

Tendències de futur en l'audiovisual

JOAN MAJÓ

Enginyer industrial i exministre d'Indústria

jmajor@ictnet.es

Resum

L'article pretén, més que pronosticar el futur, ajudar a fer comprendre el present. Descriu un conjunt de tendències actuals que es reforçaran en els propers anys i que condicionaran l'evolució de l'audiovisual. Ho fa agrupant-les en tres àmbits: tecnològic, hàbits de consum i politicoeconòmic. Acaba dibuixant unes tendències cap a la desaparició dels televisors, una transformació de les cadenes de televisió i un necessari replantejament del servei públic audiovisual que considera clarament amenaçat per les tendències descrites.

Paraules clau

Futur, xarxa interactiva, asincronia, finançament, servei públic.

Abstract

The aim of this article is not to foretell the future, but rather to help us understand the present. It describes a set of current trends that will become stronger in the upcoming years and that will shape the future of the audiovisual industry. Such trends are grouped into three main areas: technological developments, consumer habits and political and economic tendencies. In the final section, the article presents an overview of a number of trends that point to the disappearance of the television set, a transformation of today's television channels and a necessary reconsideration of the public broadcasting service, which is believed to be clearly vulnerable to these trends.

Key words

Future, interactive network, asynchrony, financing, public service.

1. Introducció

El que m'ha demanat la publicació del CAC és una descripció de les conseqüències del pas de l'analògic al digital en els mitjans audiovisuals, i més concretament, en la televisió. Caldria, doncs, que jo fes una prospectiva de com evolucionarà i, per tant, com serà, la televisió del futur.

Ja avanço que no ho penso fer. No m'atreveixo a explicar el futur. Crec que aquell que s'atreveixi a fer-ho és un imprudent. El futur no està escrit. Per sort! Si estigués escrit i algú el pogués llegir, no sé què hi fariem aquí tots plegats...

El futur no està escrit, però està condicionat. Molts futurs són possibles, però no tots els futurs imaginables ho són. Les realitats del futur seran el resultat de la capacitat d'innovació de les persones i les organitzacions que treballen en el marc d'unes condicions d'entorn (tecnologies disponibles, regulacions econòmiques o polítiques, hàbits socials o culturals...). Algunes d'aquestes condicions d'entorn obren noves possibilitats, augmenten els graus de llibertat de les persones i permeten fer coses que no eren possibles abans. Altres, al contrari, posen límits a la capacitat de creativitat i de canvi i, per tant, impedeixen la materialització d'algunes idees. És la diferència entre la innovació i la utopia. Aquelles coses imaginades però no possibles són les utopies. Les coses imaginades, realitzables i realitzades són les innovacions.

El que jo penso fer és explicar alguns d'aquests elements condicionants sobre els quals s'hauran d'edificar els models futurs. I per explicar-los, els intentaré identificar en el que està passant ara, perquè són les tendències que ara ja estan presents i que tenen profunditat, les que marcaran el futur. No tot el que avui passa és important ni té la mateixa capacitat de continuar a llarg termini. No tot el que ara sembla important, ho és. Destriar el gra de la palla, en aquest sentit, pot ser molt útil per poder mirar endavant.

En resum, més que pronosticar el futur el que voldria és ajudar-vos a entendre el present.

Per intentar-ho, el que faré és descriure i explicar tres grups de tendències que ja estem vivint, que em semblen tendències de fons i que crec que seguiran, o fins i tot es reforçaran, en els propers anys.

Sense que es pugui fer una separació clara entre unes i altres, perquè les influències mútues van en totes direccions, les agruparé en tres àmbits: tecnològic, d'hàbits socials i politicoeconòmic. És una manera d'explicar-ho, ja que tot va molt lligat.

D'aquesta descripció, segur que en sortiran orientacions aplicables al conjunt del sector audiovisual. Però jo no puc oblidar, ni vull amagar, la meua especial preocupació pel futur del servei públic audiovisual i, per tant, enfocaré més la meua visió, tant per interès com per coneixement, en aquesta direcció.

2. Tendències tecnològiques

A. La digitalització. És a dir, la utilització del codi numèric per a la transmissió, l'emmagatzematge i el procés de tot tipus d'informació.

