a referència els canals emesos en la prova pilot de Barcelona, per per tal d'emetre una valoració positiva de la sensible ampliació de l'oferta televisiva mitjançant el servei bàsic. L'inici de la prestació del servei bàsic està previst per al primer any de la concessió.

El servei de pagament per visió (PPV) permet a l'usuari de comprar programació per impulsos. Es transmetran a cada client dos o tres canals de televisió en un format codificat. L'usuari podrà encarregar la programació polsant una tecla en el control remot o sol·licitar-la a un agent d'atenció al client. La introducció d'aquest servei està prevista per al primer any.

Els canals premium permeten a l'usuari del servei bàsic de rebre canals temàtics d'alta qualitat que no estan inclosos en el paquet bàsic. El client paga una quota mensual per cada canal especial que desitgi rebre. La introducció d'aquests canals està prevista a partir del segon any.

El servei bàsic ampliat comprèn, com a mínim, un paquet de cinc canals d'entreteniment i temàtics que estaran disponibles per una quota mensual. Es preveu introduir aquest servei el segon any.

El vídeo quasi sota demanda (NVOD) és un servei que se subministrerà als usuaris del servei bàsic. El servei utilitzarà vuit canals per transmetre una pel·lícula o un esdeveniment amb horaris de començament esglaonats, amb 15 minuts de diferència. La introducció d'aquest servei està prevista a partir del cinquè any.

El vídeo sota demanda (VOD) és un servei digital que permet a l'usuari sol·licitar una pel·lícula o un espai en el moment en què desitgi veure'l. Solament s'oferirà un canal de VOD per habitatge. L'usuari introduirà l'ordre a partir d'un menú de vídeo dels programes existents. Es preveu introduir aquesta modalitat de servei a partir del vuitè any de la concessió.

El grau de penetració dels serveis de televisió per cable previst per l'oferta del licitador és d'un 2% el primer any, un 5% el cinquè any i un 14 % el desè any.

Considerada en el seu conjunt, l'oferta de serveis de difusió de televisió per cable suposa una sensible ampliació de l'oferta televisiva actualment existent, derivada de la relativa abundància de canals disponibles. Això ha de comportar, previsiblement, una fragmentació de l'audiència i un nivell superior de competència en el mercat audiovisual, directament relacionat amb el grau de penetració dels nous serveis. Des d'aquesta perspectiva, l'oferta del licitador s'ha de valorar positivament. No obstant això, els serveis de NVOD i de VOD no s'introduiran fins al cinquè i al vuitè any de la concessió respectivament. Tot reconeixent que les tecnologies disponibles fan que aquests serveis no siguin econòmicament viables en la fase inicial de la concessió, seria desitjable la seva introducció tan aviat com l'evolució de la tecnologia i del mercat ho possibilités, amb independència dels terminis prefixats.

De conformitat amb allò establert a la legislació, l'operador de cable està obligat a difondre els canals de televisió hertziana, públics i privats, que s'hauran d'incloure dins l'anomenat servei bàsic. Aquesta obligació, que suposa un límit al dret del concessionari per elaborar per si mateix els continguts, té per objecte, en primer lloc, establir una garantia del pluralisme i, en segon lloc, protegir d'alguna forma una determinada modalitat televisiva, especialment

vulnerable en els nivells autonòmic i local. De l'oferta es desprèn que no existeix cap impediment tecnològic per tal que l'operador pugui difondre els canals d'àmbit local, per la qual cosa l'oferta hauria de garantir explícitament que, dins el servei bàsic, s'inclouran tots els canals de ràdio i televisió local que sol·licita, en els termes previstos a la llei.

Així mateix, seria desitjable que dins l'oferta s'inclouessin els canals de les televisions públiques autonòmiques, especialment aquells que emeten en català.

Els serveis d'accés a Internet, és a dir, els serveis de dades, es prestaran sota dues modalitats: l'accés telefònic a Internet i l'accés a Internet per mòdem de cable. Ambdós serveis es prestaran a partir del primer any.

L'oferta als usuaris de connexions d'alta velocitat amb Internet mitjançant els mòdems de cable és l'únic servei que es proveirà immediatament i que no està fàcilment disponible en l'actualitat.

Els diversos agents que intervenen en la indústria audiovisual s'inclouen principalment en les àrees de producció (creació del contingut audiovisual), empaquetament (compra de continguts per crear canals de televisió) i distribució (transmissió a l'audiència dels canals de televisió).

L'ofertant participarà en la cadena de producció audiovisual en l'àmbit de la distribució de continguts, per tant, no està prevista l'elaboració de continguts propis.

L'oferta de canals es basa en una selecció, realitzada per l'operador, de les cadenes nacionals i internacionals, com també dels continguts de caràcter local que es puguin generar. En l'oferta s'indica que existeixen acords amb els principals proveïdors de programació codificada via satèl·lit que seran tramesos a través de la xarxa de cable, i també amb altres canals de televisió. Igualment, s'indica que s'estan mantenint converses per tal de concretar acords relatius al contingut addicional en català i amb una universitat privada, per a la creació d'un canal amateur.

En relació amb l'origen dels continguts, s'ha de destacar que el 100% de l'oferta audiovisual que es pretén distribuir prové de programadors aliens al licitador, amb la qual cosa es compleix l'obligació legal de contractar amb tercers, com a mínim, el 40% de l'oferta audiovisual.

L'oferta de continguts està composta per senyals catalans (3,1%), espanyols (53,1%), de la Unió Europea (37,5%) i de la resta del món (6,3%). No obstant aquesta distribució, la Llei 8/1996 estableix diverses obligacions per tal de garantir la pluralitat lingüística: que el 50% del temps de reserva destinat a la difusió d'obres en qualsevol de les llengües oficials sigui en llengua catalana i que les emissions de pel·lícules, sèries televisives o documentals doblats a una llengua diferent de l'original, o subtitulades, s'han d'oferir simultàniament, com a mínim, doblats o subtitulats en català.

La mateixa Llei estableix que els canals oberts rebuts per l'antena de l'abonat es poden oferir sense els condicionaments indicats, amb la qual cosa s'hauria d'establir el còmput a partir dels canals codificats distribuïts per l'operador. D'altra banda, la Llei preveu un període transitori d'adaptació que s'instrumenta mitjançant la presentació d'un programa d'adaptació que ha de ser aprovat per l'òrgan competent. Seria desitjable que aquest programa es pogués aprovar, en tot cas, amb anterioritat a l'inici regular de les emissions per l'operador que resulti adjudicatari.

Segons s'indica en l'oferta, tota la programació contractada i la que es pugui contractar compleix les disposicions legals establertes. Cal indicar que la Llei 8/1996 és més rigorosa que la LTC en estendre a la programació audiovisual distribuïda per cable totes les limitacions imposades per la Llei 25/1994. Així, els programes de televisió que poden atemptar contra les normes de protecció dels joves i dels infants o d'altres drets protegits, s'han d'oferir als abonats de forma independent i clarament identificada. D'aquesta previsió

es desprèn que aquests programes no podran formar part, en cap cas, del servei bàsic ni del servei bàsic ampliat.

Com a mesura addicional de protecció, l'oferta indica que la tecnologia implícita al convertidor de senyal aporta una funció de «bloqueig infantil» que permet als pares d'impedir l'accés a un o diversos canals, tot determinant un codi de seguretat dins el propi convertidor de senyal. Aquesta previsió s'ha de valorar positivament, atès que compleix una de les prescripcions de la Llei 8/1996, que obliga a l'operador a oferir a l'abonat la possibilitat d'utilitzar tecnologies existents en el mercat per tal de limitar l'accés des del seu receptor als espais que poden atemptar contra els sectors d'especial protecció i li ha de subministrar sense cost suplementari aquest suport tecnològic.

La prescripció de la Llei 8/1996 està directament inspirada en la regulació establerta en la Llei de decència en les comunicacions americana, concretament en la Secció 551, que estableix l'obligació d'introduir tecnologies de bloqueig de programes que permetin als pares d'impedir l'accés a la programació audiovisual que considerin perjudicial per als seus fills.

En aquest sentit, la Directriu del Parlament Europeu i del Consell per la qual es modifica l'anomenada Directriu de la televisió sense fronteres encomana a la Comissió la realització d'una investigació, en col·laboració amb les autoritats dels estats membres, sobre els possibles avantatges i inconvenients de noves mesures adreçades a facilitar el control exercit pels pares o tutors sobre els programes que els menors d'edat poden veure. Abans de tres anys, comptats a partir de l'adopció de la Directriu, la Comissió ha de presentar propostes adequades sobre l'equipament dels nous aparells de televisió de dispositius tècnics que permetin als pares o tutors de filtrar determinats programes, sobre l'establiment de sistemes de classificació adequats i sobre el foment de polítiques de televisió familiar i altres mesures educatives i de sensibilització.

Per tot això, la introducció de tecnologies de bloqueig s'ha de considerar molt positiva per diverses raons. En primer lloc, és un mitjà voluntari i no intrusiu, atès que no es prohibeix cap mena de programació i els programes que es puguin considerar perjudicials per als menors no resten limitats a determinats horaris d'emissió. En segon lloc, és un mitjà tecnològicament avançat que incrementa la capacitat d'elecció de l'usuari.

En relació amb el pla de negoci i d'estratègia comercial, a l'efecte del present dictamen interessa destacar que el licitador basa la seva proposta en una oferta de qualitat i uns preus força competitius.

Amb la finalitat de complir amb les condicions establertes en el plec, l'oferta estableix uns preus màxims durant els primers cinc anys. No obstant això, les tarifes inicials contemplades en l'oferta són sensiblement inferiors. Així, l'anomenada quota d'instal·lació se situa en les 5.000 pessetes i s'estableix una tarifa de 1.950 pessetes mensuals per al servei bàsic. El preu mitjà per a cada canal premium serà d'aproximadament 500 pessetes per mes, i el preu del servei bàsic ampliat serà de 1.300 pessetes mensuals aproximadament. El preu mitjà dels espais subministrats sota les modalitats de PPV, NVDO i VDO es calcula al voltant de les 500 pessetes per abonat.

d: L'empresa licitadora CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA S.A, domiciliada a Barcelona, va ésser constituïda el 3 de febrer de 1995.

En la data de presentació de l'oferta, la composició accionarial de l'empresa estava estructurada de la següent manera:

TISA (La Vanguardia)	7,5%
Multimèdia Cable	7,5%
Redesa (ENHER)	10%
GETSA (Endesa)	10%

Cableuropa SA	20%
Caixa d'Estalvis de Catalunya	20%
us West España Telecomunicacions inc.	25%

Tal com s'indica en l'oferta, com a conseqüència de la realització de diverses compravendes accionaries, l'estructura del capital actual és la següent:

Redesa (ENHER)	5%
TISA CABLE SL	7,5%
Multimèdia Cable SA	7,5%
Invercatalunya cable SL (Caixa d'Estalvis de Catalunya)	10%
Gas Natural, SDG SA	10%
STET	12,5%
SPAINCO	12,5%
GETSA (Endesa)	15%
Cableuropa SA	20%

Les dues principals variacions respecte a l'estructura inicial han estat la incorporació de Gas Natural, STET i SPAINCO a l'accionariat i la desvinculació accionaria de l'empresa us West, si bé aquesta continua vinculada al licitador mitjançant un contracte d'assistència tècnica.

El capital social de la companyia es de 1.871 milions de pessetes, totalment desemborsat. L'oferta contempla un calendari precís d'ampliacions de capital que, mantenint la mateixa distribució accionaria, en un termini de deu anys situaria el capital en 29.527 milions de pessetes.

El licitador és una empresa pionera en el camp de les tecnologies de banda ampla a Catalunya. Actualment, gestiona una xarxa pilot de cable a Barcelona, en funció d'una concessió atorgada mitjançant concurs públic per l'Ajuntament. La capçalera principal ja està en funcionament i la xarxa arriba a 1.321 edificis. Mitjançant la xarxa pilot, es comercialitza un paquet de 31 canals de televisió, que inclou els vuit canals hertzians que pot rebre qualsevol ciutadà i un canal de videotext amb informació local.

El licitador, d'acord amb allò establert en el plec, ha dipositat un aval bancari per import de 400 milions de pessetes (2% de la inversió mínima) en concepte de fiança provisional. En cas de resultar adjudicatari, la fiança definitiva a constituir és de 800 milions de pessetes (4% de la inversió mínima).

A més, el licitador ha assumit tot un seguit de compromisos voluntaris garantits mitjançant diverses penalitzacions econòmiques. En síntesi, aquests compromisos i garanties són els següents.

- Compromís i garantia d'estabilitat accionaria durant els tres primers anys de la concessió.

Les penalitzacions seran equivalents a un 5% de l'import de la transacció, en cas que la venda es produeixi a un tercer no accionista, i un 2% de la transacció en cas que la venda es produeixi entre accionistes.

- Garantia de participació en el capital de l'empresa, mitjançant l'aportació en el moment de l'adjudicació d'un aval bancari equivalent al 0,25% de la inversió mínima exigida.
- Compromís de construir la xarxa en cinc anys.
- Creació dels llocs de treball indicats en la oferta.
- Posar en marxa els serveis previstos en els dos primers anys. Pel que fa referència als serveis audiovisuals, aquests serveis són el servei bàsic, PPV, el servei bàsic ampliat i els canals premium.
- No sobrepassar les tarifes màximes establertes durant els primers cinc anys.

- Comunicar les ofertes d'ocupació a les empreses del sector públic audiovisual.
- Invertir en projectes d'investigació i de desenvolupament.
- Realitzar un estudi detallat de l'impacte ambiental de la xarxa.
- Realitzar la inversió mínima de 20.000 milions en el calendari ofertat.

Tots aquests compromisos seran garantits per un aval equivalent al 0,75% de la inversió mínima exigida, és a dir, 150 milions de pessetes.

La valoració dels compromisos voluntaris addicionals i de les garanties aportades ha de ser necessàriament positiva, atès que suposa una sensible millora respecte de les condicions mínimes establertes en el plec de bases.

e: L'oferta del licitador es completa amb la documentació aportada en relació amb la contribució tecnològica i industrial a l'economia, l'impacte en el desenvolupament regional, el medi ambient i la creació d'ocupació.

Tot i que segons les dades aportades pel licitador, la implantació i l'explotació d'una xarxa de cable de banda ampla ha de repercutir favorablement en el sector audiovisual i, especialment, en l'àrea de producció i de programació de continguts, el licitador se situa clarament en el segment de la distribució, tot descartant qualsevol mena d'integració vertical i sense perjudici d'actuar com a catalitzador i promotor d'iniciatives en la indústria de continguts. Seria desitjable que l'adjudicatari del concurs assumís una posició activa en el desenvolupament de projectes d'interès social, tant en l'àrea de les Tecnologies, per tal d'estimular la utilització de serveis avançats en sectors com ara la sanitat i l'ensenyament.

3 Conclusions

La valoració de l'oferta de serveis i continguts formulada pel licitador ha de tenir present dos elements que condicionen en gran mesura el seu contingut concret. En primer lloc, les incerteses derivades del marc regulador de les telecomunicacions, la plena liberalització de les quals ha estat anunciada per al desembre de 1998, i a les quals s'han d'afegir les de la mateixa regulació audiovisual, les normes principals de la qual estan subjectes a un procés de revisió. En segon lloc, les incerteses derivades d'una oferta de continguts escassa i poc desenvolupada, amb l'existència d'un evident risc de monopolització per empreses de producció i programació amb el conseqüent perill de la reducció del pluralisme informatiu. La mateixa estructura dels costos d'alguns dels drets d'emissió rellevant en el mercat resta actualment sotmesa a una profunda incertesa legislativa que, sens dubte, no constitueix un estímul per a la inversió en l'àrea de continguts i programació.

En qualsevol cas, de l'anàlisi de l'oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, es desprèn una valoració positiva per les raons expressades en el cos del dictamen. Per tot això, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya dictamina favorablement l'oferta presentada pel licitador.

4/97

Sobre l'oferta presentada en el concurs per a l'adjudicació del servei de telecomunicacions per cable a la demarcació territorial de Catalunya Nord.

Antecedents

En data 26 de febrer de 1997 ha estat publicada en el BOE l'Ordre del Ministeri de Foment, datada el 18 de febrer de 1997, en virtut de la qual es disposa la publicació del plec de bases administratives i de condicions tècniques i es convoca el concurs públic per a l'adjudicació, mitjançant procediment obert, d'una concessió per a la prestació del servei públic de telecomunicacions per cable a la demarcació territorial de Barcelona.

La Llei 42/1995, de 22 de desembre, de les Telecomunicacions per cable (d'ara endavant LTC), estableix que el servei de telecomunicacions per cable es prestarà per demarcacions territorials. De conformitat amb les previsions de l'esmentada Llei, la demarcació territorial de Barcelona va ésser constituïda, previ l'informe del Govern de la Generalitat, mitjançant Acord

del Ple de l'Ajuntament de Barcelona, de data 16 d'abril de 1996.

