

# Clústers audiovisuals i televisió local pública: la fi del miratge

## DAVID FERNÁNDEZ-QUIJADA

Professor lector del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

david.fernandez@uab.cat

## FEDERICA ALBORCH

Doctoranda en Comunicació i Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

mariafederica.alborch@uab.cat

*Article rebut el 07/06/11 i acceptat el 13/12/2011*

### Resum

La televisió local s'ha vist en els darrers anys com una indústria emergent vinculada a projectes de clústers audiovisuals. A través d'entrevistes amb els actors implicats, aquest article desmunta el discurs optimista generat entorn de la capacitat de la televisió local per actuar com a tractor de la indústria audiovisual, i estableix que no contribueix a desenvolupar uns clústers audiovisuals locals, que s'han multiplicat sense control per la falta d'una política nacional de clústers per l'audiovisual. La inacció de l'Administració autonòmica ha provocat problemes com l'excés de competència o la falta de coordinació.

### Paraules clau

Clúster, televisió local, servei públic de radiodifusió, indústria audiovisual, polítiques de comunicació.

### Abstract

In the last years, local television has been seen as an emerging industry linked to projects of audiovisual clustering. Through interviews with some of the actors implied in these processes, this article takes to pieces the discourse generated around the capacity of local television to act as a driver of the audiovisual industry; it cannot contribute to develop local audiovisual clusters, which have grown without control because of the lack of a national cluster policy for the audiovisual sector. The inactivity of the regional government has generated problems such as an excessive competence or a lack of coordination.

### Keywords

Cluster, local television, public service broadcasting, audiovisual industry, communication policies.

## 1. Objectius i preguntes de recerca

En els darrers anys, en el sector audiovisual català s'han desenvolupat diferents projectes industrials que aprofiten les economies d'aglomeració per explotar la proximitat geogràfica d'empreses del sector i per desenvolupar sinergies, augmentant l'escala de la producció, optimitzant la distribució i la comercialització, i estrenyent les relacions amb proveïdors i clients dintre d'una àrea geogràfica ben delimitada. Aquestes empreses participen en la creació de pols d'habilitats especialitzades centrades en l'audiovisual, donant forma a autèntics districtes industrials, més enllà del desenvolupament orgànic mateix. Això els permet cooperar amb altres empreses i, a la vegada, millorar-ne el rendiment global de totes en retroalimentar-se. En suma, compaginen la competència amb la cooperació sota una fórmula genèricament anomenada *clúster*.

Aquesta fórmula ha esdevingut altament popular i s'ha començat a aplicar en els cercles polítics vinculats amb els mitjans de comunicació i les noves tecnologies. La recerca acadèmica catalana d'aquests àmbits, però, s'ha interessat ben poc fins ara pels clústers com a objecte d'estudi, cosa que resulta sorprenent atesa la notorietat que han adquirit en el si de la indústria. Aquesta mancança en la literatura acadèmica és la

que intenta cobrir aquest treball, que se centra en els projectes ja vigents o en desenvolupament a Catalunya que relacionen aquests clústers amb els nous canals públics locals de televisió digital terrestre (TDT).

Així, els objectius de la recerca es poden resumir en quatre:

1. Detectar i identificar els principals projectes de *clusterització* existents a Catalunya entorn del sector audiovisual local.
2. Caracteritzar aquests projectes i establir les diverses tipologies existents, així com els diferents actors i sectors econòmics implicats.
3. Delimitar les funcions desenvolupades pels clústers a partir dels casos analitzats.
4. Establir les estratègies dissenyades per a la imbricació d'aquests projectes arrelats al territori amb la televisió d'àmbit local.

A partir d'aquests objectius, es van establir tota una sèrie de preguntes de recerca que aquest estudi es va plantejar respondre:

1. Quins són els projectes de *clusterització* existents a Catalunya en l'àmbit local?
2. Per què apareixen els clústers?
3. Quines són les principals característiques d'aquestes iniciatives?

4. Quins actors intervenen en aquests projectes?
5. Quins objectius es plantegen els clústers?
6. Com actuen i quines eines s'utilitzen per assolir aquests objectius?
7. Com es relacionen els actors integrants dels clústers amb la televisió local i amb la indústria audiovisual del territori?

## 2. Mètode de recerca

La recerca plantejada s'apropa a l'objecte d'estudi utilitzant com a instrument d'anàlisi un estudi de cas que és el mètode més apropiat quan concorren tres circumstàncies (Yin 2009): es plantegen qüestions sobre el com o el perquè, l'investigador té un control escàs sobre l'objecte d'estudi i la recerca es focalitza en un fenomen contemporani en un context de vida real. Aquestes tres circumstàncies es donen en el cas dels clústers audiovisuals locals.

En aquest article es planteja una primera aproximació descriptiva i exploratòria dels casos analitzats (el *què* i el *com*) per, posteriorment, adquirir capacitat d'explicació dels fenòmens detectats a partir de les fonts d'evidència presentades (el *perquè*). Es tracta, doncs, d'una aproximació eminentment qualitativa.

Per tal de donar resposta a les preguntes de recerca plantejades es va dissenyar un mètode en cinc fases que combina fonts primàries i secundàries:

- a. Repàs bibliogràfic i documental d'estudis disponibles sobre la matèria en l'entorn europeu, especialment des de l'àmbit acadèmic.
- b. Elaboració d'una fitxa d'anàlisi.

- c. Monitoratge dels diferents projectes de TDT local i de la seva possible *clusterització*.
- d. Entrevistes en profunditat amb responsables dels diferents projectes identificats.
- e. Anàlisi dels clústers i establiment d'un marc comparatiu a partir de la fitxa d'anàlisi.

Els projectes de clúster identificats van ser sis: Barcelona, amb el 22@; Terrassa, amb el Parc Audiovisual de Catalunya; Vilanova i la Geltrú, amb Neàpolis; Granollers, amb el Centre Audiovisual de Roca Umbert Fàbrica de les Arts; Mataró, amb el TecnoCampus, i Lleida, amb Magical Media. Amb l'excepció del TecnoCampus Mataró, tota la resta de responsables dels projectes de clúster identificats van accedir a la nostra petició d'entrevista, formulada inicialment per correu electrònic i concretada, en alguns casos, via telefònica (taula 1). L'accés a les persones entrevistades va ser força més difícil en el cas de les televisions locals: Barcelona Televisió, Vallès Oriental Televisió, Canal Terrassa Vallès i MITV de Mataró no van accedir a la nostra petició. La televisió local pública de Lleida no emet de moment, de manera que no va entrar entre els objectius a entrevistar.