Aquesta és, d'alguna manera, la mare de gairebé totes les altres ja que les tendències que vénen a continuació fan totes referència al progrés en la capacitat de treballar amb bits. La possibilitat de codificar tota la informació en bits fa que el que ha estat una revolució tècnica en la informàtica s'hagi transformat en una revolució social en la comunicació i la informació.

El codi digital en essència consisteix que, en comptes d'emmagatzemar o transmetre una informació utilitzant un fenomen natural, es guarda o es transmet la mesura numèrica del dit fenomen. En comptes de transmetre o emmagatzemar una ona (sonora, lluminosa, etc.) es transmet o es guarda la informació numèrica (freqüència, amplitud, etc.) que descriu l'ona i permet identificar-la i reproduir-la. La digitalització ha convertit tot tipus d'informació en informació numèrica, expressada en bits.

El progrés tecnològic ha augmentat de manera increïble la capacitat de guardar i transmetre bits. Com que som capaços de fer, gairebé sense límits, tot el que vulguem amb els números i alhora sabem posar qualsevol tipus d'informació en forma de números, estem en plena revolució de la informació.

B. Del cable a la fibra òptica. El cable telefònic que arriba a les nostres cases ha tingut durant molts anys una capacitat d'unes quantes desenes de Kbits per segon, totalment suficient per a una conversa, però -com tots hem comprovat en els inicis d'internet- incapaç de permetre altres utilitzacions amb comoditat, sense perdre la paciència. La utilització de tecnologies de compressió (tipus ADSL) permet "fer passar bits a més pressió pel mateix tub", però fins i tot així la capacitat es limita a pocs Mbits per segon. En el moment en què la fibra òptica, que ara es fa servir per a les connexions troncal, arribi a casa, tots aquests límits quedaran àmpliament superats.

C. De la xarxa de difusió a la xarxa interconnectada. Durant les darreres dècades del segle xx han coexistit, amb funcions diferents, dos tipus de xarxes de comunicació amb topologies i característiques contràries.

La xarxa "telefònica" en què tot usuari pot connectar-se amb qualsevol altre usuari (multipunt), i tot usuari pot rebre i enviar informació (bidireccional) però amb una capacitat de transmissió petita (Kbits per segon, banda estreta).

La xarxa de "televisió" en què un sol punt de la xarxa emet, tots els usuaris només poden rebre, sense poder-se connectar entre ells, i la informació només circula en un sentit (punt-multipunt i unidireccional), però amb gran capacitat de transmissió (Mbits per segon; banda ampla).

La convergència d'aquestes dues xarxes ha creat la xarxa "internet de banda ampla" que té els avantatges de totes dues, és a dir, tothom es pot connectar amb tothom, tothom pot rebre i

enviar i la capacitat és prou gran com per enviar veu, text, dades, gràfics, imatges i vídeos. Ara tenim una xarxa multipunt, bidireccional i de banda ampla.

D. De la memòria de silici als discs magnètics i òptics. La capacitat de memoritzar bits -i per tant d'emmagatzemar informació- creix de manera extraordinària. A finals del segle passat els xips de silici ens van portar dels Kbits als Mbits. Ara, els discs externs ens han fet passar als Gbits i estem arribant als Tbits. Això vol dir un creixement de mil milions de vegades en uns 40 anys...

Tenint en compte, com a referència, que la capacitat de memòria del cervell humà no arriba a 1 Gbit, i que en un disc d'1 Tbit podem guardar el text d'un milió de llibres o 500 hores de vídeo de bona qualitat, podem dir que hem superat els límits de les nostres necessitats i que per un cost ridícul podem situar a qualsevol punt de la xarxa un gran magatzem d'informació.

E. Del tub catòdic a les pantalles planes. Fins fa pocs anys totes les pantalles (televisor, ordinador) han estat basades en la tecnologia del tub catòdic. Aquesta tecnologia té, almenys, tres grans inconvenients: el tub és un element tridimensional i obliga a un contenidor de tipus cúbic, de manera que com més creix la pantalla més augmenta en profunditat; és un element molt pesat impossible de transportar; té uns límits de dimensions, ja que no és possible fer pantalles gaire grans... ni gaire petites. Les diferents tecnologies de les pantalles planes fan que no tinguin profunditat, pesin poc, puguin ser des de molt petites fins a cada cop més grans i ben aviat puguin ser flexibles i enrotllables.