Així, la LTC també disposa que el servei de telecomunicacions per cable es prestarà pels operadors de cable en règim de gestió indirecta, mitjançant concessió administrativa que serà atorgada pel Ministeri de Foment, prèvia la convocatòria per aquest Ministeri dels oportuns concursos públics.

El Plec de Bases Administratives i condicions tècniques que ha de regir el concurs ha estat aprovat, previ l'informe de la Generalitat de Catalunya, mitjançant Ordre de 14 de gener de 1997, havent-se fixat el termini per a la presentació de les ofertes per part dels licitadors, el qual va finalitzar el dia 27 de maig de 1997, i el termini per procedir a l'apertura de les ofertes. Telefónica de España SA, ha manifestat la seva disposició a prestar el servei en la demarcació territorial de Barcelona.

Finalitzat el termini per a la presentació d'ofertes, solament s'ha registrat una oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA.

Reunida la Mesa de Contractació, la qual va ser constituïda per al concurs per a l'adjudicació del servei a la demarcació territorial de Barcelona el dia 5 de juny de 1997, va analitzar la documentació administrativa presentada per l'únic oferent i va decidir la seva admissió al concurs. El dia 10 de juny, la Mesa de Contractació va procedir a l'acte públic d'apertura de l'oferta tècnica i econòmica, i de la documentació complementària presentada pel licitador.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, mitjançant escrit del seu president, de data 5 de juny de 1997, va sol·licitar del secretari general d'Indústria, Comerç i Turisme, en la seva qualitat de vocal de la Mesa de Contractació, el trasllat de l'oferta presentada, per tal de poder analitzar-la i emetre el dictamen corresponent, de conformitat amb allò establert a l'article 12.1.c) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable.

El secretari general d'Indústria, Comerç i Turisme, amb data 17 de juny de 1997, va donar trasllat de l'oferta de serveis i continguts presentada pel licitador al concurs d'atorgament de la llicència de segon operador de telecomunicacions per cable a la demarcació de Barcelona.

En data 26 de juny de 1997, la Comissió Tècnica del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, prèvia la compareixença del director de l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, que va exposar el contingut de l'oferta i va contestar les preguntes i aclariments formulats pels consellers, va dictaminar favorablement l'informe presentat pel president i va acordar convocar una reunió extraordinària del Ple del Consell per tal de procedir a l'aprovació, si s'escau, del dictamen definitiu.

1 Marc legal

a: La LTC i el Reglament Tècnic de Prestació del Servei de Telecomunicacions per Cable, aprovat pel Reial decret 2066/1996, de 13 de setembre (d'ara endavant RTC) estableixen el règim jurídic del servei públic de telecomunicacions per cable i de les xarxes que li serveixen de suport.

Així, esdevenen aplicables la Llei 17/1997, de 3 de maig, per la qual s'incorpora al Dret espanyol la Directriu 95/47/CE, de 24 d'octubre, del Parlament Europeu i del Consell, sobre l'ús de normes per a la transmissió de senyals de televisió i s'aproven mesures addicionals per a la liberalització del sector, i el Reglament Tècnic i de Prestació del Servei de Telecomunicacions per satèl·lit, aprovat pel Reial decret 136/1997, de 31 de gener.

És especialment rellevant destacar l'aplicació de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, que estableix el desenvolupament legislatiu de la normativa bàsica estatal en matèria de continguts audiovisuals, d'acord amb

allò establert a l'article 149.1.27.CE i l'article 16 de l'EAC.

b: La LTC i el RTC defineixen el servei públic de telecomunicacions per cable com el conjunt de serveis de telecomunicacions consistent en el subministrament, o en l'intercanvi, d'informació en forma d'imatges, sons, textos, gràfics o combinacions de gràfics, que es presten al públic en els seus domicilis o dependències de forma integrada mitjançant xarxes de cable. El servei públic de telecomunicacions per cable es presta en règim de lliure competència i amb subjecció als principis de neutralitat i no discriminació.

Els serveis habilitats pel títol concessional són concretament els següents: el servei portador de telecomunicacions, els serveis de difusió, serveis de vídeo sota demanda i de vídeo a la carta, serveis de valor afegit i serveis finals, en especial el de telefonia bàsica, tot i que per a la prestació d'aquests dos últims caldrà obtenir un títol habilitant específic. La concessió habilita per a l'establiment de la xarxa corresponent i la seva explotació mitjançant la prestació dels serveis de referència.

La LTC vincula la prestació del servei de televisió per cable a la prestació d'altres serveis de telecomunicació, establint tot un seguit de drets i d'obligacions, alguns dels quals únicament fan referència al servei de televisió i en els quals centrarem el contingut del present dictamen.

El concessionari ha de ser necessàriament una persona jurídica configurada com a societat anònima, que tingui per objecte social específic la prestació del servei de telecomunicacions per cable. El capital mínim exigint en la demarcació, d'acord amb la categoria assignada, és de 1000 milions de pessetes, que ha d'estar subscrit i desemborsat en un 50% en el moment de la signatura del contracte i l'altre 50% dos anys després. En el supòsit que una mateixa empresa sigui concessionària en diverses demarcacions, el capital mínim exigible serà la suma dels mínims corresponents a cada una de les demarcacions, però amb el límit de 3.000 milions de pessetes.

La participació de capital estranger no podrà ésser superior al 25%, llevat de l'autorització expressa del Consell de Ministres.

Així, per tal de garantir el pluralisme del mitjans de comunicació social, s'estableix que cap empresa no podrà ésser titular directament o indirecta, o tenir el control, sobre les societats concessionàries del servei de telecomunicacions per cable que conjuntament abastin més d'1.500.000 abonats. Aquest límit es refereix solament al servei de televisió per cable i, òbviament, en l'actual fase d'atorgament de la concessió no esdevé aplicable.

La concessió s'atorga per a un període de 25 anys i podrà renovar-se per períodes successius de cinc anys, després de la petició prèvia del concessionari i després dels informes previs de la Generalitat de Catalunya i de l'Ajuntament, en el cas de la demarcació de Barcelona.

Els operadors de cable tenen els drets següents:

- a:** Prestar en la seva demarcació els serveis habilitats pel títol concessional.
- b:** Instal·lar els equips necessaris per a la prestació dels serveis.
- c:** Elaborar per si mateix o contractar amb tercers els continguts dels serveis a prestar.
- d:** Percebre les corresponents tarifes dels seus abonats.

Com a titular de les concessions, l'operador de cable tindrà les obligacions següents:

- a:** Mantenir nivells de qualitat uniformes en la prestació del servei, facilitar l'accés de tots els abonats de la demarcació en condicions d'igualtat. Temporalment, poden existir àrees no cobertes pel servei i àrees cobertes amb tecnologies diferents del cable, amb caràcter transitori o permanent.
- b:** Complir allò establert en la legislació sobre propietat intel·lectual.
- c:** Dispensar un tracte no discriminatori als programadors independents i als prestadors de serveis, assabentant-los d'aquells aspectes de la gestió comercial relacionats amb la seva oferta.

d: Assignar, des de l'inici de les seves activitats, un mínim del 40% del total de l'oferta audiovisual distribuïda per la seva xarxa a programadors independents llevat que no existeixi una oferta suficient. Aquesta previsió ha estat específicament desenvolupada per l'article 4.b de la Llei 8/1996.

e: Distribuir a tots els abonats els serveis de difusió de televisió hertziana d'àmbit estatal i autonòmic, i, després de la sol·licitud prèvia, els serveis de televisió local de cada municipi.

f: Complir la normativa dictada per la Generalitat de Catalunya en l'exercici de les seves competències de desenvolupament legislatiu sobre mitjans de comunicació social, és a dir, la Llei 8/1996, de 5 juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable.

Finalment, s'ha d'indicar que la manifestació de Telefónica de España, SA, relativa a la seva disposició a prestar el servei implica que aquesta empresa podrà iniciar les seves activitats mitjançant una societat en el capital de la qual participi en més del 50% i transcorreguts setze mesos, a comptar des de la resolució del concurs. Les condicions en les quals Telefónica de España, SA, haurà de prestar el servei seran iguals a les estipulades en els contractes de concessió del segon operador.

2 Anàlisi de l'oferta

a: L'oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, s'ajusta en la seva estructura a les concretes determinacions establertes en el plec de bases administratives i condicions tècniques.

L'oferta es divideix en quatre apartats:

- Avantprojecte tècnic de l'oferta tècnica
- Oferta de serveis i continguts. Pla de negoci i estratègia comercial de l'oferta tècnica
- Solvència empresarial i financera
- Documentació complementària

El present dictamen se centra específicament en l'oferta de serveis i continguts, sense perjudici de les necessàries referències a altres aspectes connectats d'alguna manera amb els continguts ofertats.

b: L'estructura de la xarxa que es presenta en l'oferta consisteix en una xarxa troncal formada per dos anells, un per a la transmissió de senyals de telecomunicació i un altre per a la transmissió de senyals de televisió analògica, i una xarxa de distribució basada en la tecnologia HFC (Hybrid Fiber Coax).

La xarxa disposarà d'un Centre d'Operacions de Xarxa centralitzat, des d'on es realitzarà un control i una supervisió de tots els seus elements. Així disposarà del manteniment preventiu i correctiu necessari per assegurar-ne la plena disponibilitat.

El servei d'atenció al client previst és de 24 h/dia i 365 dies/any, i amb un temps màxim de resposta distribuït de la manera següent:

- 4 hores (avaries amb pèrdues de servei)
- 8 hores (avaries sense pèrdua total del servei)
- 2 hores (resposta a reclamacions telefònicament)
- 10 dies (resposta a reclamacions per escrit)

Tot i que es podrien realitzar dissenys de xarxa molt més avançats, amb un cost d'implantació molt més elevat, el disseny realitzat per l'ofertant possibilita la viabilitat tècnica i econòmica de la implantació i l'operació de la xarxa i, sobretot, possibilita els serveis interactius i té capacitat suficient per permetre la introducció de nous serveis avançats. Així, cal considerar positivament el compromís de disponibilitat de la xarxa, l'horari del servei d'atenció al client i el temps màxim de resposta per avaries previst inicialment, que potser fóra possible reduir gradualment en funció de l'experiència adquirida.

Pel que fa a la infraestructura de la xarxa, s'ha de destacar que es preveu la seva extensió

per gran part del territori de la demarcació. El període de construcció de la xarxa no superarà els cinc anys per als municipis de més de 50.000 habitants, set per als municipis entre 10 i 5.000 habitants i deu per a la resta. En el territori de la demarcació s'oferirà cobertura al 68% de la població. Per a la implantació de la xarxa s'intentarà aprofitar al màxim les infraestructures i canalitzacions existents i integrar les xarxes de cable existents en la demarcació. En l'actualitat, el Ministeri de Foment ha atorgat 39 concessions provisionals en tot el territori de Catalunya.

L'oferta haurà de contemplar la cobertura de tota la població de tal manera que, dins el període de construcció de la xarxa, qualsevol municipi tingui accés a la mateixa en un termini raonable.

L'ús compartit de les infraestructures existents s'ha instrumentat mitjançant acords ja subscrits o en vies de subscripció que s'han de valorar positivament.

Els equips que componen la xarxa són els següents:

- una capçalera principal i una de reserva que restaran instal·lades el segon any
- catorze centres nodals, que estaran instal·lats el cinquè any
- un màxim de tres centrals de commutació, que restaran instal·lades el desè any

Per tal d'accedir als diversos serveis, els usuaris hauran de disposar de tres equips terminals:

- Terminal per a serveis de televisió, format per convertidors i descodificadors de senyals de televisió, bé analògics o bé digitals.
- Mòdem bidireccional per a dades, Internet i Intranet, per a connexió a ordinador personal.
- Mòdem bidireccional per a telefonia digital, responsable de la conversió digital/analògica del senyal de veu.

En relació amb el terminal per a serveis de televisió, conegut internacionalment com a «set top box», i denominat en l'oferta terminal de vídeo, cal indicar que al llarg del període de concessió, es preveu l'existència de tres tipus de terminals: per a televisió analògica, per a televisió digital i mixtes.

Inicialment, està prevista la utilització de terminals de vídeo de tipus analògic, que disposen de tot un seguit de prestacions addicionals entre les quals es valoren molt positivament les relatives al control de la programació, el qual permet els serveis de pagament per visió (PPV) i, especialment, l'anomenat control patern, que incorpora una clau d'autorització de programes, el qual permet de cancel·lar la visualització de determinats canals.

La xarxa ha estat dissenyada per proveir d'una forma integrada serveis de telecomunicacions, serveis de radiodifusió i televisió, i serveis interactius, de tal manera que tots els usuaris tenen les mateixes possibilitats d'accés a totes les prestacions.

El dimensionament de la xarxa permet de satisfer la demanda actual i futura de serveis, especialment de serveis interactius. Igualment, s'ha de valorar positivament el disseny de la xarxa amb vista a la seguretat en la transmissió, ascendent i descendent, i a la confidencialitat de la informació que hi circula.

En relació amb la cobertura prevista, l'oferta del licitador preveu que el període de construcció de la xarxa no superarà els sis anys, que és el termini màxim previst en el plec.

En el territori de Barcelona, s'oferirà accés a la xarxa a la pràctica totalitat de les llars principals i negocis.

c: De conformitat amb allò establert a l'Annex II del Plec de Bases, l'oferta del licitador inclou un estudi de la demanda de serveis i la previsió de creixement anual al llarg del cinc primers anys de vigència de la concessió. És necessari subratllar que les previsions relatives als dos primers anys vinculen el licitador.

Els estudis de mercat realitzats posen de manifest que la demarcació de Barcelona és molt atractiva, perquè es tracta d'un mercat creixent de telecomunicacions, perquè té unes

condicions sociodemogràfiques favorables i perquè demostra una demanda latent de serveis avançats de multimèdia.

Pel que fa a referència concreta al mercat televisiu, l'estudi del licitador assenyala que la unitat familiar típica consumeix més de quatre hores de televisió diàries, i més del 80% dels domicilis tenen un aparell de vídeo. Els propietaris d'aparells de vídeo lloguen una mitjana de 2,1 pel·lícules al mes i compren 0,5 pel·lícules al mes. El 17% del mercat està actualment abonat a algun servei de televisió de pagament. Cal tenir en compte que el servei de televisió de pagament més difós és el de Canal+, i que els subscriptors d'aquest servei paguen més de 3.500 pessetes al mes per accedir a un canal de programació, reconegut, bàsicament, per la disponibilitat sobre els drets del futbol i l'accés a pel·lícules recents doblades al castellà. D'aquestes dades, sembla deduir-se'n l'existència d'una forta demanda de televisió de pagament.

Pel que fa a la utilització d'ordinadors personals, els estudis aportats evidencien que a Catalunya la penetració d'ordinadors personals en les unitats familiars és alta, amb nivells comparables als dels Estats Units. El 4,5% de les unitats familiars de tota Catalunya ha manifestat utilitzar Internet amb un ús de mitja hora al dia de mitjana. La factura mitjana mensual per l'accés a Internet és de 3.291 pessetes. L'ordinador s'utilitza bàsicament com a entreteniment i per treballar.

El perfil del client objectiu dels serveis de vídeo, segons l'estudi del licitador, és un individu entre 20 i 45 anys, amb estudis secundaris o universitaris i que té uns ingressos anuals entre 3 i 7 milions de pessetes.

D'altra banda, el client típic del servei d'Internet és un individu entre 26 i 45 anys, amb títol universitari i que té uns ingressos entre 5 i 7 milions de pessetes anuals. L'usuari objectiu treballa principalment com a professional o directiu.

Els serveis ofertats pel licitador són els següents:

- serveis de televisió per cable
- serveis d'accés a Internet
- serveis de telefonia
- serveis portadors

Deixant al marge del present dictamen els serveis de telefonia i els serveis portadors, cal analitzar l'abast dels serveis de televisió per cable i dels serveis d'accés a Internet.

El servei de televisió per cable es presta sota modalitats diverses.

L'anomenat servei bàsic permet a l'usuari de rebre tots els canals usuals de la televisió hertziana i una sèrie de canals addicionals. L'usuari del servei bàsic rebrà almenys 20 canals en el paquet. Tot i que l'oferta no concreta els canals que s'oferiran, es prenen com a referència els canals emesos en la prova pilot de Barcelona, per per tal d'emetre una valoració positiva de la sensible ampliació de l'oferta televisiva mitjançant el servei bàsic. L'inici de la prestació del servei bàsic està previst per al primer any de la concessió.