## 3. Marc teòric

En la literatura econòmica, el terme *clúster* apareix molt relacionat amb el de *districte industrial* i, de fet, aquesta diferència terminològica ha donat peu també a dues concepcions diferents de com funcionen els agrupaments d'empreses. La idea de *clúster*, en el seu sentit espacial, ha estat popularitzada des

**Taula 1. Relació d'entrevistes realitzades**

Projecte	Ciutat	Responsable	Càrrec	Data
<b>Clústers</b>				
22@	Barcelona	Marc Sanmartí	Responsable de Territoris Estratègics de 22@, SL	18/03/11
22@	Barcelona	Marta Ysern	Directora de Desenvolupament de Negoci de la Fundació Barcelona Mèdia	31/03/11
Roca Umbert Fàbrica de les Arts	Granollers	Lau Delgado	Coordinador del Centre d'Investigació i Distribució Audiovisual de Granollers	25/03/11
Magical Media	Lleida	Santiago Planas	Director científic del Parc Científic i Tecnològic Agroalimentari de Lleida	04/04/11
Magical Media	Lleida	Pep Oriol	Assessor del projecte	04/04/11
Neàpolis	Vilanova i la Geltrú	Joan Carles Lluch	Director gerent	06/04/11
Parc Audiovisual de Catalunya	Terrassa	Quim Berenguer	Dissenyador de Serveis	08/04/11
<b>Televisions locals</b>				
Canal Blau Televisió	Vilanova i la Geltrú	Jordi Carrillo	Director gerent	13/05/11

Nota: A aquestes entrevistes, cal afegir-hi la realitzada en condició d'expert a Antoni Esteve, president de la productora Lavinia i molt vinculat al món local (Barcelona, 2 de maig de 2011).

**Font:** Elaboració pròpia.

dels anys noranta del segle passat principalment a partir del treball de l'economista nord-americà Michael E. Porter (1990). La noció de *districte industrial*, per altra banda, parteix del treball de l'italià Giacomo Becattini (1979), el qual recupera i actualitza els postulats del britànic Alfred Marshall (1963, original de 1890). En el cas específic de Catalunya, tots dos termes van arribar ràpidament, i van ser incorporats i aplicats per diferents economistes i investigadors.

Un *clúster*, en el món industrial es defineix com una concentració d'empreses relacionades entre si, en una zona geogràfica relativament definida, de manera que conforma per si mateixa un pol productiu especialitzat amb avantatges competitiu. Això és el que es desprèn de la definició clàssica de Michael E. Porter (1998) que estableix que són concentracions geogràfiques de companyies interconnectades, proveïdors especialitzats, proveïdors de serveis, empreses en indústries afins i institucions associades (per exemple, universitats, agències d'estandardització i associacions comercials) en camps particulars, que competeixen a la vegada que cooperen. L'argument central de Porter és que les relacions institucionals i entre empreses impulsen la innovació, la competitivitat internacional i la capacitat de creixement. S'han basat en aquesta idea moltes de les polítiques industrials sobre desenvolupament regional i local dels països desenvolupats en les darreres dècades, incloent-hi Catalunya (Hernández Gascón, Pezzi, Soy i Casals 2010).

Les polítiques públiques sobre clústers van néixer per donar suport a les agrupacions estratègiques d'empreses en un territori concret. És a dir, a partir de la detecció d'un grup d'indústries fortes en un determinat àmbit, les polítiques públiques s'encarregaven d'estimular-lo i de potenciar-lo a través de diferents mesures, com ara assessorament, R+D o ajuts a la internacionalització. A aquestes primeres polítiques sobre clústers naturals va seguir-la una política d'allò que Pacheco-Vega (2007) denomina *clústers induïts*, és a dir, indústries que, per la seva dimensió, no poden ser considerades com a clúster, però a les quals se'ls identifica un potencial que les hi podria convertir en un futur. I per això s'aposta per elles.

En el cas de la indústria audiovisual, els clústers britànics són segurament els més ben documentats en l'entorn europeu. Així, Chapain i Comunian (2008) comparen els casos de Birmingham i Newcastle-Gateshead i troben que el seu potencial deriva de característiques pròpies de cada ciutat, mentre que els principals problemes són comuns, com ara mercats limitats, una imatge negativa i la competència amb la capital, Londres. Igualment, posen de manifest la necessitat d'analitzar les connexions d'aquestes àrees amb altres centres de producció per entendre el fenomen en tota la seva complexitat. Per la seva banda, Cook i Pandit (2007) van elegir per a la seva comparació Londres, Bristol i Glasgow. Entre les seves conclusions es troba un qüestionament de l'escala regional en el procés de clusterització, així com poques evidències que una política pública activa l'impulsi. L'estudi de Bassett, Griffiths i Smith (2002) sobre Bristol posa de manifest que les ciutats més petites poden tenir un paper destacat en l'àmbit de la producció

cultural si tenen capacitat per mantenir una certa autonomia respecte dels grans centres, com ara Londres. Aquesta capacitat depèn d'unes circumstàncies específicament locals que no sempre són replicables. En el cas de Bristol, la col·laboració públicoprivada ha estat fonamental per atreure-hi inversions i infraestructures. Per altra banda, hi ha factors que van més enllà de l'àmbit local i que escapen, per tant, de l'acció de les polítiques públiques locals, com ara les xarxes internacionals de distribució, la volatilitat dels mercats o el canvi tecnològic. Aquests clústers especialitzats, doncs, només poden sobreviure mitjançant una adaptació, innovació i creativitat continuades, incloent-hi noves àrees d'activitat.

D'altres autors, minoritaris, sostenen que les polítiques adreçades a promoure indústries específiques per tal que es desenvolupin en clústers no sempre són efectives, perquè les regions on s'apliquen pateixen d'una manca de recursos adequats o de les estructures institucionals necessàries. Així, l'estudi de Turok (2003) sobre les polítiques de clusterització del sector audiovisual a Escòcia assenyala que les polítiques de clúster "a la Porter" focalitzades en el desenvolupament de les cadenes de subministraments locals i en xarxes col·laboratives locals són insuficients per crear i desenvolupar clústers que promoguin els objectius regionals. Fins i tot sovint són polítiques innecessàries. Una altra crítica habitual al model de Porter ha estat el seu ahistoricisme, és a dir, que defineix una sèrie de paràmetres que poden ignorar, per exemple, les raons de la localització històrica d'una empresa en un espai determinat. Igualment, se li ha recriminat un èmfasi excessiu en les relacions locals, mentre s'ignorava o es menystenien la importància de les connexions nacionals i internacionals d'aquestes agrupacions d'empreses.

En definitiva, els clústers es construeixen sobre les fortaleces del territori mateix en forma de clients i de proveïdors, d'infraestructures i de recursos naturals, recursos humans disponibles, costos de transacció reduïts per la proximitat, centres de recerca i formació, i universitats. Per a una anàlisi equilibrada, però, cal valorar també els possibles efectes negatius de la proximitat, com ara el comportament depredador (*predatory behavior*) en la recerca de clients i de mà d'obra altament especialitzada.

En el cas espanyol, la creació de clústers audiovisuals s'emmarca en el context de l'atracció que en els darrers anys ha generat l'audiovisual com a sector estratègic i amb un gran potencial de creixement. Per explotar els avantatges de l'aglomeració empresarial, les polítiques públiques i algunes iniciatives privades han intentat desenvolupar parcs industrials centrats en l'audiovisual com a forma de concentrar els recursos de la indústria i incrementar-ne, així, els intercanvis i la productivitat.