Això permetrà incorporar pantalles a tot arreu, integrar-les, dissimular-les, si cal, i transportar-les d'un lloc a un altre còmodament.

F. De les ones al cable i viceversa. Durant molts anys —tota la segona meitat del segle xx— la transmissió telefònica s'ha fet per cable i la de la televisió per ones, cosa bastant absurda ja que el telèfon, que és un aparell "personal", estava lligat a la paret per un cable... D'aquí el gran èxit dels mòbils a la fi del segle!

La situació és bastant diferent a diversos països, però amb graus d'intensitat diferents, la transmissió de la televisió ha anat passant de les ones al cable, fins al punt que en algunes zones d'Europa no existeix ara una sola antena de televisió a les teulades.

En sentit invers, en els espais petits dels immobles, les àrees comercials o similars, han proliferat les zones Wi-Fi, en què les connexions són totes per ones, amb la qual cosa s'estalvia una quantitat impressionant de cable i permeten una nova mobilitat.

Això ens condueix cap a una nova concepció de xarxa mixta unificada, amb un predomini del cable (i també del satèl·lit, però amb alguns inconvenients) per a la transmissió a distància i de les ones per a la distribució local.

3. Tendències en els hàbits de consum de productes audiovisuals

Tots aquests desenvolupaments permeten, i de vegades demanen, noves maneres de consumir continguts audiovisuals, i fan aparèixer unes tendències que es van accelerant. Això no vol pas dir que totes les persones les seguiran i canviaran la seva manera d'actuar; vol dir que tindran un ventall més ampli de possibilitats per escollir com ho volen fer. Alguns seguiran sent consumidors tradicionals per inèrcia, desconeixement o convenciment, i altres s'agafaran a les noves oportunitats. Sens dubte, com més joves siguin les persones, més forta serà la inclinació cap al canvi i les tendències s'acabaran convertint en molt majoritàries, però és segur que conviuran molt de temps costums diverses, fet que obliga a preveure una societat molt més complexa i fins i tot fragmentada. S'ha fet corrent parlar de "digitals nadius" i de "digitals immigrants" per distingir aquells que han nascut en l'era digital d'aquells que han hagut d'immigrar, amb dificultat, des de l'anàlogic.

A. De la recepció sincrònica al consum asincrònic. Les persones que vivien en les societats primitives (abans de Babilònia) només podien traspasar-se informació per via oral o per signes. En tots dos casos, per fer-ho calia que coincidissin en el mateix lloc i en el mateix moment. L'invent de l'escriptura va trencar les barreres del temps i de l'espai, gràcies a la invenció d'un codi (lletres, ideogrames) i a l'aparició d'un magatzem físic extern al cervell (papirs, pergamins, llibres...). Gutenberg va massificar l'ús de la transmissió escrita en fer els llibres abundants i barats.

Ara es repeteix el fenomen en la transmissió audiovisual. El sistema corrent de televisió suposa que l'espectador ha de veure un "programa" en el moment en què s'emet, és a dir, han de coincidir amb l'emissor, no en l'espai, però sí en el temps. D'aquí ve la importància de les "programacions" dels diferents canals.

Però aquesta exigència ha acabat en el moment en què és poc costós introduir magatzems de bits en qualsevol punt de la xarxa. El que van significar les lletres fa quaranta o cinquanta segles, ara són els bits i el que va ser el llibre i els documents escrits són ara les memòries electròniques i sobretot els discs.

El consum de productes audiovisuals pot continuar sent *push* (brebre allò que t'envien), però cada vegada més serà *pull* (veure allò que tu vols, quan tu ho vols).

B. Del televisor a la recepció en múltiples pantalles. L'aparell que permet veure la televisió s'ha convertit en un element integrant de la nostra cultura. S'ha identificat tant amb la seva funció que molta gent no en diu "el televisor" sinó que en diu "la televisió".