El servei de pagament per visió (PPV) permet a l'usuari de comprar programació per impulsos. Es transmetran a cada client dos o tres canals de televisió en un format codificat. L'usuari podrà encarregar la programació polsant una tecla en el control remot o sol·licitar-la a un agent d'atenció al client. La introducció d'aquest servei està prevista per al primer any.

Els canals premium permeten a l'usuari del servei bàsic de rebre canals temàtics d'alta qualitat que no estan inclosos en el paquet bàsic. El client paga una quota mensual per cada canal especial que desitgi rebre. La introducció d'aquests canals està prevista a partir del segon any.

El servei bàsic ampliat comprèn, com a mínim, un paquet de cinc canals d'entreteniment i temàtics que estaran disponibles per una quota mensual. Es preveu introduir aquest servei el segon any.

El vídeo quasi sota demanda (nvod) és un servei que se subministrerà als usuaris del servei bàsic. El servei utilitzarà vuit canals per transmetre una pel·lícula o un esdeveniment amb horaris de començament esglaonats, amb 15 minuts de diferència. La introducció d'aquest servei està prevista a partir del cinquè any.

El vídeo sota demanda (vod) és un servei digital que permet a l'usuari sol·licitar una pel·lícula o un espai en el moment en què desitgi veure'l. Solament s'ofertarà un canal de vod per habitatge. L'usuari introduirà l'ordre a partir d'un menú de vídeo dels programes existents. Es preveu introduir aquesta modalitat de servei a partir del vuitè any de la concessió.

El grau de penetració dels serveis de televisió per cable previst per l'oferta del licitador és d'un 2% el primer any, un 3% el cinquè any i un 10 % el desè any.

Considerada en el seu conjunt, l'oferta de serveis de difusió de televisió per cable suposa una sensible ampliació de l'oferta televisiva actualment existent, derivada de la relativa abundància de canals disponibles. Això ha de comportar, previsiblement, una fragmentació de l'audiència i un nivell superior de competència en el mercat audiovisual, directament relacionat amb el grau de penetració dels nous serveis. Des d'aquesta perspectiva, l'oferta del licitador s'ha de valorar positivament. No obstant això, els serveis de nvod i de vod no s'introduiran fins al cinquè i al vuitè any de la concessió respectivament. Tot reconeixent que les tecnologies disponibles fan que aquests serveis no siguin econòmicament viables en la fase inicial de la concessió, seria desitjable la seva introducció tan aviat com l'evolució de la tecnologia i del mercat ho possibilités, amb independència dels terminis prefixats.

De conformitat amb allò establert a la legislació, l'operador de cable està obligat a difondre els canals de televisió hertziana, públics i privats, que s'hauran d'incloure dins l'anomenat servei bàsic. Aquesta obligació, que suposa un límit al dret del concessionari per elaborar per si mateix els continguts, té per objecte, en primer lloc, establir una garantia del pluralisme i, en segon lloc, protegir d'alguna forma una determinada modalitat televisiva, especialment vulnerable en els nivells autonòmic i local. De l'oferta es desprèn que no existeix cap impediment tecnològic per tal que l'operador pugui difondre els canals d'àmbit local, per la qual cosa l'oferta hauria de garantir explícitament que, dins el servei bàsic, s'inclouran tots els canals de ràdio i televisió local que sol·licita, en els termes previstos a la llei.

Així mateix, seria desitjable que dins l'oferta s'incloguessin els canals de les televisions públiques autonòmiques, especialment aquells que emeten en català.

Els serveis d'accés a Internet, és a dir, els serveis de dades, es prestaran sota dues modalitats: l'accés telefònic a Internet i l'accés a Internet per mòdem de cable. Ambdós serveis es prestaran a partir del primer any.

L'oferta als usuaris de connexions d'alta velocitat amb Internet mitjançant els mòdems de cable és l'únic servei que es proveirà immediatament i que no està fàcilment disponible en l'actualitat.

Els diversos agents que intervenen en la indústria audiovisual s'inclouen principalment en les àrees de producció (creació del contingut audiovisual), empaquetament (compra de continguts per crear canals de televisió) i distribució (transmissió a l'audiència dels canals de televisió).

L'ofertant participarà en la cadena de producció audiovisual en l'àmbit de la distribució de continguts, per tant, no està prevista l'elaboració de continguts propis.

L'oferta de canals es basa en una selecció, realitzada per l'operador, de les cadenes nacionals i internacionals, com també dels continguts de caràcter local que es puguin generar. En l'oferta s'indica que existeixen acords amb els principals proveïdors de programació codificada via satèl·lit que seran tramesos a través de la xarxa de cable, i també amb altres canals de televisió. Igualment, s'indica que s'estan mantenint converses per tal de

concretar acords relatius al contingut addicional en català i amb una universitat privada, per a la creació d'un canal amateur.

En relació amb l'origen dels continguts, s'ha de destacar que el 100% de l'oferta audiovisual que es pretén distribuir prové de programadors aliens al licitador, amb la qual cosa es compleix l'obligació legal de contractar amb tercers, com a mínim, el 40% de l'oferta audiovisual.

L'oferta de continguts està composta per senyals catalans (3,1%), espanyols (53,1%), de la Unió Europea (37,5%) i de la resta del món (6,3%). No obstant aquesta distribució, la Llei 8/1996 estableix diverses obligacions per tal de garantir la pluralitat lingüística: que el 50% del temps de reserva destinat a la difusió d'obres en qualsevol de les llengües oficials sigui en llengua catalana i que les emissions de pel·lícules, sèries televisives o documentals doblats a una llengua diferent de l'original, o subtitulades, s'han d'oferir simultàniament, com a mínim, doblats o subtitulats en català.

La mateixa Llei estableix que els canals oberts rebuts per l'antena de l'abonat es poden oferir sense els condicionaments indicats, amb la qual cosa s'hauria d'establir el còmput a partir dels canals codificats distribuïts per l'operador. D'altra banda, la Llei preveu un període transitori d'adaptació que s'instrumenta mitjançant la presentació d'un programa d'adaptació que ha de ser aprovat per l'òrgan competent. Seria desitjable que aquest programa es pogués aprovar, en tot cas, amb anterioritat a l'inici regular de les emissions per l'operador que resulti adjudicatari.

Segons s'indica en l'oferta, tota la programació contractada i la que es pugui contractar compleix les disposicions legals establertes. Cal indicar que la Llei 8/1996 és més rigorosa que la LTC en estendre a la programació audiovisual distribuïda per cable totes les limitacions imposades per la Llei 25/1994. Així, els programes de televisió que poden atemptar contra les normes de protecció dels joves i dels infants o d'altres drets protegits, s'han d'oferir als abonats de forma independent i clarament identificada. D'aquesta previsió es desprèn que aquests programes no podran formar part, en cap cas, del servei bàsic ni del servei bàsic ampliat.

Com a mesura addicional de protecció, l'oferta indica que la tecnologia implícita al convertidor de senyal aporta una funció de «bloqueig infantil» que permet als pares d'impedir l'accés a un o diversos canals, tot determinant un codi de seguretat dins el propi convertidor de senyal. Aquesta previsió s'ha de valorar positivament, atès que compleix una de les prescripcions de la Llei 8/1996, que obliga a l'operador a oferir a l'abonat la possibilitat d'utilitzar tecnologies existents en el mercat per tal de limitar l'accés des del seu receptor als espais que poden atemptar contra els sectors d'especial protecció i li ha de subministrar sense cost suplementari aquest suport tecnològic.

La prescripció de la Llei 8/1996 està directament inspirada en la regulació establerta en la Llei de decència en les comunicacions americana, concretament en la Secció 551, que estableix l'obligació d'introduir tecnologies de bloqueig de programes que permetin als pares d'impedir l'accés a la programació audiovisual que considerin perjudicial per als seus fills.

En aquest sentit, la Directriu del Parlament Europeu i del Consell per la qual es modifica l'anomenada Directriu de la televisió sense fronteres encomana a la Comissió la realització d'una investigació, en col·laboració amb les autoritats dels estats membres, sobre els possibles avantatges i inconvenients de noves mesures adreçades a facilitar el control exercit pels pares o tutors sobre els programes que els menors d'edat poden veure. Abans de tres anys, comptats a partir de l'adopció de la Directriu, la Comissió ha de presentar propostes adequades sobre l'equipament dels nous aparells de televisió de dispositius tècnics que permetin als pares o tutors de filtrar determinats programes, sobre l'establiment de sistemes de classificació adequats i sobre el foment de polítiques de televisió familiar i altres mesures educatives i de sensibilització.

Per tot això, la introducció de tecnologies de bloqueig s'ha de considerar molt positiva per diverses raons. En primer lloc, és un mitjà voluntari i no intrusiu, atès que no es prohibeix cap mena de programació i els programes que es puguin considerar perjudicials per als menors no resten limitats a determinats horaris d'emissió. En segon lloc, és un mitjà tecnològicament avançat que incrementa la capacitat d'elecció de l'usuari.

En relació amb el pla de negoci i d'estratègia comercial, a l'efecte del present dictamen interessa destacar que el licitador basa la seva proposta en una oferta de qualitat i uns preus força competitius.

Amb la finalitat de complir amb les condicions establertes en el plec, l'oferta estableix uns preus màxims durant els primers cinc anys. No obstant això, les tarifes inicials contemplades en l'oferta són sensiblement inferiors. Així, l'anomenada quota d'instal·lació se situa en les 5.000 pessetes i s'estableix una tarifa de 1.950 pessetes mensuals per al servei bàsic. El preu mitjà per a cada canal premium serà d'aproximadament 500 pessetes per mes, i el preu del servei bàsic ampliat serà de 1.300 pessetes mensuals aproximadament. El preu mitjà dels espais subministrats sota les modalitats de PPV, NVDO i VDO es calcula al voltant de les 500 pessetes per abonat.

d: L'empresa licitadora CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, domiciliada a Barcelona, va ésser constituïda el 3 de febrer de 1995.

En la data de presentació de l'oferta, la composició accionarial de l'empresa estava estructurada de la següent manera:

TISA (La Vanguardia)	7,5%
Multimèdia Cable	7,5%
Redesa (ENHER)	10%
GETSA (Endesa)	10%
Cableuropa SA	20%
Caixa d'Estalvis de Catalunya	20%
us West España Telecomunicacions inc.	25%

Tal com s'indica en l'oferta, com a conseqüència de la realització de diverses compravendes accionaries, l'estructura del capital actual és la següent:

Redesa (ENHER)	5%
TISA CABLE SL	7,5%
Multimèdia Cable SA	7,5%
Invercatalunya cable s.L. (Caixa d'Estalvis de Catalunya)	10%
Gas Natural SDG SA	10%
STET	12,5%
SPAINCO	12,5%
GETSA (Endesa)	15%
Cableuropa SA	20%

Les dues principals variacions respecte a l'estructura inicial han estat la incorporació de Gas Natural, STET i SPAINCO a l'accionariat i la desvinculació accionarial de l'empresa us West, si bé aquesta continua vinculada al licitador mitjançant un contracte d'assistència tècnica.

El capital social de la companyia es de 1.871 milions de pessetes, totalment desemborsat. L'oferta contempla un calendari precís d'ampliacions de capital que, mantenint la mateixa distribució accionarial, en un termini de deu anys situaria el capital en 29.527 milions de pessetes.

El licitador és una empresa pionera en el camp de les tecnologies de banda ampla a Catalunya. Actualment, gestiona una xarxa pilot de cable a Barcelona, en funció d'una concessió atorgada mitjançant concurs públic per l'Ajuntament. La capçalera principal ja està en funcionament i la xarxa arriba a 1.321 edificis. Mitjançant la xarxa pilot, es comercialitza un paquet de 31 canals de televisió, que inclou els vuit canals hertzians que pot rebre qualsevol ciutadà i un canal de videotext amb informació local.

El licitador, d'acord amb allò establert en el plec, ha dipositat un aval bancari per import de 400 milions de pessetes (2% de la inversió mínima) en concepte de fiança provisional. En cas de resultar adjudicatari, la fiança definitiva a constituir és de 800 milions de pessetes (4% de la inversió mínima).

A més, el licitador ha assumit tot un seguit de compromisos voluntaris garantits mitjançant diverses penalitzacions econòmiques. En síntesi, aquests compromisos i garanties són els següents:

- Compromís i garantia d'estabilitat accionarial durant els tres primers anys de la concessió. Les penalitzacions seran equivalents a un 5% de l'import de la transacció, en cas que la venda es produeixi a un tercer no accionista, i un 2% de la transacció en cas que la venda es produeixi entre accionistes.
- Garantia de participació en el capital de l'empresa, mitjançant l'aportació en el moment de l'adjudicació d'un aval bancari equivalent al 0,25% de la inversió mínima exigida.
- Compromís de construir la xarxa en 4,5 anys en els municipis de més de 50.000 habitants.
- Creació dels llocs de treball indicats en la oferta.
- Posar en marxa els serveis previstos en els dos primers anys. Pel que fa referència als serveis audiovisuals, aquests serveis són el servei bàsic, PPV, el servei bàsic ampliat i els canals premium.
- No sobrepassar les tarifes màximes establertes durant els primers cinc anys.
- Comunicar les ofertes d'ocupació a les empreses del sector públic audiovisual.
- Invertir en projectes d'investigació i de desenvolupament.
- Realitzar un estudi detallat de l'impacte ambiental de la xarxa.
- Realitzar la inversió mínima de 20.000 milions en el calendari ofertat.

Tots aquests compromisos seran garantits per un aval equivalent al 0,75% de la inversió mínima exigida, és a dir, 150 milions de pessetes.

La valoració dels compromisos voluntaris addicionals i de les garanties aportades ha de ser necessàriament positiva, atès que suposa una sensible millora respecte de les condicions mínimes establertes en el plec de bases.

e: L'oferta del licitador es completa amb la documentació aportada en relació amb la contribució tecnològica i industrial a l'economia, l'impacte en el desenvolupament regional, el medi ambient i la creació d'ocupació.

Tot i que segons les dades aportades pel licitador, la implantació i l'explotació d'una xarxa de cable de banda ampla ha de repercutir favorablement en el sector audiovisual i, especialment, en l'àrea de producció i de programació de continguts, el licitador se situa clarament en el segment de la distribució, tot descartant qualsevol mena d'integració vertical i sense perjudici d'actuar com a catalitzador i promotor d'iniciatives en la indústria de continguts. Seria desitjable que l'adjudicatari del concurs assumís una posició activa en el desenvolupament de projectes d'interès social, tant en l'àrea de les Tecnologies, per tal d'estimular la utilització de serveis avançats en sectors com ara la sanitat i l'ensenyament.

3 Conclusions

La valoració de l'oferta de serveis i continguts formulada pel licitador ha de tenir present dos elements que condicionen en gran mesura el seu contingut concret. En primer lloc, les

incerteses derivades del marc regulador de les telecomunicacions, la plena liberalització de les quals ha estat anunciada per al desembre de 1998, i a les quals s'han d'afegir les de la mateixa regulació audiovisual, les normes principals de la qual estan subjectes a un procés de revisió. En segon lloc, les incerteses derivades d'una oferta de continguts escassa i poc desenvolupada, amb l'existència d'un evident risc de monopolització per empreses de producció i programació amb el conseqüent perill de la reducció del pluralisme informatiu. La mateixa estructura dels costos d'alguns dels drets d'emissió rellevant en el mercat resta actualment sotmesa a una profunda incertesa legislativa que, sens dubte, no constitueix un estímul per a la inversió en l'àrea de continguts i programació.

En qualsevol cas, de l'anàlisi de l'oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, es desprèn una valoració positiva per les raons expressades en el cos del dictamen. Per tot això, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya dictamina favorablement l'oferta presentada pel licitador.

5/97

Sobre l'oferta presentada en el concurs per a l'adjudicació del servei de telecomunicacions per cable a la demarcació territorial de Catalunya Oest

Antecedents

En data 26 de febrer de 1997 ha estat publicada en el BOE l'Ordre del Ministeri de Foment, datada el 18 de febrer de 1997, en virtut de la qual es disposa la publicació del plec de bases administratives i de condicions tècniques i es convoca el concurs públic per a l'adjudicació, mitjançant procediment obert, d'una concessió per a la prestació del servei públic de telecomunicacions per cable a la demarcació territorial de Barcelona.

La Llei 42/1995, de 22 de desembre, de les Telecomunicacions per cable (d'ara endavant LTC), estableix que el servei de telecomunicacions per cable es prestarà per demarcacions territorials. De conformitat amb les previsions de l'esmentada Llei, la demarcació territorial de Barcelona va ésser constituïda, previ l'informe del Govern de la Generalitat, mitjançant Acord del Ple de l'Ajuntament de Barcelona, de data 16 d'abril de 1996.