Aquests models basats en l'aglomeració empresarial s'han de distingir d'altres iniciatives també anomenades *clúster* que obvien l'element geogràfic, nuclear en la definició clàssica de clúster. Es tracta més aviat d'iniciatives polítiques que, amb uns objectius similars, pretenen impulsar la cooperació dels agents de l'àmbit audiovisual per mitjà de diferents programes. Aquesta ha estat una tendència clara en les polítiques autonòmiques espanyoles de la darrera dècada, amb la creació d'entitats clúster

com el Cluster Audiovisual Galego, Eiken-Cluster Audiovisual de Euskadi, Cluster Audiovisual Valenciano, Cluster Audiovisual de les Illes Balears, Cluster Audiovisual de Extremadura o el Cluster Audiovisual de Madrid. En aquest cas, es tracta més aviat d'associacions professionals, moltes de les quals sota la fórmula oficialment reconeguda d'agrupacions empresarials innovadores (AEI), que persegueixen una certa cooperació entre els seus participants a partir dels postulats del districte industrial marshallià. La fórmula d'AEI es defineix com "la combinació en un espai geogràfic o un sector industrial concret d'empreses, centres de formació i unitats de recerca públics o privats, involucrats en processos d'intercanvi col·laboratiu, adreçats a obtenir avantatges i/o beneficis derivats de l'execució de projectes conjunts de caràcter innovador".<sup>1</sup> Aquesta fórmula té el seu origen en el Pla de foment empresarial aprovat pel Govern espanyol al gener de l'any 2006, que inaugura una nova política industrial basada en dos pilars (Trullén 2006): l'enfortiment dels avantatges derivats de l'escala i l'enfortiment dels avantatges derivats de l'entorn en forma de rendiments creixents associats a la concentració espacial de pimes innovadores. Aquestes polítiques de clusterització han rebut una certa atenció des de la recerca acadèmica, tot i que s'ha focalitzat poc fins ara en l'àmbit audiovisual.<sup>2</sup>

#### 4. Projectes clúster i televisió local a Catalunya

L'anàlisi documental dels projectes de clúster i les opinions dels informants van originar una gran quantitat i varietat d'informació. Aquesta anàlisi es planteja des d'una perspectiva comparada entre tots els projectes, caracteritzats a la taula 2, de manera que es puguin observar els elements comuns i, per tant, les tendències que ofereixen les diferents experiències. Més enllà del disseny, els contrastos s'expliquen en alguns casos per les diferències en aspectes clau com ara els recursos invertits o el nombre i la dimensió dels agents implicats. Per això l'anàlisi es focalitza en vuit aspectes que han emergit com a centrals: l'etiqueta definitòria dels projectes, els àmbits i les línies en què es treballa, el rol de la formació, el rol de la recerca, la relació amb l'empresa, la relació amb la televisió local, l'abast del projecte i els elements de coordinació.

##### *Etiquetes*

L'etiqueta de clúster no sembla ser assumida per tots els informants d'aquesta recerca. Una primera posició és la de la indiferència, amb afirmacions com "ja feia un cert temps que estàvem en funcionament, fent activitat de clúster, amb etiqueta o sense etiqueta; això ho considero secundari". Una segona posició és la de qui no es veu exactament com a clúster. Així, un informant comenta que "jo no em definiria com a clúster, més aviat com a *hub*", una noció que remet a un rol més centrífug que centrípet, i puntualitza que "treballa la ciutat com a espai de clúster". Finalment, d'altres sí que s'hi reconeixen i tenen assumit un discurs en aquesta línia.

Més enllà de l'etiqueta, emergeix una percepció predominant que el projecte urbanístic i immobiliari al qual es vincula el clúster ha estat sovint més important que no pas el projecte productiu mateix o de suport a la indústria, com si el clúster audiovisual fos simplement una excusa per a un replantejament urbanístic: "normalment aquests centres neixen perquè un alcalde està desesperat perquè ha de reconvertir un espai i perquè algú li ven que l'audiovisual és "massa", perquè és l'últim discurs que hi ha i el tipus diu: [muntem] un centre audiovisual" o simplement "hi ha una sobredimensió del concepte de clúster... massa immobiliari".

##### *Àmbits*

Els àmbits sobre els quals treballen els diferents projectes són variats, tot i que una frase com "crear un nou sector d'activitat econòmica relacionat amb temes de noves tecnologies, donant capacitat a la seva ciutat i detectant el talent que hi ha a la ciutat" segurament es podria aplicar a gairebé tots els casos analitzats.

En tots els projectes la creació de continguts té un paper central, tot i que hi ha matisos. Alguns casos com Terrassa o Lleida són molt evidents, ja que les infraestructures predominen en el projecte, malgrat que aquesta no en sigui l'única tasca. D'altres com Barcelona es focalitzen a atraure les empreses oferint altres incentius o impulsant viviers, com els de Granollers, Mataró i Terrassa. En aquesta última línia cal afegir el *coworking*,<sup>3</sup> una línia molt important de treball a Vilanova i la Geltrú i, de forma més modesta, a Terrassa. El cas de Mataró cal tractar-lo a banda, ja que la posició de replantejament del projecte audiovisual que han manifestat en comunicar-nos amb ells sembla indicar que algun dels elements previstos en el pla original ha fallat. La impossibilitat d'accedir a un informant del Parc TecnoCampus ha impedit aprofundir en aquest aspecte concret.

Una línia en què han coincidit diversos informants és en la necessitat d'expandir les fronteres de l'audiovisual, transversal per naturalesa. La possibilitat de transferir l'experiència i el *know-how* en aquest camp a d'altres àmbits on pugui ésser d'utilitat és una opció especialment interessant en el període actual de crisi econòmica i de crisi dels mitjans. La sensació, força compartida, sobre un sector audiovisual català sobredimensionat seria un factor que estaria impulsant el treball des d'alguns d'aquests clústers cap a aquestes noves àrees, que van del comerç electrònic a serveis públics com l'educació, la sanitat o l'atenció als dependents. Una concreció d'aquesta idea és el *living lab*,<sup>4</sup> que s'està imposant com a fórmula en diversos clústers.

##### *Formació*

Una característica dels sis projectes analitzats és la seva vinculació amb activitats de formació. Un primer nivell és l'universitari, amb la presència de la Universitat de Barcelona (Barcelona i Terrassa), la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona i Mataró), la Universitat Politècnica de Catalunya (Terrassa, Vilanova i la Geltrú i Mataró), la Universitat Oberta de Catalunya (Barcelona