Però aquesta etapa s'ha acabat. Per rebre continguts audiovisuals el que cal és una pantalla i uns altaveus. De pantalles i altaveus en tenim pertot, a l'ordinador, al telèfon, al GPS... Tots

aquests aparells són televisors en potència i de fet ja estan fent de receptors.

Per tant, en el futur rebrem "la televisió" a través de múltiples pantalles, petites, grans, mòbils, penjades a la paret o portades a la butxaca; i al mateix temps aquestes pantalles ens serviran per a altres aplicacions (parlar per telèfon amb contacte visual, veure fotografies, treballar amb l'ordinador...).

D'aquí a poc temps ningú no anirà a comprar "un televisor" perquè no es fabricarà un aparell com a tal.

C. Del consumidor passiu a l'usuari interactiu. La xarxa a la qual estarem connectats serà una xarxa interactiva i de banda ampla. Els consumidors seran, o podran ser si ho volen, receptors i emissors. Actualment ja estan funcionant comunitats molt interactives a internet que comencen a permetre intuir cap a on aniran les coses. Aquestes xarxes funcionen a partir d'usuaris que hi estan connectats a través d'un ordinador. Aquest ordinador a vegades representa un barrera per a moltes persones, però a mesura que els televisors siguin digitals i es vagin estenent els PVR, això estarà a l'abast de molta més gent, sobretot si els PVR són de fàcil maneig i porten incorporades guies electròniques de programació i de recerca de continguts.

Vist des del món de la televisió, el que suposarà és un gran augment de la participació dels "espectadors" en tots els continguts a través de camins molt diferents en funció de les seves característiques (trucades telefòniques, correus electrònics, SMS, xats en directe, enviament de fotos, enviament de notícies i de vídeos, iniciatives no previstes, etc.).

D. De la gratuïtat aparent al finançament transparent. Tots els mitjans audiovisuals tenen un problema en relació amb el finançament, que és conseqüència d'un pecat original: l'aparència de gratuïtat. Ni a tots els mitjans és igual, ni a tots els països passa el mateix, però en general els usuaris estan acostumats al fet que escoltar la ràdio, veure la televisió o baixar continguts d'internet és gratuït. Un bon nombre de països han posat en marxa una taxa especial per veure la televisió, però a casa nostra ho paguem a través dels diners públics o de l'empatx publicitari.

En aquests darrers anys han anat apareixent noves formes de finançament: canals d'abonament, continguts de pagament per visió, quotes comunitàries, botigues de música o de vídeos a internet... Això és quelcom que anirà estenent-se a tots els mitjans, per reflectir millor la realitat del mercat i per resoldre els problemes dels costos de crear i produir continguts.

Restarà una pregunta important, de la qual parlaré després: cal un finançament públic del servei audiovisual, tal com passa a la sanitat o a l'educació?

4. Tendències politicoeconòmiques

A. Dificultats creixents per finançar la producció. El nombre de "canals" per accedir a continguts audiovisuals s'està multi-

plicant d'una manera extraordinària. D'una banda està creixent el nombre de cadenes de televisió i, amb l'arribada de la TDT, s'ha comès l'error d'utilitzar l'augment de capacitat de transmissió per ampliar el nombre de canals de cada operador en comptes de disposar de menys canals però de millor qualitat tècnica (HDTV). De l'altra, l'accés als continguts passa per altres plataformes (internet, operadors telefònics, operadors de cable, etc.) que sovint se sumen als anteriors.

Alguns d'aquests canals tenen un finançament propi ja que l'usuari paga, d'una manera o d'una altra, el que rep. Però, en general, continuem instal·lats en la gratuïtat, tant a la televisió com a internet, i això vol dir que tota la producció i l'emissió s'ha de finançar per la publicitat o pels diners públics. Crec que totes dues fons han arribat al límit. Després parlaré amb més detall de la segona, però ara voldria deixar escrit el meu convenciment que la publicitat no serà capaç de finançar la producció necessària per omplir "satisfactòriament" els milers i milers d'hores d'emissió dels centenars de canals que podem tenir els propers anys. D'això n'he estat convençut des de ja fa uns quants anys, però si ara l'esclat de la bombolla immobiliària, i sobretot la financera, redueix els nivells de l'actual consum superflu, provocat en part per la publicitat, l'efecte encara serà més gran.