Així, la LTC també disposa que el servei de telecomunicacions per cable es prestarà pels operadors de cable en règim de gestió indirecta, mitjançant concessió administrativa que serà atorgada pel Ministeri de Foment, prèvia la convocatòria per aquest Ministeri dels oportuns concursos públics.

El Plec de Bases Administratives i condicions tècniques que ha de regir el concurs ha estat aprovat, previ l'informe de la Generalitat de Catalunya, mitjançant Ordre de 14 de gener de 1997, havent-se fixat el termini per a la presentació de les ofertes per part dels licitadors, el qual va finalitzar el dia 27 de maig de 1997, i el termini per procedir a l'apertura de les ofertes. Telefónica de España, S.A., ha manifestat la seva disposició a prestar el servei en la demarcació territorial de Barcelona.

Finalitzat el termini per a la presentació d'ofertes, solament s'ha registrat una oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA.

Reunida la Mesa de Contractació, la qual va ser constituïda per al concurs per a l'adjudicació del servei a la demarcació territorial de Barcelona el dia 5 de juny de 1997, va analitzar la documentació administrativa presentada per l'únic oferent i va decidir la seva admissió al concurs. El dia 10 de juny, la Mesa de Contractació va procedir a l'acte públic d'apertura de l'oferta tècnica i econòmica, i de la documentació complementària presentada pel licitador.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, mitjançant escrit del seu president, de data 5 de juny de 1997, va sol·licitar del secretari general d'Indústria, Comerç i Turisme, en la seva qualitat de vocal de la Mesa de Contractació, el trasllat de l'oferta presentada, per tal de poder analitzar-la i emetre el dictamen corresponent, de conformitat amb allò establert a l'article 12.1.c) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual

distribuïda per cable.

El secretari general d'Indústria, Comerç i Turisme, amb data 17 de juny de 1997, va donar trasllat de l'oferta de serveis i continguts presentada pel licitador al concurs d'atorgament de la llicència de segon operador de telecomunicacions per cable a la demarcació de Barcelona. En data 26 de juny de 1997, la Comissió Tècnica del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, prèvia la compareixença del director de l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, que va exposar el contingut de l'oferta i va contestar les preguntes i aclariments formulats pels consellers, va dictaminar favorablement l'informe presentat pel president i va acordar convocar una reunió extraordinària del Ple del Consell per tal de procedir a l'aprovació, si s'escau, del dictamen definitiu.

1 Marc legal

a: La LTC i el Reglament Tècnic de Prestació del Servei de Telecomunicacions per Cable, aprovat pel Reial decret 2066/1996, de 13 de setembre (d'ara endavant RTC) estableixen el règim jurídic del servei públic de telecomunicacions per cable i de les xarxes que li serveixen de suport.

Així, esdevenen aplicables la Llei 17/1997, de 3 de maig, per la qual s'incorpora al Dret espanyol la Directriu 95/47/CE, de 24 d'octubre, del Parlament Europeu i del Consell, sobre l'ús de normes per a la transmissió de senyals de televisió i s'aproven mesures addicionals per a la liberalització del sector, i el Reglament Tècnic i de Prestació del Servei de Telecomunicacions per satèl·lit, aprovat pel Reial decret 136/1997, de 31 de gener.

És especialment rellevant destacar l'aplicació de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, que estableix el desenvolupament legislatiu de la normativa bàsica estatal en matèria de continguts audiovisuals, d'acord amb allò establert a l'article 149.1.27.CE i l'article 16 de l'EAC.

b: La LTC i el RTC defineixen el servei públic de telecomunicacions per cable com el conjunt de serveis de telecomunicacions consistent en el subministrament, o en l'intercanvi, d'informació en forma d'imatges, sons, textos, gràfics o combinacions de gràfics, que es presten al públic en els seus domicilis o dependències de forma integrada mitjançant xarxes de cable. El servei públic de telecomunicacions per cable es presta en règim de lliure competència i amb subjecció als principis de neutralitat i no discriminació.

Els serveis habilitats pel títol concessional són concretament els següents: el servei portador de telecomunicacions, els serveis de difusió, serveis de vídeo sota demanda i de vídeo a la carta, serveis de valor afegit i serveis finals, en especial el de telefonia bàsica, tot i que per a la prestació d'aquests dos últims caldrà obtenir un títol habilitant específic. La concessió habilita per a l'establiment de la xarxa corresponent i la seva explotació mitjançant la prestació dels serveis de referència.

La LTC vincula la prestació del servei de televisió per cable a la prestació d'altres serveis de telecomunicació, establint tot un seguit de drets i d'obligacions, alguns dels quals únicament fan referència al servei de televisió i en els quals centrarem el contingut del present dictamen.

El concessionari ha de ser necessàriament una persona jurídica configurada com a societat anònima, que tingui per objecte social específic la prestació del servei de telecomunicacions per cable. El capital mínim exigint en la demarcació, d'acord amb la categoria assignada, és de 1000 milions de pessetes, que ha d'estar subscrit i desemborsat en un 50% en el moment de la signatura del contracte i l'altre 50% dos anys després. En el supòsit que una mateixa empresa sigui concessionària en diverses demarcacions, el capital mínim exigible serà la suma dels mínims corresponents a cada una de les demarcacions, però amb el límit de 3.000 milions de pessetes.

La participació de capital estranger no podrà ésser superior al 25%, llevat de l'autorització expressa del Consell de Ministres.

Així, per tal de garantir el pluralisme del mitjans de comunicació social, s'estableix que cap empresa no podrà ésser titular directament o indirecta, o tenir el control, sobre les societats concessionàries del servei de telecomunicacions per cable que conjuntament abastin més d'1.500.000 abonats. Aquest límit es refereix solament al servei de televisió per cable i, òbviament, en l'actual fase d'atorgament de la concessió no esdevé aplicable.

La concessió s'atorga per a un període de 25 anys i podrà renovar-se per períodes successius de cinc anys, després de la petició prèvia del concessionari i després dels informes previs de la Generalitat de Catalunya i de l'Ajuntament, en el cas de la demarcació de Barcelona.

Els operadors de cable tenen els drets següents:

- a:** Prestar en la seva demarcació els serveis habilitats pel títol concessional.
- b:** Instal·lar els equips necessaris per a la prestació dels serveis.
- c:** Elaborar per si mateix o contractar amb tercers els continguts dels serveis a prestar.
- d:** Percebre les corresponents tarifes dels seus abonats.

Com a titular de les concessions, l'operador de cable tindrà les obligacions següents:

- a:** Mantenir nivells de qualitat uniformes en la prestació del servei, facilitar l'accés de tots els abonats de la demarcació en condicions d'igualtat. Temporalment, poden existir àrees no cobertes pel servei i àrees cobertes amb tecnologies diferents del cable, amb caràcter transitori o permanent.
- b:** Complir allò establert en la legislació sobre propietat intel·lectual.
- c:** Dispensar un tracte no discriminatori als programadors independents i als prestadors de serveis, assabentant-los d'aquells aspectes de la gestió comercial relacionats amb la seva oferta.
- d:** Assignar, des de l'inici de les seves activitats, un mínim del 40% del total de l'oferta audiovisual distribuïda per la seva xarxa a programadors independents llevat que no existeixi una oferta suficient. Aquesta previsió ha estat específicament desenvolupada per l'article 4.b de la Llei 8/1996.
- e:** Distribuir a tots els abonats els serveis de difusió de televisió hertziana d'àmbit estatal i autonòmic, i, després de la sol·licitud prèvia, els serveis de televisió local de cada municipi.
- f:** Complir la normativa dictada per la Generalitat de Catalunya en l'exercici de les seves competències de desenvolupament legislatiu sobre mitjans de comunicació social, és a dir, la Llei 8/1996, de 5 juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable.

Finalment, s'ha d'indicar que la manifestació de Telefónica de España SA, relativa a la seva disposició a prestar el servei implica que aquesta empresa podrà iniciar les seves activitats mitjançant una societat en el capital de la qual participi en més del 50% i transcorreguts setze mesos, a comptar des de la resolució del concurs. Les condicions en les quals Telefónica de España, SA, haurà de prestar el servei seran iguals a les estipulades en els contractes de concessió del segon operador.

2 Anàlisi de l'oferta

a: L'oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, s'ajusta en la seva estructura a les concretes determinacions establertes en el plec de bases administratives i condicions tècniques.

L'oferta es divideix en quatre apartats:

- Avantprojecte tècnic de l'oferta tècnica
- Oferta de serveis i continguts. Pla de negoci i estratègia comercial de l'oferta tècnica
- Solvència empresarial i financera
- Documentació complementària

El present dictamen se centra específicament en l'oferta de serveis i continguts, sense perjudici de les necessàries referències a altres aspectes connectats d'alguna manera amb els continguts ofertats.

b: L'estructura de la xarxa que es presenta en l'oferta consisteix en una xarxa troncal formada per dos anells, un per a la transmissió de senyals de telecomunicació i un altre per a la transmissió de senyals de televisió analògica, i una xarxa de distribució basada en la tecnologia HFC (Hybrid Fiber Coax).

La xarxa disposarà d'un Centre d'Operacions de Xarxa centralitzat, des d'on es realitzarà un control i una supervisió de tots els seus elements. Així disposarà del manteniment preventiu i correctiu necessari per assegurar-ne la plena disponibilitat.

El servei d'atenció al client previst és de 24 h/dia i 365 dies/any, i amb un temps màxim de resposta distribuït de la manera següent:

- 4 hores (avaries amb pèrdues de servei)
- 8 hores (avaries sense pèrdua total del servei)
- 2 hores (resposta a reclamacions telefònicament)
- 10 dies (resposta a reclamacions per escrit)

Tot i que es podrien realitzar dissenys de xarxa molt més avançats, amb un cost d'implantació molt més elevat, el disseny realitzat per l'ofertant possibilita la viabilitat tècnica i econòmica de la implantació i l'operació de la xarxa i, sobretot, possibilita els serveis interactius i té capacitat suficient per permetre la introducció de nous serveis avançats. Així, cal considerar positivament el compromís de disponibilitat de la xarxa, l'horari del servei d'atenció al client i el temps màxim de resposta per avaries previst inicialment, que potser fóra possible reduir gradualment en funció de l'experiència adquirida.

Pel que fa a la infraestructura de la xarxa, s'ha de destacar que es preveu la seva extensió per gran part del territori de la demarcació. El període de construcció de la xarxa no superarà els cinc anys per als municipis de més de 50.000 habitants, set per als municipis entre 10 i 5.000 habitants i deu per a la resta. En el territori de la demarcació s'oferirà cobertura al 68% de la població. Per a la implantació de la xarxa s'intentarà aprofitar al màxim les infraestructures i canalitzacions existents i integrar les xarxes de cable existents en la demarcació. En l'actualitat, el Ministeri de Foment ha atorgat 39 concessions provisionals en tot el territori de Catalunya.

L'oferta haurà de contemplar la cobertura de tota la població de tal manera que, dins el període de construcció de la xarxa, qualsevol municipi tingui accés a la mateixa en un termini raonable.

L'ús compartit de les infraestructures existents s'ha instrumentat mitjançant acords ja subscrits o en vies de subscripció que s'han de valorar positivament.

Els equips que componen la xarxa són els següents:

- una capçalera principal i una de reserva que restaran instal·lades el segon any
- catorze centres nodals, que estaran instal·lats el cinquè any
- un màxim de tres centrals de commutació, que restaran instal·lades el desè any

Per tal d'accedir als diversos serveis, els usuaris hauran de disposar de tres equips terminals:

- Terminal per a serveis de televisió, format per convertidors i descodificadors de senyals de televisió, bé analògics o bé digitals.
- Mòdem bidireccional per a dades, Internet i Intranet, per a connexió a ordinador personal.
- Mòdem bidireccional per a telefonia digital, responsable de la conversió digital/analògica del senyal de veu.

En relació amb el terminal per a serveis de televisió, conegut internacionalment com a «set top box», i denominat en l'oferta terminal de vídeo, cal indicar que al llarg del període de

concessió, es preveu l'existència de tres tipus de terminals: per a televisió analògica, per a televisió digital i mixtes.

Inicialment, està prevista la utilització de terminals de vídeo de tipus analògic, que disposen de tot un seguit de prestacions addicionals entre les quals es valoren molt positivament les relatives al control de la programació, el qual permet els serveis de pagament per visió (PPV) i, especialment, l'anomenat control patern, que incorpora una clau d'autorització de programes, el qual permet de cancel·lar la visualització de determinats canals.

La xarxa ha estat dissenyada per proveir d'una forma integrada serveis de telecomunicacions, serveis de radiodifusió i televisió, i serveis interactius, de tal manera que tots els usuaris tenen les mateixes possibilitats d'accés a totes les prestacions.

El dimensionament de la xarxa permet de satisfer la demanda actual i futura de serveis, especialment de serveis interactius. Igualment, s'ha de valorar positivament el disseny de la xarxa amb vista a la seguretat en la transmissió, ascendent i descendent, i a la confidencialitat de la informació que hi circula.

En relació amb la cobertura prevista, l'oferta del licitador preveu que el període de construcció de la xarxa no superarà els sis anys, que és el termini màxim previst en el plec. En el territori de Barcelona, s'oferirà accés a la xarxa a la pràctica totalitat de les llars principals i negocis.

c: De conformitat amb allò establert a l'Annex II del Plec de Bases, l'oferta del licitador inclou un estudi de la demanda de serveis i la previsió de creixement anual al llarg del cinc primers anys de vigència de la concessió. És necessari subratllar que les previsions relatives als dos primers anys vinculen el licitador.

Els estudis de mercat realitzats posen de manifest que la demarcació de Barcelona és molt atractiva, perquè es tracta d'un mercat creixent de telecomunicacions, perquè té unes condicions sociodemogràfiques favorables i perquè demostra una demanda latent de serveis avançats de multimèdia.

Pel que fa a referència concreta al mercat televisiu, l'estudi del licitador assenyala que la unitat familiar típica consumeix més de quatre hores de televisió diàries, i més del 80% dels domicilis tenen un aparell de vídeo. Els propietaris d'aparells de vídeo lloguen una mitjana de 2,1 pel·lícules al mes i compren 0,5 pel·lícules al mes. El 17% del mercat està actualment abonat a algun servei de televisió de pagament. Cal tenir en compte que el servei de televisió de pagament més difós és el de Canal+, i que els subscriptors d'aquest servei paguen més de 3.500 pessetes al mes per accedir a un canal de programació, reconegut, bàsicament, per la disponibilitat sobre els drets del futbol i l'accés a pel·lícules recents doblades al castellà. D'aquestes dades, sembla deduir-se'n l'existència d'una forta demanda de televisió de pagament.

Pel que fa a la utilització d'ordinadors personals, els estudis aportats evidencien que a Catalunya la penetració d'ordinadors personals en les unitats familiars és alta, amb nivells comparables als dels Estats Units. El 4,5% de les unitats familiars de tota Catalunya ha manifestat utilitzar Internet amb un ús de mitja hora al dia de mitjana. La factura mitjana mensual per l'accés a Internet és de 3.291 pessetes. L'ordinador s'utilitza bàsicament com a entreteniment i per treballar.

El perfil del client objectiu dels serveis de vídeo, segons l'estudi del licitador, és un individu entre 20 i 45 anys, amb estudis secundaris o universitaris i que té uns ingressos anuals entre 3 i 7 milions de pessetes.

D'altra banda, el client típic del servei d'Internet és un individu entre 26 i 45 anys, amb títol universitari i que té uns ingressos entre 5 i 7 milions de pessetes anuals. L'usuari objectiu treballa principalment com a professional o directiu.

Els serveis ofertats pel licitador són els següents:

- serveis de televisió per cable
- serveis d'accés a Internet
- serveis de telefonia
- serveis portadors

Deixant al marge del present dictamen els serveis de telefonia i els serveis portadors, cal analitzar l'abast dels serveis de televisió per cable i dels serveis d'accés a Internet.

El servei de televisió per cable es presta sota modalitats diverses.

L'anomenat servei bàsic permet a l'usuari de rebre tots els canals usuals de la televisió hertziana i una sèrie de canals addicionals. L'usuari del servei bàsic rebrà almenys 20 canals en el paquet. Tot i que l'oferta no concreta els canals que s'oferiran, es prenen com a referència els canals emesos en la prova pilot de Barcelona, per per tal d'emetre una valoració positiva de la sensible ampliació de l'oferta televisiva mitjançant el servei bàsic. L'inici de la prestació del servei bàsic està previst per al primer any de la concessió.

El servei de pagament per visió (PPV) permet a l'usuari de comprar programació per impulsos. Es transmetran a cada client dos o tres canals de televisió en un format codificat. L'usuari podrà encarregar la programació polsant una tecla en el control remot o sol·licitar-la a un agent d'atenció al client. La introducció d'aquest servei està prevista per al primer any.