Taula 2. Caracterització dels clústers analitzats

Clústers Elements	22@	Parc Audiovisual de Catalunya	Neàpolis	Roca Umbert Fàbrica de les Arts	TecnoCampus Mataró	Magical Media
Objectius	Renovació urbana de la zona industrial del Poblenou. Transformar la zona en una plataforma científica, tecnològica i cultural centrada en la innovació. Incidir en el paper de les noves tecnologies en la millora de l'activitat professional i de la qualitat de vida.	Crear infraestructures audiovisuals per a la producció i l'atracció d'empresses i de projectes. Potenciar l'oferta formativa audiovisual a Terrassa i a les seves relacions amb el sector empresarial. Generar activitats al voltant del sector audiovisual.	Donar suport a la implantació de xarxes d'accés. Potenciar els estudis universitaris ubicats a la ciutat i proposar-ne de nous. Generar nous grups de recerca i de desenvolupament. Promoure activitats econòmiques i propostes tecnològiques innovadores. Convertir-se en un referent en la creació de continguts audiovisuals, interactius i en català.	Compartir recursos. Posar en comú produccions fruit de col·laboracions artístiques. Esdevenir un exemple de barri de les arts integrat a la resta de la ciutat. Fer viure la cultura i les arts implicant-hi els ciutadans.	Estrener lligams entre el món universitari i la societat. Assumir la titularitat de l'Escola Universitària Politècnica de Mataró i de l'Escola Universitària del Maresme. Dur a terme les tasques pròpies d'un Parc Científic i d'Innovació en l'àmbit de les inversions empresarials de base tecnològica. Atraure inversions empresarials de base tecnològica i promoure activitats a Mataró i la seva àrea d'influència.	Incentivar la producció audiovisual local, oferint equipament i suport a diferents iniciatives. Formar una àrea de R+D+i de transferència que treballi en projectes rendibles a mitjà termini, que puguin ser atractius tant per als investigadors com per als futurs comercialitzadors, i es basin majoritàriament en franquícies que generin ingressos per assolir noves línies. Ofertar formació audiovisual per obtenir professionals més qualificats.
Infraestructures	Urbanització 22@, que inclou espais com el Parc Barcelona Media o l'edifici MediaTIC	2 platós actius + espais auxiliars, 2 platós en construcció, viver d'empreses, espai de <i>coworking</i> i arxiu de la Filmoteca de Catalunya	2 platós, auditori i espai de <i>coworking</i>	Plató + espais auxiliars, sala de postproducció, Arxiu Digital Audiovisual de Granollers, espais de recerca i seu de la televisió local	4 edificis més els de la Xarxa TecnoCampus (TCM V. 1.0, Nau Minguell i Escola Universitària d'Hospitaleria de Sant Pol)	5 platós + espais auxiliars, sales de postproducció i espais auxiliars
Formació	UPF, UOC, UB-IL3, UPC i Bau - Escola Superior de Disseny	Projectes puntuals i oferta acadèmica de Terrassa (ESCAC, UPC, Institut del Teatre i cicles formatius)	UPC, UOC, Campus Universitari de la Mediterrània, Escola Municipal d'Art i Disseny i programes TIC propis	Xarxes d'aprenentatge en gestió cultural i Centre Tecnològic i Universitari de Granollers	UPC i UPF	UdL

Clústers Elements	22@	Parc Audiovisual de Catalunya	Neàpolis	Roca Umbert Fàbrica de les Arts	TecnoCampus Mataró	Magical Media
Recerca	Centre d'Innovació Barcelona Media, Bar- celona Digital Centre Tecnològic, Yahoo Labs, Orange i altres	Audiovisual Livinglab Terrassa	Vilanolab ( <i>living lab</i> ) i pro- jectes amb la UPC i altres <i>partners</i>	Centre d'Investigació i Distribució Audiovisual de Granollers (CIDAG)	Amb la UPC, TCM-Netlab, TCM Living Labs, TIC/ Media, TCM Audiovisual i centre de recerca CE- TEEMSA	Continguts digitals per a l'educació, estereoscò- pia, posicionament geo- gràfic precís, preservació de continguts digitals, projectes participatius en 4D, animació automà- tica, jocs, exposicions virtuals, publicitat digital alternativa i continguts multimèdia / multisuport / multipantalla
Empresa	1.502 empreses (cens 2009)	Una vintena d'empreses en el viver i el Torax Club, una xarxa d'empre- ses associades	Canal Blau-Maricel TV, Consorci Teledigital del Garraf	Vallès Oriental TV i viver d'empreses de contin- guts	Una cinquantena d'empre- ses i una desena més a la incubadora	Viver del Parc Tecnològic

Font: Elaboració pròpia.

i els centres de suport que s'ubiquen en diversos clústers) i la Universitat de Lleida (Lleida). En alguns casos es tracta de participar de l'atmosfera d'un entorn d'economies d'aglomeració –clarament el cas del 22@–, mentre que en altres la vinculació és més intensa, ja sigui per la participació directa de la universitat en el projecte de clúster (Lleida) o per constituir un element essencial del projecte (Mataró). El segon nivell és el de la formació professional, important a Lleida, Terrassa o Vilanova i la Geltrú. Es tracta de tasques auxiliars necessàries per al desenvolupament de projectes audiovisuals en què cadascuna d'aquestes poblacions té una certa fortalesa. El tercer nivell és el de la formació continuada, una àrea emergent.

### Recerca

La situació pel que fa a la recerca és similar a la de la formació universitària. La frase següent és prou significativa respecte de l'orientació que tots els clústers persegueixen: “volem crear simbiosis entre el sector públic i el sector acadèmic”.

De fet, la transferència de coneixement a la indústria és una clara preocupació compartida, cosa que ha portat en alguns casos a crear oficines de transferència específiques. D'altres impulsen la participació de les empreses en projectes de recerca. Aquesta guia en la recerca ajuda en algun cas al fet que les empreses acabin creant departaments interns d'R+D. Aquesta és la realitat dels clústers més grans –també més intensius en recerca–, mentre que en els clústers més petits la feina pot acabar esdevenint de substitució: “m'acabo convertint de vegades en l'R+D del que haurien de ser les empreses de certa dimensió del sector”. Clarament, un dels impulsos més evidents per a aquest protagonisme de la recerca ha estat les línies de finançament dels àmbits català, espanyol i europeu disponibles per a programes de recerca. El Plan Avanza, font de finançament a Barcelona, Terrassa, Granollers o Lleida, ha aparegut en diversos moments d'aquesta recerca com una mena de Sant Greal que podia posar en marxa els projectes o desenvolupar línies de treball específiques. En un altre nivell, la figura de les AEI ha tingut un rol similar més enfocat a l'àmbit productiu. En tot cas, romanen dubtes sobre si un cop s'acabi el mannà de fons dels grans projectes, els clústers seran sostenibles per si mateixos.

Pel que fa als temes de la recerca, els diferents clústers han intentat singularitzar-se atenent a diferents problemes, per exemple centrant-se en la distribució (Granollers), en les aplicacions ciutadanes (Vilanova i la Geltrú), en la creació de formats (Lleida), en publicitat (Lleida), etc. D'altres àrees són més compartides, com l'estereoscòpia o el testeig de productes en entorns de *living labs*.

### Empresa

Existeix una voluntat comuna de col·laboració entre els clústers com a agents públics i el sector privat, tot i que les formes en què es concreta són diferents en cada cas. També és variada la tipologia d'empreses presents en els clústers. Un informant afirma que “la nostra tasca fonamental és ser la infraestructura industrial”, de manera que el que es vol és atreure les empreses

perquè utilitzin les infraestructures i els serveis disponibles. En altres casos apareixen matisos: “som una empresa pública en els dos sentits, som una empresa i som pública. D'alguna manera, nosaltres hem de recuperar ingressos, hem de justificar facturacions, i, per altra banda, hi ha una voluntat pública de donar suport a la creació d'empreses, suport al jovent, a projectes d'innovació que hem de fer des d'una perspectiva d'empresa pública, no estrictament privada”.