És evident que això té un remei -un mal remei- que ja s'està aplicant des de fa alguns anys: reduir el cost de la producció, reduint alhora la qualitat del producte. No cal anar ara més a fons, però tothom pot suposar la gran diferència de cost que hi ha entre una hora d'una pel·lícula o una sèrie de qualitat, i una hora en què dos convidats poc coneguts discuteixen, estimulats per una presentadora, si un d'ells va ser o no infidel a l'altre, i per què, o si allò que un tercer va dir que un havia dit, ho havia dit o no, i si ho havia fet, era veritat o era fals...

B. Dificultats creixents de finançament de les televisions públiques. Els propers anys els pressupostos de totes les administracions públiques tindran serioses dificultats. Una causa és estructural i actua des de fa un parell de dècades: la creixent impossibilitat de fer compatible una progressiva reducció o eliminació d'impostos, amb la lògica ampliació de l'abast i la qualitat dels serveis públics. La segona és l'impacte de la situació econòmica actual en els ingressos públics durant alguns anys (esperem que pocs).

En aquestes circumstàncies els governs hauran de ser molt selectius en les seves prioritats i molt exigents en les anàlisis cost/benefici de cada servei que financen (sanitat, educació, atenció social, recerca, seguretat, audiovisual...).

Jo sóc un gran partidari del servei públic en el camp de l'audiovisual. Per això vull advertir de dos perills molt clars que podrien ser decisius i preocupants en aquesta anàlisi cost/benefici, en el cas de les televisions públiques.

Pel que fa al cost de les cadenes, cal reconèixer que, a tot Europa, el model seguit per fer televisió des de fa mig segle no ha estat un "bon model d'eficiència". Algunes cadenes poden justificar en part el cost per la seva qualitat, però n'hi ha mol-

tes que a més de cares també són dolentes. Ja fa temps que estem veient arreu actuacions, de vegades traumàtiques, per redreçar la situació. Són imprescindibles i ja veurem si seran suficients. No tothom necessita un cop traumàtic, però tothom necessita una reflexió i un convenciment: per subsistir no n'hi haurà prou de fer un bon producte, caldrà fer un bon producte i demostrar que es fa al millor preu possible.

C. Dificultats i contradiccions en valorar el servei. La segona part de la ràtio entre cost i benefici porta amagada un gran perill. Quin és el servei que presta una televisió pública a una comunitat? Com es valora? Jo he mantingut sempre que, per fer-ho, s'han de tenir en compte tres objectius: que produeixi una informació rigorosa i una opinió plural, tant políticament com socialment; que proporcioni entreteniment de qualitat; i que ajudi a la difusió de la cultura i de la llengua pròpia si és el cas. Sembla que hi ha un cert consens al voltant d'aquests tres punts, encara que en el futur caldria afegir-hi un quart: utilitzar la televisió com a eina per a la prestació d'altres serveis públics com ara la sanitat, l'educació, o les tramitacions administratives i fins i tot polítiques.

Qui fa la valoració per establir prioritats en els pressupostos és el govern. A l'hora de valorar les televisions públiques, hi intervé un factor nou: l'interès propi del govern per poder utilitzar-les al seu servei. Respecte del benefici del govern, tots hem conegut i coneixem molts casos de televisions públiques que clarament incompleixen aquells tres objectius, sobretot el primer i sovint també el segon. Els governs de diferents nivells que les han creat busquen, sobretot, una televisió al seu servei i al dels seus interessos polítics. Es pot establir, per tant, una contradicció entre els objectius de servei públic -sobretot el que he posat en primer lloc, l'objectivitat- i els interessos del govern.

Cap on portaran els propers anys, la combinació de les dificultats financeres dels governs i la pressió social i política cap a un major rigor informatiu i una major pluralitat? I, sobretot, com actuaran els governs a l'hora de fer l'anàlisi dels beneficis del servei públic? Anirà disminuint l'interès dels governs a fer un gran esforç financer a mesura que vagi disminuint la seva possibilitat d'intervenció? Es pot arribar a pensar que l'absoluta desgovernamentalització sigui un perill per a la subsistència, en aquells casos en què els altres objectius no tinguin gaire força? Exemples no gaire llunyans ho farien pensar.