Els canals premium permeten a l'usuari del servei bàsic de rebre canals temàtics d'alta qualitat que no estan inclosos en el paquet bàsic. El client paga una quota mensual per cada canal especial que desitgi rebre. La introducció d'aquests canals està prevista a partir del segon any.

El servei bàsic ampliat comprèn, com a mínim, un paquet de cinc canals d'entreteniment i temàtics que estaran disponibles per una quota mensual. Es preveu introduir aquest servei el segon any.

El vídeo quasi sota demanda (NVOD) és un servei que se subministrarà als usuaris del servei bàsic. El servei utilitzarà vuit canals per transmetre una pel·lícula o un esdeveniment amb horaris de començament esglaonats, amb 15 minuts de diferència. La introducció d'aquest servei està prevista a partir del cinquè any.

El vídeo sota demanda (VOD) és un servei digital que permet a l'usuari sol·licitar una pel·lícula o un espai en el moment en què desitgi veure'l. Solament s'oferirà un canal de VOD per habitatge. L'usuari introduirà l'ordre a partir d'un menú de vídeo dels programes existents. Es preveu introduir aquesta modalitat de servei a partir del vuitè any de la concessió.

El grau de penetració dels serveis de televisió per cable previst per l'oferta del licitador és d'un 2% el primer any, un 3% el cinquè any i un 10 % el desè any.

Considerada en el seu conjunt, l'oferta de serveis de difusió de televisió per cable suposa una sensible ampliació de l'oferta televisiva actualment existent, derivada de la relativa abundància de canals disponibles. Això ha de comportar, previsiblement, una fragmentació de l'audiència i un nivell superior de competència en el mercat audiovisual, directament relacionat amb el grau de penetració dels nous serveis. Des d'aquesta perspectiva, l'oferta del licitador s'ha de valorar positivament. No obstant això, els serveis de NVOD i de VOD no s'introduiran fins al cinquè i al vuitè any de la concessió respectivament. Tot reconeixent que les tecnologies disponibles fan que aquests serveis no siguin econòmicament viables en la fase inicial de la concessió, seria desitjable la seva introducció tan aviat com l'evolució de la tecnologia i del mercat ho possibilités, amb independència dels terminis prefixats.

De conformitat amb allò establert a la legislació, l'operador de cable està obligat a difondre els canals de televisió hertziana, públics i privats, que s'hauran d'incloure dins l'anomenat servei bàsic. Aquesta obligació, que suposa un límit al dret del concessionari per elaborar per si mateix els continguts, té per objecte, en primer lloc, establir una garantia del pluralisme

i, en segon lloc, protegir d'alguna forma una determinada modalitat televisiva, especialment vulnerable en els nivells autonòmic i local. De l'oferta es desprèn que no existeix cap impediment tecnològic per tal que l'operador pugui difondre els canals d'àmbit local, per la qual cosa l'oferta hauria de garantir explícitament que, dins el servei bàsic, s'inclouran tots els canals de ràdio i televisió local que sol·licita, en els termes previstos a la llei.

Així mateix, seria desitjable que dins l'oferta s'incloguessin els canals de les televisions públiques autonòmiques, especialment aquells que emeten en català.

Els serveis d'accés a Internet, és a dir, els serveis de dades, es prestaran sota dues modalitats: l'accés telefònic a Internet i l'accés a Internet per mòdem de cable. Ambdós serveis es prestaran a partir del primer any.

L'oferta als usuaris de connexions d'alta velocitat amb Internet mitjançant els mòdems de cable és l'únic servei que es proveirà immediatament i que no està fàcilment disponible en l'actualitat.

Els diversos agents que intervenen en la indústria audiovisual s'inclouen principalment en les àrees de producció (creació del contingut audiovisual), empaquetament (compra de continguts per crear canals de televisió) i distribució (transmissió a l'audiència dels canals de televisió).

L'ofertant participarà en la cadena de producció audiovisual en l'àmbit de la distribució de continguts, per tant, no està prevista l'elaboració de continguts propis.

L'oferta de canals es basa en una selecció, realitzada per l'operador, de les cadenes nacionals i internacionals, com també dels continguts de caràcter local que es puguin generar. En l'oferta s'indica que existeixen acords amb els principals proveïdors de programació codificada via satèl·lit que seran tramesos a través de la xarxa de cable, i també amb altres canals de televisió. Igualment, s'indica que s'estan mantenint converses per tal de concretar acords relatius al contingut addicional en català i amb una universitat privada, per a la creació d'un canal amateur.

En relació amb l'origen dels continguts, s'ha de destacar que el 100% de l'oferta audiovisual que es pretén distribuir prové de programadors aliens al licitador, amb la qual cosa es compleix l'obligació legal de contractar amb tercers, com a mínim, el 40% de l'oferta audiovisual.

L'oferta de continguts està composta per senyals catalans (3,1%), espanyols (53,1%), de la Unió Europea (37,5%) i de la resta del món (6,3%). No obstant aquesta distribució, la Llei 8/1996 estableix diverses obligacions per tal de garantir la pluralitat lingüística: que el 50% del temps de reserva destinat a la difusió d'obres en qualsevol de les llengües oficials sigui en llengua catalana i que les emissions de pel·lícules, sèries televisives o documentals doblats a una llengua diferent de l'original, o subtitulades, s'han d'oferir simultàniament, com a mínim, doblats o subtitulats en català.

La mateixa Llei estableix que els canals oberts rebuts per l'antena de l'abonat es poden oferir sense els condicionaments indicats, amb la qual cosa s'hauria d'establir el còmput a partir dels canals codificats distribuïts per l'operador. D'altra banda, la Llei preveu un període transitori d'adaptació que s'instrumenta mitjançant la presentació d'un programa d'adaptació que ha de ser aprovat per l'òrgan competent. Seria desitjable que aquest programa es pogués aprovar, en tot cas, amb anterioritat a l'inici regular de les emissions per l'operador que resulti adjudicatari.

Segons s'indica en l'oferta, tota la programació contractada i la que es pugui contractar compleix les disposicions legals establertes. Cal indicar que la Llei 8/1996 és més rigorosa que la LTC en estendre a la programació audiovisual distribuïda per cable totes les limitacions imposades per la Llei 25/1994. Així, els programes de televisió que poden atemptar contra les normes de protecció dels joves i dels infants o d'altres drets protegits, s'han d'oferir als

abonats de forma independent i clarament identificada. D'aquesta previsió es desprèn que aquests programes no podran formar part, en cap cas, del servei bàsic ni del servei bàsic ampliat.

Com a mesura addicional de protecció, l'oferta indica que la tecnologia implícita al convertidor de senyal aporta una funció de «bloqueig infantil» que permet als pares d'impedir l'accés a un o diversos canals, tot determinant un codi de seguretat dins el propi convertidor de senyal. Aquesta previsió s'ha de valorar positivament, atès que compleix una de les prescripcions de la Llei 8/1996, que obliga a l'operador a oferir a l'abonat la possibilitat d'utilitzar tecnologies existents en el mercat per tal de limitar l'accés des del seu receptor als espais que poden atemptar contra els sectors d'especial protecció i li ha de subministrar sense cost suplementari aquest suport tecnològic.

La prescripció de la Llei 8/1996 està directament inspirada en la regulació establerta en la Llei de decència en les comunicacions americana, concretament en la Secció 551, que estableix l'obligació d'introduir tecnologies de bloqueig de programes que permetin als pares d'impedir l'accés a la programació audiovisual que considerin perjudicial per als seus fills.

En aquest sentit, la Directriu del Parlament Europeu i del Consell per la qual es modifica l'anomenada Directriu de la televisió sense fronteres encomana a la Comissió la realització d'una investigació, en col·laboració amb les autoritats dels estats membres, sobre els possibles avantatges i inconvenients de noves mesures adreçades a facilitar el control exercit pels pares o tutors sobre els programes que els menors d'edat poden veure. Abans de tres anys, comptats a partir de l'adopció de la Directriu, la Comissió ha de presentar propostes adequades sobre l'equipament dels nous aparells de televisió de dispositius tècnics que permetin als pares o tutors de filtrar determinats programes, sobre l'establiment de sistemes de classificació adequats i sobre el foment de polítiques de televisió familiar i altres mesures educatives i de sensibilització.

Per tot això, la introducció de tecnologies de bloqueig s'ha de considerar molt positiva per diverses raons. En primer lloc, és un mitjà voluntari i no intrusiu, atès que no es prohibeix cap mena de programació i els programes que es puguin considerar perjudicials per als menors no resten limitats a determinats horaris d'emissió. En segon lloc, és un mitjà tecnològicament avançat que incrementa la capacitat d'elecció de l'usuari.

En relació amb el pla de negoci i d'estratègia comercial, a l'efecte del present dictamen interessa destacar que el licitador basa la seva proposta en una oferta de qualitat i uns preus força competitius.

Amb la finalitat de complir amb les condicions establertes en el plec, l'oferta estableix uns preus màxims durant els primers cinc anys. No obstant això, les tarifes inicials contemplades en l'oferta són sensiblement inferiors. Així, l'anomenada quota d'instal·lació se situa en les 5.000 pessetes i s'estableix una tarifa de 1.950 pessetes mensuals per al servei bàsic. El preu mitjà per a cada canal premium serà d'aproximadament 500 pessetes per mes, i el preu del servei bàsic ampliat serà de 1.300 pessetes mensuals aproximadament. El preu mitjà dels espais subministrats sota les modalitats de PPV, NVDO i VDO es calcula al voltant de les 500 pessetes per abonat.

d: L'empresa licitadora CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, domiciliada a Barcelona, va ésser constituïda el 3 de febrer de 1995.

En la data de presentació de l'oferta, la composició accionarial de l'empresa estava estructurada de la següent manera:

TISA (La Vanguardia)	7,5%
Multimèdia Cable	7,5%
Redesa (ENHER)	10%

GETSA (Endesa)	10%
Cableuropa SA	20%
Caixa d'Estalvis de Catalunya	20%
us West España Telecomunicacions inc.	25%

Tal com s'indica en l'oferta, com a conseqüència de la realització de diverses compravendes accionaries, l'estructura del capital actual és la següent:

Redesa (ENHER)	5%
TISA CABLE SL	7,5%
Multimèdia Cable SA	7,5%
Invercatalunya cable SL (Caixa d'Estalvis de Catalunya)	10%
Gas Natural SDG SA	10%
STET	12,5%
SPAINCO	12,5%
GETSA (Endesa)	15%
Cableuropa SA	20%

Les dues principals variacions respecte a l'estructura inicial han estat la incorporació de Gas Natural, STET i SPAINCO a l'accionariat i la desvinculació accionaria de l'empresa us West, si bé aquesta continua vinculada al licitador mitjançant un contracte d'assistència tècnica.

El capital social de la companyia es de 1.871 milions de pessetes, totalment desemborsat. L'oferta contempla un calendari precís d'ampliacions de capital que, mantenint la mateixa distribució accionaria, en un termini de deu anys situaria el capital en 29.527 milions de pessetes.

El licitador és una empresa pionera en el camp de les tecnologies de banda ampla a Catalunya. Actualment, gestiona una xarxa pilot de cable a Barcelona, en funció d'una concessió atorgada mitjançant concurs públic per l'Ajuntament. La capçalera principal ja està en funcionament i la xarxa arriba a 1.321 edificis. Mitjançant la xarxa pilot, es comercialitza un paquet de 31 canals de televisió, que inclou els vuit canals hertzians que pot rebre qualsevol ciutadà i un canal de videotext amb informació local.

El licitador, d'acord amb allò establert en el plec, ha dipositat un aval bancari per import de 400 milions de pessetes (2% de la inversió mínima) en concepte de fiança provisional. En cas de resultar adjudicatari, la fiança definitiva a constituir és de 800 milions de pessetes (4% de la inversió mínima).

A més, el licitador ha assumit tot un seguit de compromisos voluntaris garantits mitjançant diverses penalitzacions econòmiques. En síntesi, aquests compromisos i garanties són els següents.

- Compromís i garantia d'estabilitat accionaria durant els tres primers anys de la concessió.

Les penalitzacions seran equivalents a un 5% de l'import de la transacció, en cas que la venda es produeixi a un tercer no accionista, i un 2% de la transacció en cas que la venda es produeixi entre accionistes.

- Garantia de participació en el capital de l'empresa, mitjançant l'aportació en el moment de l'adjudicació d'un aval bancari equivalent al 0,25% de la inversió mínima exigida.

- Compromís de construir la xarxa en 4,5 anys en els municipis de més de 50.000 habitants.

- Creació dels llocs de treball indicats en la oferta.

- Posar en marxa els serveis previstos en els dos primers anys. Pel que fa referència als serveis audiovisuals, aquests serveis són el servei bàsic, PPV, el servei bàsic ampliat i els canals premium.

- No sobrepassar les tarifes màximes establertes durant els primers cinc anys.
- Comunicar les ofertes d'ocupació a les empreses del sector públic audiovisual.
- Invertir en projectes d'investigació i de desenvolupament.
- Realitzar un estudi detallat de l'impacte ambiental de la xarxa.
- Realitzar la inversió mínima de 20.000 milions en el calendari ofertat.

Tots aquests compromisos seran garantits per un aval equivalent al 0,75% de la inversió mínima exigida, és a dir, 150 milions de pessetes.

La valoració dels compromisos voluntaris addicionals i de les garanties aportades ha de ser necessàriament positiva, atès que suposa una sensible millora respecte de les condicions mínimes establertes en el plec de bases.

e: L'oferta del licitador es completa amb la documentació aportada en relació amb la contribució tecnològica i industrial a l'economia, l'impacte en el desenvolupament regional, el medi ambient i la creació d'ocupació.

Tot i que segons les dades aportades pel licitador, la implantació i l'explotació d'una xarxa de cable de banda ampla ha de repercutir favorablement en el sector audiovisual i, especialment, en l'àrea de producció i de programació de continguts, el licitador se situa clarament en el segment de la distribució, tot descartant qualsevol mena d'integració vertical i sense perjudici d'actuar com a catalitzador i promotor d'iniciatives en la indústria de continguts. Seria desitjable que l'adjudicatari del concurs assumís una posició activa en el desenvolupament de projectes d'interès social, tant en l'àrea de les Tecnologies, per tal d'estimular la utilització de serveis avançats en sectors com ara la sanitat i l'ensenyament.

3 Conclusions

La valoració de l'oferta de serveis i continguts formulada pel licitador ha de tenir present dos elements que condicionen en gran mesura el seu contingut concret. En primer lloc, les incerteses derivades del marc regulador de les telecomunicacions, la plena liberalització de les quals ha estat anunciada per al desembre de 1998, i a les quals s'han d'afegir les de la mateixa regulació audiovisual, les normes principals de la qual estan subjectes a un procés de revisió. En segon lloc, les incerteses derivades d'una oferta de continguts escassa i poc desenvolupada, amb l'existència d'un evident risc de monopolització per empreses de producció i programació amb el conseqüent perill de la reducció del pluralisme informatiu. La mateixa estructura dels costos d'alguns dels drets d'emissió rellevant en el mercat resta actualment sotmesa a una profunda incertesa legislativa que, sens dubte, no constitueix un estímul per a la inversió en l'àrea de continguts i programació.

En qualsevol cas, de l'anàlisi de l'oferta formulada per l'empresa CABLE I TELEVISIÓ DE CATALUNYA SA, es desprèn una valoració positiva per les raons expressades en el cos del dictamen. Per tot això, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya dictamina favorablement l'oferta presentada pel licitador.

Antecedents

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, encarregat per la llei de vetllar pel respecte als principis que han d'inspirar l'activitat dels mitjans de comunicació i, especialment, l'honestat de les informacions, ha considerat oportú iniciar una acció relativa al tractament dels judicis per les televisions, sense perjudici que en un futur es pugui abordar en un dictamen diferenciat –en raó del seu propi llenguatge comunicatiu– el tractament del mateix tema per part de les emissores de ràdio. La finalitat d'aquesta iniciativa és intentar precisar alguns criteris que permetin donar operativitat als principis d'objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions sobre els procediments davant dels tribunals de justícia

i, concretament, en relació amb el tractament televisiu d'aquests procediments.

En la seva reunió plenària del dia 7 de juliol d'enguany, el Consell va acordar encarregar tres informes sobre el tractament televisiu del judici d'Alcàsser, que recollissin les diverses perspectives dels sectors professionals més directament implicats: la magistratura, els mitjans de comunicació i l'advocacia. Els informes han estat elaborats pels senyors Miguel Ángel Gimeno, magistrat; Vicenç Villatoro, periodista; i Marc Palmés, advocat. Sobre la base de les observacions i recomanacions realitzades en aquests informes, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha elaborat el present dictamen.