Més enllà del model de lloguer d'infraestructures, nuclear en casos com Terrassa i Lleida, i complementari a Vilanova i la Geltrú, Granollers i Mataró, la relació amb l'empresa s'ha desenvolupat també per altres vies. Una de les emergents és la creació de vivers o incubadores mitjançant els quals des dels clústers s'acompanya i s'assessora les empreses de nova creació i de vocació innovadora, oferint també un accés privilegiat als equips tècnics: “la funció que ha de tenir un clúster és ajudar a generar això que tenim en sectors nous, emergents o estratègicament interessants que no es generarien d'una forma natural”.

Un tercer model, més lax, és el de l'associació. Un exemple evident seria el Tòrax Club del PAC de Terrassa, que aconseguix mantenir un cert lligam amb el sector privat més enllà del model clàssic de vinculació comercial o contractual. A Lleida es pretén desenvolupar un model similar d'implicació de les empreses en la recerca.

### Relació amb la televisió local

Dintre de les empreses relacionades amb els clústers hi ha les televisions locals públiques. O almenys semblaria en un primer moment que haurien de ser-hi. De fet, dels casos analitzats només Barcelona Televisió, Canal Blau-Maricel TV i Vallès Oriental Televisió s'ubiquen als clústers de Barcelona, Vilanova i la Geltrú i Granollers, respectivament. A Lleida de moment no arrenca l'operador públic. Mentrestant, a Terrassa i a Mataró les televisions públiques continuen a les seves seus al centre de la ciutat.<sup>5</sup> En aquests darrers casos no hi ha relació entre clústers i televisions locals.

Quan la televisió local s'ubica al clúster, la interacció i la col·laboració són limitades. En la majoria de casos es tracta de les limitacions pròpies d'un sector financerament dèbil com el de la televisió local, tal com ho expliquen des de Canal Blau-Maricel TV: “nosaltres tenim un compromís amb un consorci, tenim els diners que tenim per fer les coses, tenim el personal que tenim i anem justos. Quan fem una cosa extra, per nosaltres és un maldecap terrible”. No es tracta, en qualsevol cas, de falta de voluntat, sinó de falta de recursos: “hi ha un consorci públic, amb sis ajuntaments, que aporten diners públics per fer una tele. Tu aquests diners els has de destinar a fer tele, no els pots destinar a fer una altra cosa... o t'ho han de dir”. Es planteja, doncs, la necessitat d'una guia i d'un projecte polític des d'instàncies superiors, ja que la realitat és que els clústers i les televisions continuen essent àmbits molt separats.

La visió des dels clústers té matisos. D'entrada és ben clar el poder limitat de les televisions locals: “el nivell d'inversions no està justificat per treballar per la indústria local; aquí hi ha una

ambició àmplia” o “quan ens preguntem qui crearà encàrrecs per a això, per nosaltres la resposta mai no és les teles únicament, ni molt menys la tele de proximitat, perquè té molt pocs diners en aquests moments, tot i que si canvia una mica la mentalitat, potser ho acabem aconseguint”. Aquesta altra cita incideix en la mateixa línia: “és un problema de moltes televisions locals, un tema històric: les televisions només estan pel seu dia a dia i no miren més enllà del seu canal de retorn econòmic. En aquests moments no inverteixen en altres projectes que no siguin la televisió pura i dura, i no plantegen una televisió una mica més enllà”.

Aquest informant considera que és una dinàmica difícil de canviar malgrat els avantatges que pot oferir una televisió local: “l’agilitat que pot tenir una televisió local no la té una gran televisió”. Aquesta persona considera que en el marc actual d’hipercompetència de la TDT no té sentit reproduir els models de les grans televisions en comptes d’explorar altres vies com els serveis públics de base audiovisual, una alternativa possible a partir de la convergència amb les TIC i que encaixa amb les línies de treball de *living labs*, per exemple.

En alguns casos es considera que la ubicació de la televisió local a les instal·lacions dels clústers és una decisió política que no respon a criteris industrials o de mercats. Així, un informant opina que “moltes vegades és l’excusa. Jo he creat un espai audiovisual i com l’omple? Traslado la televisió local aquí i ja l’omple”. En d’altres, però, està plenament justificat que una inversió pública repercuteixi en un servei de titularitat i de funció pública: “a partir del moment en què és una iniciativa de l’ajuntament [...], l’ajuntament entén que ha d’incentivar la indústria local fins on sigui possible i, per tant, es preserven espais i es preserven serveis perquè l’àmbit de la TDT els pugui utilitzar”.

#### Abast

Els diferents projectes de clúster tenen una ambició molt diferent quant a l’abast de les seves activitats. El 22@Barcelona és el projecte més internacionalitzat, ja que Barcelona competeix amb altres grans ciutats europees per atreure empreses i inversions. En el cas de l’audiovisual, aquesta visió pot ser matisable, per la persistència de mercats eminentment nacionals en àmbits com la televisió. De fet, des del 22@ es remarca la idea que actuen com a clúster de tota l’àrea metropolitana, una dimensió que s’hauria de potenciar molt més des del seu punt de vista: “la idea no és fer competència a ningú”.

Aquesta visió no és compartida pels clústers situats en aquesta àrea metropolitana. L’ombra de Barcelona i el 22@ és molt allargada. Un informant ho explicita quan diu que “l’únic que podem oferir que no pot oferir Barcelona és *carinyo*”. És difícil competir amb Barcelona en instal·lacions o en equipament: “oferir pedra o oferir connectivitat no és una manera possible de fer les coses; has d’oferir dinamisme, capacitat de contingut, capacitat d’obertura de mercats, diversificació, etc.”.

Una idea repetida per diversos entrevistats és que “des de la nostra perspectiva, Barcelona és un clúster en si mateix, no necessita el 22@”. És a dir, la indústria ja estava concentrada

a Barcelona abans del 22@, tot i que potser més dispersa per la ciutat. La potència de Barcelona fa que la resta de projectes l’hagin de tenir en compte. Així, un informant diu que “tenim una ambició de no ser el clúster de [nom de la localitat]”, mentre que un altre, que declara l’abast català del seu clúster, matisa que “interpretem Catalunya com no-Barcelona”.

#### Coordinació

De la qüestió de l’abast en deriva la idea d’una manca de coordinació entre els clústers i que el finançament públic està multiplicant esforços innecessàriament: “tindria que (sic) haver algú que orientés una estratègia, un clúster de l’audiovisual”.

Els informants es mostren d’acord amb el fet que no hi ha massa crítica suficient per a tota la infraestructura que s’està creant. Fins i tot es reclama un exercici de contenció perquè avui dia sobren platós, segons una opinió força generalitzada. I en tots els clústers analitzats hi ha platós com a infraestructura per a la indústria.

Això també posa de manifest la necessitat d’una certa coordinació dels projectes, un aspecte en què coincideixen la majoria d’informants: “no veig jo una estratègia de país, no veig que s’hagi fet una auditoria de quines ciutats, de quins valors, de quins actius tens i com poden relacionar-se i activar-se”. La creació de clústers “moltes vegades no té una relació directa amb l’estratègia o la política industrial del país”, és a dir, es treballa al marge de la realitat de conjunt i es focalitza en la necessitat específica d’un territori.