D. Intensificació de les pressions polítiques sobre els governs. El sector audiovisual és un sector en el qual conviuen operadors privats i operadors públics. Això passa en altres àmbits (sanitat, educació, transport...) però a diferència d'aquests, on la convivència està basada en una barreja de competència i de col·laboració (escoles concertades, hospitals concertats, etc.), en la ràdio i la televisió la relació és de pura competència. Competència per l'audiència i competència per la publicitat, que en certa manera és el mateix, especialment per als privats, l'objectiu dels quals és legítimament l'ingrés publicitari.

No té res d'estrany que els operadors privats considerin que el recurs a la publicitat de les emissores públiques és una certa "competència deslleial" i facin tot el possible per aconseguir en primer terme una autolimitació, o millor una supressió, de la publicitat en les cadenes públiques. En molts casos l'objectiu, confessat o no, és la desaparició o privatització de les emissores amb arguments que, en alguns casos, tenen una part de raó a causa del comportament poc rigorós d'alguns operadors públics.

Atesa la importància evident del paper dels mitjans de comunicació en els períodes electorals, i molt especialment de les televisions, no és d'estranyar que els partits polítics puguin anar adquirint compromisos de futur amb els operadors privats en la línia de les seves demandes.

5. Respostes provisionals a algunes preguntes

De tot el que acabo de retratar es poden desprendre moltes conclusions que podrien ajudar a les decisions polítiques i empresarials sobre el sector. Jo ara no ho faré. En primer lloc, perquè ja ho he anunciat al principi de l'article, però sobretot perquè l'extensió d'aquest no ho permet. No defugiré de fer-ho en un altre moment, encara que sigui acceptant un risc, si se'm demana.

Per aquesta mateixa raó d'extensió deixo de fer un repàs, d'altra banda molt interessant, de com totes aquestes tendències ja estan donant lloc a actuacions concretes tant en el camp comercial com en el regulatori en diversos països de l'entorn europeu i en la mateixa Unió Europea.

Em limito, doncs, per acabar, a formular i respondre algunes preguntes una mica provocadores, preparades per permetre configurar, de manera impressionista, un panorama del futur, sense haver d'analitzar en profunditat, per ara, totes les seves implicacions.

A. Desapareixeran els televisors de les nostres cases? Crec que sí. Com a mínim, ja no anirem a una botiga a comprar "un televisor". Com ja he avançat, un televisor és un electrodomèstic que integra en una sola caixa una pantalla, uns altaveus, un sintonitzador i una mica d'electrònica de descodificació, amplificació i control.

Com que durant moltes dècades la pantalla era un tub de raigs catòdics, el televisor havia de ser una caixa grossa i fonda i allà hi cabien moltes coses. Algunes de gran volum relacionades amb el mateix tub, però també altaveus, sintonitzadors, electrònica... L'aparició de les pantalles planes i les xarxes integrades interiors de la casa (amb cables o sense fil) canvien tot això i ens porten a una manera de construir els nostres receptors similar a la de les "cadenes de música".

Comprarem "pantalles", comprarem "altaveus", comprarem "amplificadors, sintonitzadors, descodificadors, discs per a magatzem", etc. A cada una de les pantalles que tinguem ins-

tal·lades, hi podrem veure la televisió, els continguts que tinguem emmagatzemats en el disc o els que ens arribin per internet, o veure la persona amb la qual parlem per telèfon, o escriure un text amb l'ordinador. En resum, quan comprem una pantalla no hauré de comprar altaveus, ni quan comprem un ordinador caldrà que comprem una pantalla...

B. Desapareixeran les cadenes de televisió? En bona part, sí. Moltes desapareixeran, tant privades com públiques, perquè no podran subsistir a causa de l'excessiu nombre de cadenes existents. Però no és això el que més m'interessa explicar. El que vull dir és que aquelles que continuïn existint hauran de ser una cosa bastant diferent del que ara són.