Fonaments

El judici d'Alcàsser, procés penal instruit contra l'únic inculpat per la violació i assassinat de tres noies al desembre de 1992 a la localitat valenciana d'Alcàsser, ha suscitat un ampli debat social en el qual han tingut un destacat protagonisme els mitjans de comunicació, tant la ràdio i premsa escrita com, molt especialment, la televisió.

L'interès social provocat per aquest succés rau en una diversitat de causes, tals com la repercussió col·lectiva del fet en si mateix, la forta càrrega emotiva que l'ha envoltat, relacionada amb la brutalitat de les agressions comeses i, sobretot, pel ressò que s'ha fet a través dels mitjans de comunicació i, entre aquests, singularment les televisions.

Cal recordar que la informació sobre el judici havia estat precedida pel tractament televisiu que algunes televisions públiques i privades havien realitzat al voltant del fet del descobriment dels cossos de les víctimes. El tractament realitzat aleshores ja va suscitar un important debat en relació amb els límits ètics sobre la informació d'aquests tipus de successos. Així, no esdevé casual que la celebració del judici d'Alcàsser suscités un ampli interès social, ateses les expectatives generades i, en certa manera, reobris el debat encetat l'any 1993, tot i que aquest debat incorpora nous elements.

En primer lloc, la consolidació relativa i el protagonisme dins l'estructura de la programació d'un gènere de televisió que, bàsicament, es caracteritza per la barreja de diverses formes televisives i per ocupar un espai intermediari entre la informació i l'entreteniment. En segon lloc, la possibilitat d'intromissió dels mitjans de comunicació en l'actuació dels tribunals, bé amb la pretensió d'influir en el resultat del procés, bé mitjançant l'emissió d'informacions que poguessin projectar o generar una certa predisposició pública sobre les posicions de les parts en el procés.

A l'efecte del present dictamen cal tractar separatament aquests elements, ja que remeten a qüestions de naturalesa diversa.

En termes generals, el tractament televisiu del judici d'Alcàsser per les diverses cadenes públiques i privades es pot reconduir a una tipologia basada en el format dels diversos programes: informació puntual en els informatius, informacions en programes especialitzats; reportatges més o menys amplis de tipus recopilatori; tractament puntual en programes magazín i tractament sistemàtic a través de programes magazín.

Des del punt de vista deontològic i jurídic, els tipus de tractament presenten problemàtiques diferents, tant en relació amb el dimensionament, el to i els recursos utilitzats, com pel que fa als límits de la llibertat d'expressió i d'informació. En qualsevol cas, tots ells incideixen d'una manera o una altra en el desenvolupament del procés, en generar un grau més o menys elevat d'atenció informativa, que es pot traduir en una pressió social que pot interferir en l'actuació de les parts o els mitjans personals de prova davant dels tribunals. Tot i que aquest és un fenomen relativament nou en el nostre país, sembla clar que l'atenció informativa generada per alguns processos planteja nous requeriments a l'Administració de Justícia, tant pel que fa a la transparència de la seva actuació, com a les garanties d'independència en l'exercici de la seva funció.

Qüestió totalment diversa és la que han suscitat determinats tractaments televisius en programes que han realitzat un seguiment sistemàtic del judici. En alguns, el tractament informatiu o espectacular s'ha utilitzat de forma correcta, és a dir, sense confondre els gèneres televisius i sense prendre posicions clares en favor d'una o altra tesi, sinó deixant al telespectador que formés la seva pròpia opinió, sense perjudici que els mitjans plantejessin hipòtesis sobre la causació dels fets, cosa perfectament legítima.

D'altres programes, però, han donat un tractament al procés que no s'ajusta al que seria desitjable, si els relacionem amb les normes ètiques dels codis deontològics dels periodistes. Contra això no val oposar que, en concret, un determinat programa ha estat el de més audiència sobre el tema i que, per tant, són els ciutadans els que han avalat la seva oportunitat. No podem assumir aquesta teoria, que ens conduiria a la bondat de la màxima «tot per l'audiència». El Consell de l'Audiovisual de Catalunya considera que els mitjans de comunicació, públics o privats, tenen tots ells –però en diversa mesura– una responsabilitat social per aconseguir i que aquesta responsabilitat només es garanteix amb l'observança de les normes jurídiques o deontològiques d'autoregulació. El tractament televisiu del judici realitzat per un determinat programa s'ha basat en l'espectacularització de les tesis sostingudes per una de les parts amb una intenció més o menys manifesta d'influir en el curs i el resultat del procés, instrumentant una mena de judici paral·lel. Prova d'això són les al·lusions que es fan en la pròpia sentència de l'Audiència de València en referir-se al posicionament d'algun mitjà de comunicació en favor d'una de les tesis argumentades al llarg del procés, i, especialment, en referir-se a les agressions al Tribunal realitzades per algun mitjà de comunicació, abans i durant les sessions de la vista, amb la difusió d'informacions parcials tendents a crear un ambient d'obscurantisme en els tràmits processals realitzats.

El tractament per televisió del judici d'Alcàsser, en particular, o d'altres judicis en general, mitjançant programes televisius que se situen entre la informació i l'espectacle, però en els quals predomina clarament el segon aspecte, planteja la qüestió dels límits a la llibertat d'expressió i informació i la legitimitat, si s'escau, d'introduir determinades restriccions pel que fa al seu exercici. Tot i que, en principi, no sembla oportuna la introducció de restriccions legals en relació amb aquests programes que barregen la informació amb l'espectacle, sí que seria recomanable l'adopció per part de les televisions d'un compromís vinculant per tal de distingir més rigorosament els programes informatius i els programes espectacle. Això és encara més necessari quan es tracta de la protecció dels menors mentre que apareixen relacionats amb fets delictius. El caràcter vulnerable dels joves i infants els fa creditors d'un nivell de protecció més intens que s'hauria de traduir en un compromís clar per part dels mitjans d'evitar l'emissió d'imatges i declaracions de menors relacionats amb fets delictius.

En relació amb el segon dels elements indicats anteriorment, i que fa referència a l'eventual interferència en l'acció dels tribunals pels mitjans de comunicació, s'ha de subratllar que en el nostre ordenament jurídic la publicitat dels processos ha estat configurada com una concreta manifestació del dret fonamental a la tutela judicial efectiva, article 24.2 CE, i com una regla general de funcionament de l'Administració de Justícia que es projecta sobre totes les actuacions judicials, llevat les excepcions que continguin les lleis de procediment (article 120.1.cE). La regla de la publicitat de les actuacions judicials persegueix una doble finalitat, tal com ha assenyalat el Tribunal Constitucional en la Sentència 96/1987, de 10 de juny, fent seva la jurisprudència del Tribunal Europeu dels Drets Humans: d'una banda, compleix la funció de garantia, en protegir les parts d'una justícia sotreta al control públic; de l'altra, compleix la funció de mantenir la confiança de la comunitat en els jutges i tribunals.

La publicitat de les actuacions judicials no es limita a l'assistència als judicis, sinó que es projecta a la difusió a través dels mitjans de comunicació. Com ha assenyalat el Tribunal Constitucional en la Sentència 30/1982, d'1 de juny: «El principio de la publicidad de los

juicios, garantizado por la Constitución (art. 120.1.), implica que éstos sean conocidos más allá del círculo de los mismos, pudiendo tener una proyección general. Esta proyección no puede hacerse efectiva más que con la asistencia de los medios de comunicación social, en tanto tal presencia les permita adquirir la información en su misma fuente y transmitirla a cuantos, por una serie de imperativos de espacio, de tiempo, de distancia, de quehacer, etc., están en la imposibilidad de hacerlo. Este papel de intermediario natural, desempeñado por los medios de comunicación social entre la noticia y cuantos no están, así, en condiciones de conocerla directamente, se acrecienta con respecto a acontecimientos que por su entidad pueden afectar a todos y por ello alcanzan una especial resonancia en el cuerpo social...».

Aquesta doctrina suposa, per tant, el reconeixement de la funció dels mitjans de comunicació, això és, la llibertat de mediació informativa a través d'un mitjà de comunicació també en l'àmbit de les actuacions judicials.

La llibertat de mediació informativa té com a únic límit les actuacions de l'òrgan judicial que hagin estat declarades secretes. Ara bé, com ha tingut ocasió d'indicar el Tribunal Constitucional en la Sentència 13/1985: de 31 de gener, «... el secreto de sumario no significa en modo alguno que uno o varios elementos de la realidad social (sucesos singulares o hechos colectivos cuyo conocimiento no resulta limitado o vedado por otro derecho fundamental según lo expuesto por el artículo 20.4. cE) sean arrebatados a la libertad de información en el doble sentido de derecho a informarse y derecho a informar, con el único argumento de que sobre aquellos elementos están en curso unas determinadas diligencias sumariales». Per tant, no és legítima la creació d'una matèria reservada al voltant dels fets que són objecte del procés. La llibertat de mediació informativa inclou així mateix la llibertat d'opinió, és a dir, la formulació d'hipòtesi a partir de dades fàctiques. El Tribunal Constitucional en la Sentència 171/1990, de 12 de novembre, fent-se ressò de la jurisprudència del Tribunal Europeu dels Drets Humans, ha subratllat que «... la limitación del derecho a la información al relato puro, objetivo y aséptico de hechos no resulta constitucionalmente aceptable ni compatible con el pluralismo, la tolerancia y la mentalidad amplia, sin los cuales no hay «sociedad democrática», pues la divergencia subjetiva de opiniones forma parte de la estructura misma del aspecto institucional del derecho a la información». Si el Tribunal Constitucional ha establert aquesta permissiva doctrina sobre la fase sumarial, molt més encara aquests principis són aplicables a la fase del judici oral, que és públic per naturalesa i a la qual es refereix aquest dictamen.

La legitimitat constitucional d'informar sobre processos judicials en curs resta, per tant, fora de dubte. Les formes que pot adoptar l'exercici de la llibertat d'informació poden ésser molt diverses i algunes d'elles són inèdites en el nostre país. A títol d'exemple, val a dir que als Estats Units, en declarar-se inconstitucional la prohibició de les càmeres de televisió en els jutjats l'any 1982, algunes cadenes basen la seva programació en l'emissió de processos judicials en directe i informacions sobre les actuacions dels Tribunals i la policia, com és el cas de la cadena per cable Courtroom Television Network (Court tv). Aquesta realitat ha de contemplar-se com a molt pròxima a nosaltres i es farà present quan la televisió per cable abasti una part significativa de la població.

Ara bé, tal com s'ha indicat ja anteriorment, la regla de publicitat de les actuacions judicials pot ésser exceptuada en els supòsits previstos per les lleis. Tot i que la Constitució no estableix quins són els supòsits que legitimen l'excepció de la regla de publicitat, en virtut de la norma interpretativa establerta en l'article 10.2 cE, cal entendre que aquests són els establerts bàsicament en l'article 6.1 i 10.2 del Conveni Europeu per a la Protecció dels Drets Humans i Llibertats Fonamentals de 4 de novembre de 1950 i en l'article 14.1 del Pacte Internacional de Drets Civils i Polítics de 19 de desembre de 1966. Així, la regla de publicitat pot ésser exceptuada, totalment o parcialment, en interès de la moralitat, de l'ordre públic,

de la seguretat nacional o quan els interessos dels menors o la protecció de la vida privada de les parts així ho exigeix. També pot ésser restringida la publicitat del procés quan aquesta pugui perjudicar els interessos de la justícia o sigui necessari per tal de garantir l'autoritat i la imparcialitat del poder judicial.

En el nivell infraconstitucional, la Llei orgànica 6/1985, d'1 de juliol, del Poder Judicial, preveu que mitjançant resolució motivada els jutges i tribunals puguin limitar la publicitat de totes o part de les actuacions, per raons d'ordre públic i de protecció dels drets i llibertats (article 232). També la Llei d'enjudiciament criminal apodera el Tribunal per acordar que les sessions de la vista oral es puguin realitzar a porta tancada, quan ho aconsellin raons de moralitat, d'ordre públic o el respecte a les persones ofeses pel delictes o la seva família.

El conjunt de la regulació legal és escassa i difícilment es pot considerar suficient per fer front als nous requeriments que es deriven de la significació actual de la regla de publicitat de les actuacions judicials, profundament alterada per la irrupció dels mitjans de comunicació, en especial de la televisió. Especialment rellevant és que el fet delictiu objecte del judici d'Alcàsser, si s'hagués produït amb posterioritat a l'entrada en vigor de la Llei del jurat, hagués estat judicat per un tribunal de jurat, que hagués estat inevitablement influenciat per la programació televisiva, amb el risc que el veredictes hagués estat dictat en consideració a dades o fets aliens al judici oral i sense les garanties constitucionals de la tutela judicial efectiva.

La publicitat de les actuacions judicials, que ha estat formulada com un dret dels ciutadans i una regla estructural del funcionament del poder judicial, en constituir un instrument de garantia de la seva autoritat i imparcialitat, pot convertir-se en una fórmula que doni cobertura a lesions d'altres béns i drets constitucionalment garantits, com a conseqüència d'un exercici il·legítim de la llibertat de mediació informativa.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya formula les següents

Recomanacions:

1 El Consell de l'Audiovisual de Catalunya demana a les institucions que facin una labor didàctica i de divulgació assenyalant al ciutadà que, malgrat les eventuais errades de l'Administració de Justícia, només mitjançant el procés s'obtenen les garanties d'enjudiciament. A la vegada, el Consell demana als mitjans de comunicació que siguin receptius a aquest missatge, que el difonguin i que quan exerceixin la seva llibertat d'opinió i d'expressió, traslladin també a la ciutadania que la credibilitat última s'ha d'atorgar als jutges, quan la sentència ja és ferma.

2 L'Administració de Justícia s'ha d'acostumar a la lícita pressió mediàtica a què està sotmesa en els judicis que conciten una important atenció col·lectiva. Per evitar la desinformació, es demana que la pròpia organització de l'Administració de Justícia o, en altre cas, el president del tribunal d'un judici concret, facilitin la tasca dels mitjans informatius nomenant un portaveu o un aparell informatiu que els informi en cada moment, sense cap mena d'ocultisme en els diversos tràmits del procés. Es recomana als mitjans de comunicació que donin a les informacions del portaveu un tracte de credibilitat, sense perjudici de la llibertat d'expressió de cadascú.

3 El Consell de l'Audiovisual de Catalunya constata la necessitat d'una iniciativa legislativa adreçada a regular els supòsits en què és legítim exceptuar la publicitat de les actuacions judicials, en tant sigui necessari per garantir els béns i drets fonamentals constitucionalment protegits, d'acord amb allò establert als articles 6.1 i 10.2 del Conveni Europeu per a la Protecció dels Drets Humans i Llibertats Fonamentals i l'article 14.1 del Pacte Internacional de Drets Civils i Polítics. Fins que aquestes mesures no hagin estat adoptades, el Consell recomana a les empreses de televisió, mentre se celebra l'acte del judici oral (no en la fase

sumarial o després de dictada sentència), s'abstinguin de programar la intervenció de les persones que constitueixin mitjans de prova de les quals ha de valer-se el tribunal, en especial els perits i els testimonis.

4 Els mitjans de comunicació han de tenir present que, malgrat que els judicis són públics, determinades persones que actuen com a mitjans de prova no ho fan voluntàriament, sinó en virtut d'una prescripció legal o d'un mandat judicial. En conseqüència, aquestes persones, sempre que no tinguin la consideració de públiques, tenen dret a salvaguardar el seu dret a la intimitat i a la pròpia imatge. La llibertat d'informació sobre els judicis públics ha de ser absoluta, però les televisions haurien d'abstenir-se de difondre gràficament la imatge dels testimonis, a menys que aquests expressament ho autoritzin.

5 Els mitjans de comunicació han de tractar amb una cura especial les informacions que afectin infants o adolescents relacionats amb els fets objecte de judici, per tal de protegir la seva intimitat i el desenvolupament de la seva personalitat en el seu entorn social. En conseqüència, han d'evitar difondre el nom, la veu, la imatge o les dades que permetin la identificació, quan apareixen com a víctimes, testimonis o inculpats en causes criminals, llevat del cas que ho siguin com a víctimes d'un homicidi o un assassinat.

6 La reconstrucció fictícia dels fets que són objecte d'un judici, i que és un recurs utilitzat per alguns programes de televisió, no té les garanties processals necessàries perquè sigui plenament creïble. Per això, es recomana als mitjans que adverteixin els espectadors que la reconstrucció segueix criteris dels guionistes, no avalats ni pels jutges ni per les garanties judicials.

7 Els mitjans de comunicació han d'observar el principi deontològic de diferenciació entre informació i opinió també en el tractament dels judicis. No s'han de confondre els fets amb les interpretacions que només fa una de les parts d'aquests fets. En tot cas, la informació ha de ser plural, informant de manera objectiva de totes les posicions de les parts implicades en el procés.