D’altres, en canvi, pensen en termes més competitius: “jo crec que competim amb tothom i confiem a tenir un bon departament comercial”, jugant la carta dels costos reduïts que ofereixen les instal·lacions i, en general, el cost de la vida fora de la capital catalana. D’altres se situen en un nivell diferent: “Barcelona és una batalla, nosaltres en tenim una altra”, apel·lant al fet que la indústria a la qual dirigeixen les seves propostes és diferent.

Diversos informants reconeixen que algunes vegades s’ha intentat coordinar els diferents clústers o fins i tot l’i2cat,<sup>6</sup> el clúster tecnològic d’abast català. En el cas del 22@, no hi ha hagut entesa, i se li retreu que “la centralitat és mental, no només física”. En altres casos tampoc no ha funcionat: “nosaltres tenim relació entre nosaltres [...] però no hi ha una coordinació de projectes comuns, d’anar a plantejar projectes Avança o Impacto comuns, projectes tractors de la indústria”.

## 5. Conclusions

Aquesta recerca ha permès una primera exploració dels projectes comunament anomenats *clúster* que han proliferat en els darrers anys entorn de la indústria audiovisual catalana. Cal assenyalar, com a limitació en els resultats obtinguts, la poca representativitat de la visió des dels operadors televisius locals atesa la impossibilitat d’accedir a la gran majoria d’ells, cosa que ja és força significativa. La seva implicació limitada en el fenomen clúster



s'evidència en les dades disponibles i en la visió dels clústers, però un major accés a aquests informants hauria permès aprofundir en les causes d'aquesta posició.

La primera pregunta de recerca qüestionava quins eren aquests projectes clúster en l'entorn local. Del treball qualitatiu realitzat, se'n desprèn que la definició d'entorn local o de proximitat és molt relativa. Si originalment els sis casos analitzats es van escollir perquè s'havien relacionat en un o altre moment amb la televisió local pública, en el moment de l'anàlisi, tres d'ells (Terrassa, Mataró i Lleida) no hi mantenien cap tipus de relació. Els casos de Vilanova i la Geltrú i de Granollers són els que més clarament han integrat les televisions locals respectives. Aquests dos són justament els clústers de menors dimensions. El darrer cas, Barcelona Televisió, també s'integra en el clúster, però es tracta d'una presència poc rellevant en el si d'un clúster tan gran i amb actors de més dimensió.

La segona qüestió se centrava en els motius que originen aquesta clusterització. Com ja s'ha posat de manifest, molts dels projectes de clúster es relacionen amb intervencions urbanístiques i/o immobiliàries. No queda clar, en alguns casos, quina és la causa i quin és l'efecte. Com ho manifesten alguns informants, l'audiovisual s'ha vist en la darrera dècada com un sector emergent, no contaminant, de difícil deslocalització, amb un component tecnològic i d'innovació, amb valor cultural i capacitat de generar nous llocs de treball d'una certa capacitat. Es tracta, doncs, d'una aposta política de primer ordre. Alguns dels estudis que van fonamentar els clústers actuals ja ho manifestaven i, en el context del discurs polític sobre la societat de la informació, l'audiovisual s'ha posat de moda i s'ha convertit en un actor essencial de la modernització de les indústries locals arreu del territori. En altres casos, però, no hi ha evidències clares que existeixin unes bases sòlides per als projectes.

La pregunta de recerca següent perseguia caracteritzar aquestes iniciatives. En totes elles l'element infraestructural és molt important. Això és lògic, ja que es tracta de l'element més costós, alhora que tangible. A més, ràpidament genera una imatge del projecte. També es comparteix la preocupació per la innovació, tant per trobar-la i/o generar-la com per aplicar-la al sector productiu. La innovació es relaciona poderosament amb la formació i, especialment, amb la recerca, elements centrals, especialment aquest últim, en tots els projectes. De fet, de la recerca en deriva una preocupació, creixent, per la transferència de resultats a la indústria.

La quarta pregunta es qüestionava sobre els actors implicats en els clústers. La seva tipologia és variada, tot i que hi destaca la universitat, que actua com un pol de formació i de recerca molt important. Alhora crida l'atenció que, essent un actor transversal en diferents projectes, com la UPC a Terrassa, Mataró i Vilanova i la Geltrú, tampoc no contribueixi a la coordinació entre clústers i la investigació que realitzen els seus propis grups de recerca. Pel que fa a les empreses del sector, cal millorar els mecanismes de transferència, un esforç en què estan incidint gran part dels clústers estudiats.

Els objectius dels clústers conformaven la cinquena qüestió.

Segurament l'objectiu més comú és el d'incidir positivament sobre la capacitat de la indústria audiovisual, ja sigui en forma d'infraestructures i d'equipaments adequats o a través de la formació o de la transferència dels resultats de la recerca. En la majoria de casos també es desenvolupen activitats destinades a un públic més ampli, però només en el cas de Vilanova i la Geltrú tenen un pes específic important. La descoberta i la captació de talent també figura en les prioritats d'aquests projectes, especialment els que tenen una dimensió més reduïda.

La sisena pregunta perseguia conèixer les eines emprades per a la consecució dels objectius declarats. Aquí la varietat és tan gran com diferents són els objectius. Un àmbit en què es reflecteix aquesta divergència és en l'abast, que va des de la ciutat en sentit estricte fins a l'ambició internacional. Un altre àmbit és en la participació financera en els projectes innovadors, que només es dona en pocs casos.

La darrera de les qüestions plantejades inicialment pretenia valorar el rol de la televisió local pública i la indústria audiovisual de proximitat en el context dels diferents clústers. Aquí la imatge és força desoladora. De fet, en analitzar la presència i la funció de la televisió pública, apareix una realitat bastant allunyada de la que semblava indicar l'informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2009). Després d'aquesta recerca, es pot afirmar rotundament que la TDT local no contribueix a desenvolupar els clústers audiovisuals locals, ja que la seva implicació en aquests projectes ha estat gairebé nul·la. Quan hi participa, no té capacitat d'arrossegar-hi altres actors de la indústria. El creixement propiciat per la transició digital, que permetia la legalització de la televisió local i la seva professionalització, ha contribuït a un cert entusiasme col·lectiu entorn del món local i a la magnificació del seu potencial per actuar com a tractor de la indústria audiovisual local. En realitat, a penes té capacitat per tenir-hi aquest rol.

Per altra banda, les televisions locals compleixen estrictament el seu rol televisiu, però no van més enllà, tal com es reclama des d'alguns clústers amb la voluntat d'incloure-les de manera activa en el seu projecte. Aquí caldria considerar si les televisions estan prou dotades de recursos humans i financers per participar-hi i, si no és així, si hi ha una voluntat política de fer-les-en partícips. Aquesta aposta significaria transcendir l'audiovisual tradicional per buscar noves àrees en les quals aplicar les seves capacitats, en la línia del que ja comencen a fer alguns clústers, per exemple a través dels *living labs*.