L'existència actual d'una cadena està basada en dos pilars: la possessió d'un canal per emetre i la configuració d'una graella de programació. Sense això no hi ha cadena. Necessiten tenir assignada permanentment i durant anys una amplada de banda (una freqüència fixa) per tal que els espectadors puguin trobar-la sintonitzant aquell canal. Si no saps quin és, l'antena i el televisor no la trobaran. D'altra banda, cal que els possibles usuaris sàpiguen quins programes s'emeten en cada moment per cada cadena i per això és imprescindible una graella de programació. L'espectador ha de saber en quin moment i a quina cadena trobarà el que pot interessar-li. L'espectador "passiu" només pot fer zàping, és a dir, triar entre tot el que s'està ementent en aquell horari.

Això fa que avui dia la cadena sigui molt important i és la que crea fidelitat. És cert que alguns espectadors diuen "jo miro cine americà d'acció allà on el facin", però una gran majoria tenen el costum de mirar preferentment sempre la mateixa cadena.

Aquesta manera de "consumir" productes audiovisuals està canviant, com ja he explicat, a causa de les possibilitats d'asincronia, d'emmagatzematge en el disc de l'ordinador o instal·lat al mateix televisor i de la utilització de noves plataformes. Per als proveïdors de continguts, tan important com l'audiència en el moment d'emissió serà que els espectadors sàpiguen que un determinat programa està disponible en tal lloc i que el poden rebre en el moment que el vulguin. La importància de la cadena estarà ara complementada -no pas substituïda del tot- per la "guia electrònica" i el PVR ("personal video recorder") que, amb una dificultat no gaire superior al zàping, permetrà veure "el que vulguis, quan tu vulguis i en la pantalla que vulguis". Això ja s'està fent, i creix molt ràpidament, a través d'internet. Té una gran utilització sobretot en generacions joves. Té la dificultat que demana un hàbit d'utilització de l'ordinador, cosa poc estesa en una part de la població adulta. Això vol dir que en pocs anys s'anirà fent majoritari.

Les estratègies comercials dels operadors hauran de canviar. Hauran d'aprendre a produir per emetre, però també "contra magatzem", és a dir, esperant que algú les vagi a demanar. I caldrà que busquin les millors estratègies per donar sortida al magatzem.

C. Desapareixeran les televisions públiques? Probablement.

Crec que algunes desapareixeran per les causes que abans he insinuat: algunes tindran veritables dificultats per justificar el servei que ara fan, si són sotmeses a una anàlisi amb una mica de rigor; paral·lelament al creixement de les dificultats pressupostàries pot ser que creixi el desinterès del govern o l'administració que les finança per conservar-les; i finalment que tot això es combini amb l'èxit de les pressions del sector privat per impedir tot recurs, fins i tot parcial, al finançament publicitari. Les altres desapareixeran en el sentit que acabo d'explicar. És a dir, aquelles que continuïn actives, hauran de fer la mateixa transformació que he explicat perquè si no desapareixeran per inadaptació als canvis del mercat. Aquí el gran perill és la possible lentitud dels ens públics a adaptar-se a les noves exigències dels nous temps, i aleshores serà la competència la que les convertirà en actors marginals.

Els operadors públics sobreviuran, si saben fer aquest canvi i adaptar-se als nous hàbits de consum, però, en tot cas, desapareixeran voluntàriament com a simples cadenes de televisió.

Acabo amb la darrera pregunta.

D. Desapareixerà el servei públic audiovisual? Espero que no.

Sóc dels que pensen que seria un clar empobriment de les nostres societats europees permetre que el consum de productes audiovisuals quedés exclusivament en mans del mercat i de la seva lògica exclusiva del benefici. L'equitat social, el progrés cultural i altres valors col·lectius en sortirien perjudicats.

Ja he dit que no tinc espai per desenvolupar aquest tema, però tinc clar que dependrà en gran mesura de les actituds i el convenciment dels governs, i sobretot de l'encert i la visió dels gestors dels actuals operadors públics, a l'hora d'imaginar un nou model de servei públic i, sobretot, a l'hora d'implantar-lo venent les resistències que apareixeran.