8 En els judicis en què intervingui un jurat s'ha d'actuar amb una cura especial. En cap cas un membre del jurat ha d'intervenir en un programa de televisió sobre el cas que jutja fins a la publicació de la sentència.

9 Amb l'arribada de la televisió per cable, la transmissió dels judicis en directe pot fer-se habitual. Seria oportú que per les autoritats judicials es dictessin normes al respecte, respectuoses amb la llibertat d'expressió i garantitzadores dels drets de les parts. Fins que aquestes normes no arribin, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya recomana que el judici sigui retransmès en un pla general, per evitar un tractament d'imatge que, mitjançant el seu propi llenguatge, pugui confondre o afectar la subjectivitat del telespectador o predisposar-lo a favor o en contra dels processats.

10 El Consell de l'Audiovisual de Catalunya proposa al Col·legi d'Advocats i al Col·legi de Periodistes, fer una ponència conjunta que elabori un esborrany de normes d'autoregulació sobre el tractament de la informació dels judicis per ser proposades als mitjans de comunicació televisius, per tal d'aconseguir entre totes les emissores uns compromisos de compliment conjunts i lliurement pactats. Entre les normes d'autoregulació, podria contemplar-se que la instància que es determini de comú acord entre tots els mitjans pugui aparèixer en el mitjà que hagi transgredit les normes d'autoregulació prèviament acordades, com a garantia del seu compliment.

Antecedents

Amb data 26 de juny de 1997, el Sr. J.V-A. i V. es dirigeix al Consell de l'Audiovisual donant compte del següent: que en data 21 d'agost de 1996 va adreçar una queixa a l'Excm. Sr. Síndic de Greuges relativa al programa «El Matí de Catalunya Ràdio» per entendre que en un anunci d'El Corte Inglés el presentador barreja informació amb publicitat. Que el Síndic de Greuges va contestar-li aconsellant-li remetre la queixa al Consell de l'Audiovisual per entendre que és l'organisme competent per resoldre-la. El Sr. V-A. demana al Consell de l'Audiovisual que prengui en consideració la seva queixa, que reitera adjuntant la carta adreçada al Síndic de Greuges.

L'objecte de la queixa del Sr. V-A., en la part que aquí interessa, ve exposada en la carta dirigida a l'Excm. Sr. Síndic de Greuges de la forma literal següent:

«Com a usuari i contribuent de Catalunya Ràdio, cada dia d'entre setmana em sento víctima d'aquet saltar-se les normes deontològiques. En efecte, en el programa «El Matí de Catalunya Ràdio» que s'emet a partir de les 9 (i que abans es deia «El Matí de Josep Cuní») el presentador barreja clarament la informació i la publicitat. En un moment donat, generalment pels volts de les 10, el presentador intervé directament en un anunci d'El Corte Inglés. I a més, té la gosadia de presentar-nos-el com «la notícia comercial de la jornada», igual com fa poc ens ha presentat la informació meteorològica del dia. En aquest mes d'agost no ho presenta així, però, per contra, intervé molt més en l'emissió de l'anunci.

He fet moltes gestions per aconseguir que els usuaris de la nostra ràdio no siguem més víctimes d'aquesta falta legal i deontològica, però no he obtingut cap èxit. Confio que acudint a una instància tan acreditada com és la seva, rebré una resposta més satisfactòria, i que, si és de llei, s'aconsegueixi suprimir aquesta anomalia.»

En la seva reunió plenària del dia 7 de juliol, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de conformitat amb allò establert a l'article 12.2. c) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, acordà donar tràmit a l'esmentada queixa. Igualment, el Consell acordà fer un seguiment dels anuncis d'El Corte Inglés realitzats de forma similar en diverses emissores de Barcelona, inclosa Catalunya Ràdio.

En data 24 i 28 de juliol de 1997, el Secretari del Consell es dirigeix al director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, Sr. J.V.; al director de Catalunya Ràdio, Sr. JM.C.; i al director del programa «El Matí de Catalunya Ràdio», Sr. A.B., donant trasllat de la queixa del Sr.V-A. i donant-los un termini per presentar les seves al·legacions al respecte. S'ha rebut resposta per part dels Srs. B.iC..

En escrit datat el 21 d'agost de 1997, el Sr. A.B. fa les al·legacions literals següents:

El senyor V-A. denuncia barreja entre informació i publicitat. No crec que n'hi hagi gota. En primer lloc, jo no intervinc directament en la publicitat d'El Corte Inglés. Com es pot comprovar qualsevol dia, em limito a saludar una locutora i a continuació faig servir la fórmula «ella ens porta la notícia comercial de la jornada», després de la qual cosa, la locutora interpreta un anunci d'aquests grans magatzems, sense la meua presència, acompanyada d'una sintonia específica que només es fa servir per a aquest anunci. Quan acaba, l'acomio sense fer més referències ni a la marca, ni al contingut, ni a les bondats del producte.

En segon lloc, justament la fórmula introductòria «notícia comercial de la jornada» pretén indicar a l'oient que a partir d'aquell moment sentirà un anunci. Un anunci sobre el qual li crido l'atenció, sí, però un anunci. Només cal escoltar uns segons per comprovar-ho. És com dir «una pausa per a uns consells comercials i tornem de seguida».

Finalment, i en tercer lloc, així ho va entendre el Consell de la Informació de Catalunya, a qui també va recórrer el Sr. V-A.. En acord unànim del 12 de març d'enguany, el cic, després d'escoltar el programa, va reconèixer que «no es despenia que el periodista A.B. intervingui

directament en l'espot publicitari d'El Corte Inglés», i que la fórmula, «malgrat la seva ambigüitat des d'un punt de vista estrictament periodístic, és utilitzada habitualment per indicar a l'oient que a partir d'aquell moment escoltarà un missatge comercial, és a dir, publicitari, dins el context del programa».

El Sr. C., per la seva banda, remet una carta datada l'1 de setembre de 1997 amb les següents al·legacions literals:

Contràriament a les afirmacions del Sr. J.A-V., crec sincerament que el presentador del programa «El Matí de Catalunya Ràdio», Sr. A.B., no actua en detriment de les normes deontològiques de la professió periodística en donar pas a l'anunci d'El Corte Inglés.

La fórmula utilitzada «la notícia comercial del dia» permet a l'oient de Catalunya Ràdio saber que a continuació escoltarà un anunci publicitari. L'expressió «notícia comercial» substitueix aquí qualificatius com ara «pausa publicitària» o «consells comercials» utilitzats en altres emissores.

L'oient sap en tot moment que el que escoltarà a continuació serà un anunci publicitari que no té res a veure amb la informació; una sèrie de consells publicitaris que s'ofereixen sempre aproximadament a la mateixa hora i amb la mateixa sintonia, utilitzada només per a aquest anunci. O sia, un publireportatge. Aquest publireportatge sempre s'emet gravat, la qual cosa permet conèixer a priori el seu contingut. Es tracta d'una fórmula molt antiga i força coneguda pel públic, la qual cosa fa impossible que hi hagi cap mena de confusió amb el contingut informatiu del programa.

És per això que crec que Catalunya Ràdio no incompleix en cap cas l'article 11 de la Llei general de publicitat de la CCRTV ni les normes que imposa el codi deontològic de la professió periodística.

De fet, així ho assenyala una resolució del Consell de la Informació de Catalunya amb data 12 de març de 1997. El dictamen es va fer en relació amb un escrit del mateix Sr. J.V-A., on demanava si era deontològic que en el programa «El Matí de Catalunya Ràdio» es barrejés –segons ell– informació amb publicitat.

La resolució del Consell de la Informació, signada pel seu president, Sr. Llorenç Gomis, és clara i diu, entre altres coses:

«Tant de la informació practicada com de la comprovació feta escoltant «El Matí de Catalunya Ràdio» no es desprèn que el periodista A.B., realitzador i conductor del programa, intervingui directament en l'espot publicitari d'El Corte Inglés».

«El presentador del magazín dona efectivament pas al publireportatge indicant que es tracta de la notícia comercial del dia, fórmula que, malgrat la seva ambigüitat des d'un punt de vista estrictament periodístic, és utilitzada habitualment per indicar a l'oient que a partir d'aquell moment escoltarà un missatge comercial, és a dir, publicitari, dins del context del programa».

Tot això referma la meua convicció que en cap cas el conductor d'«El Matí de Catalunya Ràdio» no vulnera el codi deontològic ni barreja publicitat amb informació, cosa que no poden dir altres conductors de magazins d'altres cadenes radiofòniques.

Malgrat tot, quedo a la seva disposició per discutir aquest i qualsevol altre aspecte relacionat amb els drets dels consumidors de producció radiofònica, els oients.

Com a emissora pública sempre hem tingut especial cura que els continguts de la nostra programació no lesionin els interessos de la majoria de ciutadans i s'ajustin als paràmetres que marca la legalitat vigent.

En citar-se en els escrits d'al·legacions del Sr. A.B. i del Sr. JM.C. aquest Consell ha pres en consideració i adjuntat a l'expedient l'acord adoptat el 12 de març de 1997 pel Consell de la Informació de Catalunya relatiu a la mateixa queixa que va presentar a aquest organisme el mateix Sr. V-A.

Per mitjà del personal tècnic del CAC, s'ha documentat un seguiment de l'anunci d'El Corte Inglés al programa «El Matí de Catalunya Ràdio» els dies 7, 8, 11 i 12 d'agost de 1997 i 3, 4 i 5 de setembre de 1997. En la programació del mes d'agost i del mes de setembre, la intervenció del presentador en l'anunci es limita a donar pas i a acomiadar una altra locutora, que és qui fa integrament la locució de l'anunci. No obstant això, el presentador del mes d'agost, Sr. G.H., no fa cap menció de la fórmula «notícia comercial de la jornada»; en canvi, el presentador del mes de setembre i director del programa, Sr. A.B., utilitza habitualment, excepte en comptades excepcions, l'esmentada fórmula.

Igualment s'ha fet un seguiment els dies 10, 11, 15 de juliol de 1997 dels anuncis de similars característiques d'El Corte Inglés de les emissores següents en FM: Cadena Cope (102.0), Ràdio Barcelona 2 (96.9) i Onda Rambla (89.8), constatant que els anuncis tenen diferents característiques, i que en l'únic que es fa menció de la paraula «notícia» (Doña Lola desde El Corte Inglés, ¿qué noticias nos trae?, muy rápidamente»), és el que correspon a la Cadena Cope.

Amb els anteriors antecedents, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya emet el present dictamen, per a la qual cosa cal distingir dos aspectes diferenciats:

a: La intervenció del presentador del programa en l'anunci d'El Corte Inglés.

b: La fórmula emprada per introduir la intervenció de la locutora de l'anunci, que invariablement i textual és: «notícia comercial de la jornada».

Respecte a la primera qüestió, que es refereix a la forma en què es difon l'anunci, cal remarcar que s'empra sempre el mateix format, que es considera correcte, i que bàsicament presenta l'estructura següent: sintonia del programa, sintonia de l'espai publicitari, salutació del presentador a la locutora de l'anunci, locució de l'anunci sense intervenció del presentador, acomiadament del presentador a la locutora de l'anunci, sintonia de l'espai publicitari i sintonia del programa o d'un altre espai del mateix programa.

D'aquest format es desprèn que es compleix amb els requisits formals de separació entre informació i publicitat, que ve marcada per la diferenciació que es produeix mitjançant una sintonia específica que només es fa servir per a aquest anunci i per la manca d'intervenció del presentador en el moment en què es publiciten els productes d'El Corte Inglés. Per tant, no es pot considerar, com ho fa el Sr. V-A., que «el presentador intervé directament en un anunci d'El Corte Inglés», ja que el presentador, des d'un punt de vista formal, es limita únicament a donar pas a una locutora que no té cap altra intervenció en el mateix programa, ni informativa ni publicitària. Igualment, ha de tenir-se en compte, com a element de licitud de l'actitud del presentador, que aquest en cap moment no esmenta el nom dels grans magatzems ni de cap dels productes que s'hi comercialitzen.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya no pot acabar aquí la consideració del primer aspecte que es dictamina, és a dir, de la correcció del format de l'anunci. Si aquest, com hem dit, és correcte en el cas del programa d'«El Matí de Catalunya Ràdio», no ho és en altres casos d'altres emissores de les quals s'ha fet un seguiment. No obstant això, ja que el seguiment no ha sigut exhaustiu o, en qualsevol cas, suficient per emetre una opinió raonablement fundada, el Consell es proposa realitzar aquest seguiment en les properes setmanes per tal que, en el seu moment, es pugui emetre d'ofici un dictamen fundat al respecte.

Entrant en el segon punt a dictaminar, és a dir, la frase emprada per introduir la intervenció de la locutora de l'anunci: «notícia comercial de la jornada», el criteri sobre la seva correcció ja no pot ser el mateix, tot matisant que, en produir-se dins un context formal correcte, l'anomalia que es produeix queda sensiblement mitigada.

Però no podem ocultar que la paraula notícia no correspon al món de la publicitat, sinó al món de la informació segons el seu sentit usual entre la població. Si acudim als diccionaris

de consulta més rigorosos, el terme «notícia», quan no fa referència a les relacions privades sinó a la cosa pública, té sempre el sentit de desvetllar un esdeveniment, un succés, un fet que acaba d'ocórrer, en una relació d'immediatesa, de manera que, amb el transcurs del temps, aquell fet, per conegut, deixa de ser notícia.

Per esbrinar quin és aquest sentit usual que la població dona al mot «notícia», és útil recórrer, com s'ha dit, als diccionaris. En el Diccionari de la Llengua Catalana recomanat per l'Institut d'Estudis Catalans i publicat per Enciclopèdia Catalana, es defineix «notícia» com a «anunci d'alguna cosa esdevinguda de poc a qui no en té coneixement», sentit que també podem trobar literalment en el diccionari de Pompeu Fabra. En aquest darrer diccionari, s'entén per «esdeveniment»: «allò que s'esdevé, fet d'alguna importància en la vida d'un poble o d'un home». En llengua castellana, en el diccionari Casares es defineix com a «suceso o novedad que se comunica», i en el de María Moliner, «comunicación hecha en general o a alguien determinado de cierto suceso».

Traslladats els anteriors conceptes al cas que ens ocupa, quan es parla «de la notícia de la jornada», sembla que el radiooient hagi d'esperar la comunicació d'una informació important «de la jornada» i no pas d'un anunci de publicitat. És en aquest sentit, tot reiterant la matisació ja feta anteriorment, que emprar per a l'anunci d'El Corte Inglés el mot «notícia» no es pot considerar afortunat, perquè és confusori i, en qualsevol cas, improp i, com diu el Consell de la Informació de Catalunya, «ambigu».

No obstant això, hem de considerar a continuació si l'afegitó de la paraula «comercial» dona un nou sentit a la paraula notícia, de manera que «notícia comercial» sigui una expressió que hagi d'equiparar-se a anunci. Aquest sembla que és el raonament del director del programa, Sr. A.B., que en les seves al·legacions diu: «justament la fórmula introductòria «notícia comercial de la jornada» pretén indicar a l'oient que a partir d'aquell moment sentirà un anunci. Un anunci sobre el que li crido l'atenció, sí, però un anunci. Només cal escoltar uns segons per comprovar-ho. És com dir «una pausa per a uns consells comercials i tornem de seguida».

Si abans dèiem que la utilització de la paraula «notícia» era, si més no, impròpia d'un espai publicitari, ens hem de reiterar en aquesta observació per dos motius. El primer, perquè el mateix Sr. B. ja ens diu que per identificar que el que s'escoltarà a partir d'aquell moment és un anunci i no una informació, «només caldrà escoltar uns segons per comprovar-ho». És a dir, que no es desprèn de la frase introductòria que es dona pas a un anunci, sinó que això «es podrà comprovar uns segons després». Cosa que ens porta de nou a l'anterior punt del dictamen: la comprovació que allò és un anunci es desprèn del format publicitari emprat, però no de l'expressió «notícia comercial».

El segon motiu de discordança es produeix en el sentit que es dona a l'expressió «notícia comercial» com a substitutiva del concepte «missatge publicitari» o de la frase citada pel Sr. B. «una pausa per a uns consells comercials i tornem de seguida». Sobre el concepte de «notícia» no cal insistir. Però és que l'adjectiu «comercial», en els termes del llenguatge ordinari, no és assimilable al de publicitat. Una altra cosa és que en els mitjans de comunicació el terme comercial s'apliqui a les vendes per finançar l'emissora, el volum principal de les quals correspon a les vendes per publicitat. Però la difusió radiofònica al públic en general fa que, pel sentit de les paraules, hàgim d'emprar els conceptes de l'home del carrer, que és a qui es dirigeix, i no l'específic dels professionals dels mitjans de comunicació.