Si es planteja quin hauria de ser el rol de les televisions locals en aquest context, hi emergeixen tres grans fortaleses o àrees d'expertesa de manera clara: el coneixement del llenguatge i l'entorn audiovisual, el coneixement i la imbricació amb el món local, i la seva qualitat de servei públic.

A tot això cal afegir-hi el finançament. En la majoria dels casos, el finançament dels clústers té el mateix origen públic que el de les televisions –malgrat que ambdós puguin tenir altres fonts privades, com els serveis a empreses, les primeres, i la publicitat, les segones. Un canvi de prioritats en les funcions de les televisions locals o, com a mínim, un replantejament de

determinades activitats, hauria de venir des d'instàncies superiors. Es tracta d'una opció política que implica trencar amb la concepció tradicional de la televisió pública i considerar-la un servei públic en tota regla, que pot col·laborar, i ho ha de fer, amb la resta de serveis públics que es financen amb les contribucions de tots els ciutadans. En un context d'hipercompetència televisiva, a més, aquest pot ser un factor diferenciador respecte dels operadors purament comercials.

En aquesta línia política, cal remarcar-ne un altre aspecte. Fins ara no hi ha hagut una política nacional de clústers audiovisuals. Malgrat les potencialitats que s'han atribuït al sector, la política de clústers de la Generalitat s'ha centrat en altres sectors. Això ha provocat que les iniciatives per *clusteritzar* l'audiovisual partissin de l'entorn local. A més, s'han desenvolupat sense cap control i sense valorar si el país tenia capacitat d'absorbir tot el conjunt d'infraestructures que s'estaven creant o si potser s'estaven duplicant esforços, ja fos en formació, recerca o en creació d'equipaments. Evidentment, aquí caldria una decisió política sobre si es vol un sector amb una certa coordinació o si s'aposta, conscientment o per desídia, per la competència entre clústers. La política consisteix en la gestió de la *res publica* i en aquest cas hi ha hagut deixadesa de funcions.

Els gestors mateixos dels clústers coincideixen majoritàriament en la necessitat d'una coordinació que fins ara no s'ha produït. No hi ha coincidència en qui ha d'assumir aquest rol, tot i que els informants apunten cap a organismes com la Diputació de Barcelona o el CAC, que difícilment ho podrien fer. El primer per falta de legitimitat en el conjunt de Catalunya, ja que el seu àmbit territorial és una única província. El segon perquè no entra dintre de les funcions que té atribuïdes per llei, tot i que podria participar-hi per la banda de les televisions locals, que estan dintre de les seves competències. Els altres dos actors apuntats són la Generalitat i l'ICIC, tot i que aquest és clarament rebutjat per alguns actors, bàsicament perquè es veu poc més que com una distribuïdora de subvencions –malgrat que aquesta no és l'única tasca que en la pràctica realitza. Tangencialment també apareix una altra institució com la XAL, amb una xarxa important entre el món de la televisió local, tot i que no sembla que com a clúster pugui desenvolupar un rol de coordinació.

D'altra banda, tampoc no es pot obviar el fet que ja existeix un clúster d'abast català, i2cat, molt centrat en l'àmbit tecnològic. Tot i que col·labora en alguns projectes amb altres clústers, sembla necessari incorporar-lo en la coordinació de les tasques de recerca fetes en altres clústers.

## 6. Propostes d'actuació

Malgrat que els resultats del treball de camp d'aquesta recerca posen de manifest que la televisió local té un rol molt diluït en els clústers audiovisuals, la idea mateixa de clúster no ha d'ésser rebutjada, tot i que sembla clar que cal reformular-la. Dintre

d'aquest posicionament possibilista, es presenta el decàleg de propostes següent:

- Cal realitzar una recerca més àmplia, que afegeixi elements quantitius sobre el sector a la primera tasca qualitativa feta en aquest estudi: els elements quantitius són necessaris per fer una anàlisi més detallada i detectar els elements que funcionen millor en cada clúster, ja sigui en termes de benefici econòmic o de benefici social (població atesa, foment de la innovació, aportació a la formació i a la recerca, transferència de coneixements, etc.). Això no exclou continuar incidint en aspectes qualitius, interrogant altres actors com les pròpies televisions locals.
- Si l'audiovisual és realment un sector estratègic, cal posar en marxa una política nacional de clústers audiovisuals: aquesta política, que ja existeix en altres sectors, no s'ha aplicat fins ara en l'àmbit audiovisual. Si es creu en la retòrica de l'audiovisual com a sector estratègic per al futur, cal actuar en conseqüència. Entre les possibles propostes, la d'un clúster audiovisual nacional podria ser un dels fonaments d'aquesta política.
- Cal establir una coordinació entre els clústers implicats, definint-ne prèviament els nivells de competència i de cooperació necessaris: especialment en una època de pressupostos limitats i minvants, cal establir prioritats i maximitzar tots els recursos. Una manera eficient de treure el màxim profit dels recursos materials, econòmics i humans –i, especialment, del coneixement de les persones– és compartir-los, prioritzant la cooperació per sobre de la competència. Aquesta coordinació no s'hauria de limitar als clústers aquí descrits, sinó que s'hauria d'estendre a altres projectes com Citalab, a Cornellà, o Spurna, a Girona.
- Cal determinar un agent coordinador amb prou legitimitat entre els actors implicats: un agent institucional, però no burocratitzat, que sigui reconegut i acceptat pels diferents actors implicats i que, alhora, pugui ser sensible a les realitats de sectors tan diferents però convergents com l'audiovisual, les TIC i les telecomunicacions. Al nostre parer, la Generalitat de Catalunya sembla reunir les condicions més adequades per complir aquesta funció, sempre que no es reproduixin lluites de poder entre els diferents departaments del Govern que haurien d'estar-hi implicats, com Economia i Coneixement, Cultura o Empresa i Ocupació.
- El nucli de la indústria és a Barcelona, però cal ampliar-ne geogràficament i culturalment la base productiva: aquesta ampliació permetria assolir tres objectius desitjables com (a) reflectir la diversitat catalana i aprofitar d'aquesta manera el potencial cultural del país, (b) captar talent arreu del territori, ja que els centres de formació són arreu del territori, i (c) repartir les inversions, públiques en molts casos, que genera el sector, ja que els ingressos públics procedeixen dels impostos dels ciutadans i de les empreses d'arreu del territori.
- Cal que cada clúster defineixi la seva especialització a partir de les fortaleces actuals, de les pròpies capacitats presents i futures, i de les necessitats del sector en l'àmbit català:

no tothom pot tenir les mateixes habilitats i ni tan sols és desitjable, ja que l'especialització és cada cop més necessària en indústries de ràpida evolució com l'audiovisual i la de les TIC. A més, l'especialització permet crear nínxols d'expertesa que diferencien aquella proposta empresarial o de clúster de la competència creixent en aquests àmbits. Tot això, evidentment, tenint en compte les necessitats i les línies estratègiques del sector a Catalunya.

- Cal fer un mapa d'actors rellevants en la indústria i en els àmbits de formació i de recerca, definir-ne les fortaleses i implicar-los en les tasques desenvolupades en el si dels clústers: la simple localització d'aquests actors no pot determinar-ne la inclusió o l'exclusió en aquests projectes amb independència de la vàlua de les seves aportacions. En el pla pràctic això significa, per exemple, que un clúster instal·lat en una localitat determinada no ha de treballar necessàriament amb la universitat o els grups de recerca d'aquella localitat si les seves especialitats no coincideixen. Cal buscar el grup més excel·lent en aquella àrea, fins i tot si això significa sortir de l'àmbit territorial català o espanyol. El talent acostuma a tenir poques fronteres.
- Cal entendre l'audiovisual en un sentit més ampli i participar del procés d'audiovisualització social. És una oportunitat de servei públic i de negoci davant d'un sector estrictament audiovisual que sembla haver tocat sostre, a més de contribuir a la legitimitat de la seva existència i a estendre'n la influència. La crisi actual ha d'ésser usada com a palanca per fer un salt des del sector estrictament televisiu, aprofitant la transversalitat social de l'audiovisual. Àmbits com la salut, l'educació o el benestar social necessiten clarament de *know-how* i d'habilitats pròpies de l'audiovisual. És una oportunitat de negoci, però també d'influència cultural i d'aportació a la societat.
- Cal més implicació de les televisions locals en aquells àmbits d'actuació que tinguin una dimensió local o en els que la implementació per part d'aquest actor generi un valor afegit. L'arrelament al territori és un element clau d'aquesta implicació i d'un paper com a element de cohesió del teixit social, especialment en les localitats de dimensions més reduïdes. En altres àmbits com la recerca potser no té tant sentit. La televisió local no té recursos per establir-se o participar en aquestes àrees més enllà d'un rol encara limitat com a banc de proves de determinades tecnologies.
- Cal que les televisions locals redefineixin el seu rol en el context digital i assumeixin com a pròpies funcions de servei públic relacionades amb altres àmbits més enllà de l'audiovisual: a l'era digital no es pot continuar amb un model propi de l'era analògica. El model de servei públic continua essent vàlid, però està en contínua redefinició. I les dimensions i l'abast més limitat de la televisió local no la fan aliena a aquesta redefinició.

## Notes

1. Article 5 de l'Ordre ITC/2691/2006, de 2 de agost, per la qual es regulen les bases, el règim d'ajudes i la gestió de mesures de suport a les agrupacions empresarials innovadores. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 199, 21 d'agost de 2006 <<http://www.boe.es/boe/dias/2006/08/21/pdfs/A30854-30862.pdf>>.
2. El treball de Vallejo Peña (2009) és una de les poques excepcions. Quant a treballs més generals, resulten especialment recomanables els monogràfics de l'any 2006 de la revista *Economía Industrial* (<<http://www.a360grados.net/sumario.asp?id=239>>) i el de 2003 d'*Ekonomiaz* (<[http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula1\\_c.apl?IDPUBL=48](http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula1_c.apl?IDPUBL=48)>), centrat en el País Basc, segurament una de les comunitats autònomes espanyoles més proactives en aquest tipus de polítiques.
3. *Coworking* fa referència a un estil de treball en què els espais són compartits per diferents professionals d'empreses o institucions diverses, sovint professionals liberals i/o autònoms. L'espai de treball ofereix determinades infraestructures i la possibilitat de fer xarxa amb altres professionals amb els quals es comparteix l'espai de treball, sovint dedicat a activitats relacionades, com ara els mitjans de comunicació o les TIC.
4. Per *living lab* s'entén un entorn de recerca i testeig de productes i serveis, sovint relacionats amb la tecnologia, que reproduceix un entorn real d'ús. En la idea de *living lab* hi prima la visió de l'usuari, fins i tot amb la seva participació a través de la cocreació.
5. Amb posterioritat al tancament d'aquesta recerca, la televisió de Mataró s'ha traslladat al TecnoCampus. <<http://diarimaresme.com/2011/m1tv-sinstal%C2%B7la-al-tecnocampus/>>
6. *i2cat* és una fundació orientada al desenvolupament d'internet en què participen l'administració, les empreses i les universitats (<http://www.i2cat.net>).

## Referències

- BASSETT, K.; GRIFFITHS, R.; SMITH, I. "Cultural industries, cultural clusters and the city: the example of natural history film-making in Bristol". *Geoforum*, maig de 2002, vol. 33, núm. 2, p. 165-177. ISSN 0016-7185
- BECATTINI, G. "Dal settore industriale al distretto industriale". *Rivista di Economia e Politica Industriale*, 1979, núm. 1, p. 1-8. ISSN 0391-2078
- CHAPAIN, C.; COMUNIAN, R. "Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England". *Regional Studies*, juliol de 2010, vol. 44, núm. 6, p. 717-734. ISSN 0034-3404

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Diagnòstic de la televisió digital terrestre local a Catalunya*. [En línia]. Barcelona: CAC, 2009.

<[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/estudis\\_recerca/Diagnostic\\_TDTLCat\\_231009.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Diagnostic_TDTLCat_231009.pdf)> [Consulta: 24 de febrer de 2011]

COOK, G.A.S.; PANDIT, N.R. "Service Industry Clustering: A Comparison of Broadcasting in Three City-Regions". *The Service Industries Journal*, juny de 2007, vol. 27, núm. 4, p. 453-469. ISSN 0264-2069

HERNÁNDEZ GASCÓN, J.M.; PEZZI, A.; SOY CASALS, A. *Clústers i competitivitat: el cas de Catalunya (1993-2010)*. [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2010. (Col·lecció Papers d'Economia Industrial; 31). <[http://www.gencat.cat/diue/doc/doc\\_11907125\\_1.pdf](http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_11907125_1.pdf)> [Consulta: 25 de febrer de 2011] ISBN 9788439385585

MARSHALL, A. *Principios de economía*. 4a ed. Madrid: Aguilar, 1963.

PACHECO-VEGA, R. "Una crítica al paradigma de desarrollo regional mediante clusters industriales forzados". *Estudios Sociológicos*, setembre de 2007, vol. XXV, núm. 3, p. 683-707. ISSN 0185-4186

PORTER, M.E. *The competitive advantage of nations*. Londres: The MacMillan Press, 1990. ISBN 0333518047

PORTER, M.E. "Clusters and the new economics of competition". *Harvard Business Review*, novembre de 1998, vol. 76, núm. 6, p. 77-90. ISSN 0017-8012

TRULLÉN, J. "La nova política industrial espanyola: innovació, economies externes i productivitat". *Revista econòmica de Catalunya*, juliol de 2006, núm. 54, p. 72-87. ISSN 135-819X

TUROK, I. "Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland". *European Planning Studies*, juliol de 2003, vol. 11, núm. 5, p. 549-565. ISSN 0965-4313

VALLEJO PEÑA, F.A. "LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA Y ESPAÑA ANTE EL SURGIMIENTO DE NUEVOS CLUSTERS". [En línia]. *Cybergeo: European Journal of Geography*, octubre de 2009, doc. 463. <<http://cybergeo.revues.org/22474?lang=fr>> [Consulta: 9 de novembre de 2011]. ISSN 1278-3366

YIN, R.K. *Case Study Research. Design and Methods*. 4a ed. Thousand Oaks: Sage, 2009. ISBN 9781412960991