Si tornem a utilitzar els diccionaris per esbrinar el sentit de la paraula «comercial», observem que el concepte fa referència al món del comerç, al bescanvi de productes, a les compravendes, a tot un sector social ben determinat per mitjà de la seva activitat econòmica i social. La publicitat és un dels instruments de què es val el món del comerç –però no l'únic–

per donar a conèixer els seus productes. Però no tota l'activitat comercial es resumeix en el món de la publicitat –més aviat, la publicitat és un instrument, no un component substancial–, ni tota la publicitat es refereix al món del comerç, sinó que també abasta altres camps d'activitats, com ara el professional, el financer, l'immobiliari, el de serveis, etc. Per tant, no es pot confondre comerç amb publicitat.

Segons el diccionari recomanat per l'Institut d'Estudis Catalans, el Pompeu Fabra i el Casares, «comercial» es defineix com a «pertanyent al comerç». En el de Maria Moliner, «mercantil, de comerç». I per «comerç», segons el diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans, «conjunt d'activitats de compra i venda i de bescanvi de productes naturals o industrials amb l'objectiu de connectar la producció amb el consum o la inversió». En el de Pompeu Fabra, «compra i venda, bescanvi de productes naturals i industrials». En el diccionari Casares, «negociación que se hace comprando, vendiendo o permutando unas cosas por otras». I en el de Maria Moliner, «actividad de comprar, vender, permutar, etc. para obtener provecho. Mundo constituido por esta actividad y las personas dedicadas a ella».

En conseqüència, l'afegit «comercial» al mot «notícia» no aclareix que es tracta d'un anunci, sinó més aviat el contrari: que del que es tracta és d'una notícia del món del comerç, que afecta l'activitat pròpia dels comerciants o que informa el públic d'un esdeveniment propi del món comercial, com pot ser, per exemple, la modificació dels horaris comercials, l'apertura d'un hipermercat en una població determinada, la inauguració d'una fira de mostres, etc.

Si apliquem altres adjectius a la paraula notícia, ens trobarem amb la precisió de quin tipus d'informació es tracta. Per exemple, una «notícia esportiva» pot ser el resultat d'un partit de futbol o del fitxatge d'un jugador, però no un anunci d'una marca de botes de futbol o d'un establiment de roba esportiva. Una «notícia financera» pot ser la baixada del tipus d'interès o de la Borsa, però no l'anunci d'una hipoteca bancària o d'uns bons del Tresor. Una «notícia econòmica» pot ser referida al Fons Monetari Internacional o a l'estructura empresarial d'una determinada població, però no a l'anunci d'una emissió d'obligacions d'una societat anònima.

En virtut de tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya formula les conclusions següents:

- 1 Constatar que el format de l'anunci d'El Corte Inglés emès al programa d'«El Matí de Catalunya Ràdio» és plenament correcte, a diferència d'altres anuncis de la mateixa campanya publicitària realitzada en altres emissores de ràdio.
- 2 Observar que la fórmula introductòria de l'anunci «notícia comercial del dia» no és adequada, tot i reconeixent que no hi ha cap voluntat del presentador del programa d'influir amb la seva presència en el missatge comercial.
- 3 Recomanar la substitució de la frase «notícia comercial» per una altra que s'ajusti conceptualment a la imatge publicitària.
- 4 Acorda ampliar la informació sobre els diversos anuncis de característiques similars, siguin d'El Corte Inglés o d'un altre producte o establiment, que s'emeten en les altres ràdios, comercials o privades, a l'efecte d'elaborar un dictamen recomanant fórmules publicitàries que siguin més correctes des del punt de vista de la Llei general de publicitat.

8/97

Sobre les queixes formulades en relació a la sèrie de dibuixos animats «Candy» emesa per TV3 i Canal 33.

Antecedents

En data 16 de juliol de 1997, el Director General d'Atenció a la Infància del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya ha traslladat al Consell Audiovisual de Catalunya l'escrit adreçat al senyor Santiago Ambrosio Viale, President de l'Associació Adopció, Família i Món (ADOFAM), en el qual sol·licita la retirada de la programació de la sèrie «Candy», emesa pel Canal 33. La sol·licitud es fonamenta en «la manera en què es tracta l'adopció en la dita sèrie i, encara més, la relació entre mare i fills biològics amb la recent adoptada».

Posteriorment, en data 23 de juliol de 1997, el Director General d'Atenció a la Infància, ha traslladat al Consell de l'Audiovisual de Catalunya l'escrit adreçat per la Presidenta de l'Associació Pont per a l'Adopció de Nens i Nenes de l'ÍNDIA (PANI), en el qual dóna suport a la sol·licitud de l'ADOFAM.

A la vista de les queixes formulades, el personal tècnic del Consell ha procedit a l'enregistrament i visionat dels capítols de la sèrie emesos pel Canal 33 i per TV3, per tal de procedir a analitzar si l'esmentada sèrie pot vulnerar allò establert en l'article 17 de la Llei 25/1994, de 12 juliol i en l'article 36 de la Llei 8/1995, de 27 de juliol. Especialment s'ha analitzat el tractament de l'adopció i els maltractaments que rep la protagonista de la sèrie, que constitueixen els dos elements en els quals es fonamenten les queixes.

Sobre el tractament de l'adopció, el CAC observa que s'exposa d'una manera superficial i no ajustada a les normes vigents sobre constitució de l'adopció. Es tracta d'una sèrie estrangera, d'una societat amb uns valors socials allunyats dels nostres. No hi ha una acceptació per part del nucli familiar, ni s'informa la persona adoptada de les condicions d'adopció. El procés de l'adopció se simplifica al màxim. No hi ha un període de prova per a l'acolliment preadoptiu, ni cap mena de seguiment per part de les institucions que acullen «Candy». El tractament de la nena és més de «minyona» que de filla adoptiva, malgrat que la protagonista sempre digui que és la filla adoptiva, la qual cosa pot representar als petits telespectadors confusió en el terme i conceptualització del que és una adopció. Hi ha un valor social que se'ls trameta constantment en la sèrie en diferents situacions i a través de diferents personatges: «Ésser orfe, no està ben vist per la societat, ni els orfenats». Els nens/es adoptats/des han de negar la seva procedència, la societat on viuen no pot saber-ho mai, es parla de forma despectiva dels orfenats; aquests són equivalents a classe social baixa per la qual cosa «mai pot ésser elegant, es neix elegant».

En plantejar-se el tema de l'adopció d'una manera molt allunyada de la nostra realitat, el CAC es proposa obrir un diàleg amb la Televisió de Catalunya a fi de conèixer els criteris de selecció de les telesèries infantils.

Respecte «als maltractaments que rep la «Candy per part dels seus germans amb la col·laboració de la mare», els tipus de maltractaments són a nivell psíquic: humiliacions verbals i físiques, demanar perdó de genolls, per una cosa de la qual no era responsable. Cal dir que el personatge central de la sèrie, representa una noia entremaliada i valenta, amb caràcter i autonomia pròpia per defensar-se dels perills i situacions conflictives i de les maleses que li fan els seus germans i quan la mare no està present respon directament als cops que rep. Durant els moments més angoixants sempre recorda el príncep dels seus somnis i torna a agafar noves forces malgrat els infortunis passats. El seu consol és imaginari, la qual cosa no és aconsellable per a cap nen/na.

De l'anàlisi realitzada es desprèn que tot i que en el discurs argumental s'inclouen fets reprovables, aquests s'identifiquen perfectament com a tals, i en cap moment s'estimula la seva imitació. La representació que es fa dels nens/joves que fan les maleses, són caracteritzats com els dolents de la sèrie (cares agressives, lletjos...), no poden inspirar cap mena de simpatia als telespectadors; en canvi la protagonista principal és maca, dolça, tothom l'estima menys, com és natural, els germans i la mare adoptiva.

En conseqüència, no hi ha en la sèrie una transmissió de valors oposats als contemplats en l'article 17 de la Llei 25 /1994, ni escenes o missatges que puguin perjudicar el desenvolupament mental o moral dels menors.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya formula la conclusió següent: ÚNICA.- La sèrie de dibuixos animats «Candy» no vulnera allò establert en els articles 17 de la Llei 25/1994 i 36 de la Llei 8/1995, per la qual cosa no es considera que hi hagi motius suficients per sol·licitar que sigui retirada de la programació.

Quadre de compliment del conveni de difusió de la música catalana signat per emissores de l'associació catalana de radiodifusió privada amb els departaments de Cultura i Presidència de la Generalitat.

E1/1997 (7 d'abril de 1997)

Durant el mes de febrer de 1997, es va analitzar un total de 57 hores d'emissió de 19 emissores diferents. Es tracta del cinquè estudi acumulatiu sobre la presència de música d'origen català en un grup predeterminat de 24 estacions.

Publicitat adreçada als infants durant la campanya de Nadal de 1996-1997.

E2/1997 (11 d'abril de 1997)

Anàlisi de la publicitat emesa per les 7 cadenes de televisió generalista d'àmbit nacional o estatal, amb una especial incidència en els programes publicitaris adreçats als infants. D'aquesta anàlisi qualitativa s'extreuen conclusions amb referència a la presència d'elements de sexisme, violència i de manca d'una correcta separació de la publicitat respecte de la programació.

Anàlisi del programa

«Moros y Cristianos».

E3/1997 (16 d'abril de 1997)

Visionat i anàlisi de tres programes emesos durant els

mesos de març i d'abril de 1997. L'estudi informa de la tipologia del programa i de la seva estructura, i transcriu certs passatges a tall d'il·lustració.

Anàlisi del programa

«IMPACTO TV».

E4/1997 (24 d'abril de 1997)

Visionat i anàlisi de 4 programes emesos entre febrer i març de 1997. L'estudi reflecteix l'important paper que s'atorga a les imatges violentes en el programa.

Tele 5. Informe setmanal prime time.

E5/1997 (14 de maig de 1997)

Estudi de la franja horària entre les 20h i les 24h (5 a 9 de maig) per tal d'establir possibles incompliments de la Llei 25/1994 de transposició de la Directriu de TV sense fronteres.

TVE1. Informe setmanal prime time.

E6/1997 (14 de maig 1997)

Estudi de la franja horària entre les 20h i les 24h (5 a 9 de maig) per tal d'establir possibles incompliments de la Llei 25/1994 de transposició de la Directriu de TV sense fronteres.

Les interrupcions publicitàries a les pel·lícules i telefilms. Adequació a l'article 13 de la Llei 25/1994.

E7/1997 (15 de maig de 1997)

Verificació del compliment de l'esmentat article, que estableix el nombre màxim permès d'interrupcions publicitàries dels llargmetratges, com també la separació mínima permesa entre cada tall.

La publicitat de joguines adreçada als infants durant la campanya de Nadal de 1996-1997

E8/1997 (23 de maig de 1997)

Aprofundiment de l'Estudi E2/1997 sobre publicitat adreçada als infants. A partir d'aquest estudi, el Consell va elaborar un conjunt de recomanacions adreçades als diferents agents implicats (televisions, educadors, publicistes, administracions).

Anàlisi del programa «Gente»

E9/1997 (26 de maig de 1997)

Visionat i anàlisi de tres programes emesos durant el mes de maig de 1997. L'estudi informa de la tipologia del programa i de la seva estructura, i transcriu certs passatges a tall d'il·lustració.

Canal 33. Informe setmanal prime time.

E10/1997(30 de maig 1997)

Estudi de la franja horària entre les 20h i les 24h (12 a 16 de maig) per tal d'establir possibles incompliments de la Llei 25/1994 de transposició de la Directriu de TV sense fronteres.

Antena 3. Informe setmanal prime time.

E11/1997 (30 de maig 1997)

Estudi de la franja horària entre les 20h i les 24h (12 a 16 de maig) per tal d'establir possibles incompliments de la Llei 25/1994 de transposició de la Directriu de TV sense fronteres.

TVE2. Informe setmanal prime time.

E12/1997 (30 de maig 1997)

Estudi de la franja horària entre les 20h i les 24h (19 a 23 de maig) per tal d'establir possibles incompliments de la Llei 25/1994 de transposició de la Directriu de TV sense fronteres.

TV3. Informe setmanal prime time.

E13/1997 (30 de maig 1997)

Estudi de la franja horària en-

tre les 20h i les 24h (19 a 23 de maig) per tal d'establir possibles incompliments de la Llei 25/1994 de transposició de la Directriu de TV sense fronteres.

Tipologia de programes de televisió.

E14/1997 (19 de juny de 1997)

Assaig de creació d'una tipologia de programes de televisió. Actualment, aquest document es troba sotmès a revisió.

Anàlisi del programa "Esta noche cruzamos el Mississippi".

E15/1997 (26 de juny de 1997)

Descripció de l'estructura i anàlisi dels continguts del programa, verificant la seva adequació a la Llei 25/1994. S'estudien 8 programes emesos durant el mes de maig, fent un especial esment del tractament desconsiderat i espectacular de temes de transcendència (el crim d'Alcàsser, per exemple), de la imatge de la dona i de la presència incorrecta de missatges publicitaris.

Publicitat d'El Corte Inglés a Catalunya Ràdio.

E16/1997

Transcripció dels espais de publicitat d'El Corte Inglés a Catalunya Ràdio per tal d'observar la correcció de la seva presentació.

Tractament del judici d'Alcàsser a les televisions.

E17/1997

Transcripció i indexació de les referències al judici dels crims d'Alcàsser a diversos programes de Tele 5, Antena 3 i TVE1.

La celebració dels judicis i el seu tractament per televisió

L'informe inclou consideracions periodístiques, jurídiques i sobre el conflicte entre l'Administració de Justícia i els mitjans de comunicació, a càrrec de Miguel Ángel Gimeno. L'Im. Magistrat de l'Audiència de Barcelona; Marc Palmés, Advocat, i Vicenç Villatoro, Periodista. Dictamen del Consell Audiovisual de Catalunya 6/97 sobre la celebració dels judicis i el seu tractament per televisió.

La representació de la violència a la televisió.

E18/1997 (1 de desembre de 1997).

Aproximació quantitativa a la violència emesa per les 7 televisions hertzianes (nacionals i estatals) durant la setmana del 15 al 21 de juny de 1997. L'estudi fa ús dels índex de Gerbner i índex DIG per tal d'establir quins són els programes amb més elements de violència (per tipus, per origen de producció, per target d'audiència) i estudia la distribució horària d'aquests actes de violència. Les conclusions mostren l'estructura horària de la representació de la violència a les pantalles i la seva relació amb variables com ara l'origen de la producció o el caràcter públic o privat de la cadena.

Les interrupcions publicitàries a les pel·lícules i telefilms. Adequació a l'article 13 de la Llei 25/1994.

E19/1997 (1 de desembre de 1997)

Anàlisi de 60 pel·lícules i telefilms emesos, preferentment en horari de màxima audiència, per tal d'establir el compliment de l'esmentada legislació. Aquest estudi reproduïx la metodologia de l'E7/1997 i en compara els resultats.

Informe sobre l'avantprojecte de decret pel qual es despleguen determinats aspectes de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable.

Aquest informe emès a instància del Govern, inclou diversos suggeriments i propostes que tenen per objecte, bàsicament, delimitar amb més precisió les competències respectives del CAC i de la Direcció General de Radiodifusió i Televisió.

La regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals. Les autoritats independents en el panorama europeu.

Estudi elaborat pel Prof. Joaquim Tornos sobre els òrgans independents creats en diversos països europeus. Analitza les seves estructures administratives, jurídiques i les seves competències. Les autoritats independents analitzades són: Alemanya, Catalunya, Comunitat Francesa de Bèlgica, Dinamarca, Espanya, Flandes, França, Itàlia, Holanda, Luxemburg, Portugal, Regne Unit, Suïssa i Grècia.

SUMARI

1

■ Presentació

L'espai audiovisual català: crisi de creixement?

Josep Gifreu

La televisió i la infància

Victòria Camps

La publicitat de joguines adreçada als infants

Carles López / Mercè Mota

La televisió per cable a Catalunya

Jordi Conde

El tractament periodístic dels judicis per televisió

Agustí Pons

La gran teranyina virtual. Consideracions internètiques

Francesc Torralba

■ Dossier: Els consells audiovisuals a Europa

L'Europa audiovisual i l'Europa de la diversitat

Hervé Bourges

La regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals en l'àmbit europeu

Joaquim Tornos

Grècia: redacció de nous codis deontològics

Antonis Manitakis

Itàlia: tres organismes col·legiats

Giorgio d'Amato

Portugal: més de mil deliberacions

José Maria Gonçalves Pereira

França: un organisme executiu i sancionador

Jean-Françoise Albertin

■ Dictàmens

■ Estudis i informes

Si us interessa aquesta publicació demaneu-la al:



CAC
Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

Gravina 1, 1r.
08001 Barcelona
Tel. 270 12 30
Fax 412 63 29
E-mail: audiovisual@correu.gencat.es