

QUA-

11

núm. 11, desembre 2001

DERNS

DEL



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

CAC

www.audiovisualcat.net

El pluralisme informatiu als mitjans audiovisuals

Quaderns del CAC núm. 11 / desembre 2001

E-mail: quadernsdelcac@correu.gencat.es

Editor:
Joan Manuel Tresserras

Consell editorial:
Carles de Alfonso Pinazo, Joan Botella i Corral,
Núria Llorach i Boladeras, Jordi Mercader i Farrés,
Fèlix Riera, Jaume Serrats i Ollé

Director:
Josep Gifreu

Coordinació general:
Martí Petit

Redacció:
Esther Andreu, Soledat Balaguer, Gemma Domènech, Mònica Gasol, Carles López, Josep Nubiola.

Maqueta:
Toni Miserachs

Impressió:
Gràfiques Maculart, S.A.

Assessorament lingüístic:
M. Mercè Florenza

Dipòsit legal: B
ISBN 1138-9761

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

President: Francesc Codina i Castillo
Vicepresident: Xavier Guitart i Domènech
Conseller secretari: Carles de Alfonso Pinazo
Conseller adjunt a la presidència per afers internacionals:
Joan Botella i Corral
Consellers: Núria Llorach i Boladeras,
Jordi Mercader i Farrés, Fèlix Riera,
Fernando Rodríguez Madero, Jaume Serrats i Ollé
Joan Manuel Tresserras
Secretari general: Jaume Tintoré i Balasch



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença 321
08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25
Fax 93 363 24 78
E-mail: audiovisual@correu.gencat.es

Generalitat de Catalunya

Índex

■ Presentació	2
■ Tema monogràfic: El pluralisme informatiu als mitjans audiovisuals	
Informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans de ràdio i televisió de Catalunya	3
Pluralisme en els mitjans audiovisuals? Joan Botella	27
Radiotelevisió pública i pluralisme a Catalunya Maria Corominas	37
Recomanació del Consell d'Europa sobre el pluralisme als mitjans de comunicació	47
■ Observatori	
Conversa amb Manuel Castells Joan Manuel Tresserras	49
Exposicions de cinema. Nous temps per a les relacions entre la imatge fílmica i els centres d'art contemporani Xavier Pérez	53
Darreres tendències de la televisió pública actual: crònica del Miniput 2001 Glòria Salvadó	59
■ Agenda	
Crítica de llibres	66
Revista de revistes	76
Revista de webs	78
Sol·licitud d'articles originals	79
Guia per a la presentació d'articles a la revista Quaderns del CAC	80

Presentació

El tema monogràfic d'aquest número de Quaderns del CAC és dedicat al pluralisme informatiu dels mitjans audiovisuals. La preocupació pel pluralisme en els mitjans audiovisuals i molt singularment en els de titularitat pública és un tema recurrent entre els sectors polítics. Però, no és de cap manera una preocupació exclusiva dels polítics: ho és també d'una gran part de l'opinió pública i dels medis professionals i acadèmics més sensibles.

El text central és el document sobre pluralisme aprovat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya el 4 de juny de 2001, i preparat per encàrrec exprés del Parlament de Catalunya. Títulat "Informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans públics de ràdio i televisió de Catalunya", aquest document té un interès indubtable en el marc del debat europeu sobre mesures polítiques i mètodes i tècniques de seguiment de cara a garantir el pluralisme en els mitjans. El document del CAC parteix del panorama regulador del pluralisme a l'Estat espanyol, a Catalunya i a alguns països europeus, s'estén en la diagnosi dels problemes actuals i en unes línies de revisió, per acabar amb un capítol de criteris, recomanacions i compromisos. Aquest document és complementat per l'article contextualitzador del professor Joan Botella, "Mitjans públics i privats: alguna diferència?", i pel de la professora Maria Corominas, "Radiotelevisió pública i pluralisme informatiu a Catalunya: una aproximació a la percepció social". També incloem un resum de la Recomanació del Consell d'Europa sobre les autoritats de regulació de l'audiovisual.

La secció "Observatori" s'obre en aquest número amb la "Conversa a fons" amb un dels més prestigiosos sociòlegs mundials, Manuel Castells, que examina i valora amb Joan Manuel Tresserras l'impacte d'Internet en la transformació de la televisió i la circulació de l'audiovisual. Amb el títol de "Exposicions de Cinema: Nous temps per a les relacions entre la imatge fílmica i els centres d'art contemporani", el professor Xavier Pérez proposa un assaig sobre el paper del cinema en la formació de la sensibilitat visual a partir de tres exposicions recents ("La ciutat dels cineastes" a Barcelona, "Hitchcock et l'art: coïncidences fatales" a París i "Encadenats: Alfred Hitchcock i l'art contemporani" a Lleida). D'altra banda, una crònica crítica i detallada de Glòria Salvadó deixa constància de les darreres tendències de la televisió pública més innovadora, segons la selecció de la vuitena edició del Miniput 2001, realitzada el novembre passat a Barcelona.

Finalment, Quaderns del CAC vol introduir i mantenir dintre la secció "Agenda" una subsecció de crítica de llibres, que vagi atenent les novetats relatives a la comunicació i la cultura audiovisuals. Encoratgem els lectors, acadèmics i professionals a col·laborar amb la crítica de llibres, a fi que ens facin arribar les seves propostes.

Josep Gifreu
Director

Informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans de ràdio i televisió de Catalunya

Introducció

A partir d'una proposició no de llei presentada per tots els grups parlamentaris, el Parlament de Catalunya va adoptar la següent Resolució:

“El Parlament de Catalunya, d'acord amb la Llei 2/2000, del 4 de maig, insta el Consell de l'Audiovisual de Catalunya a elaborar un informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans públics de ràdio i televisió de Catalunya i a presentar-lo a aquest Parlament en el transcurs del primer trimestre de l'any 2001.” (Resolució 341/VI, BOPC núm. 115, pàg. 30).

La Llei 2/2000, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en el seu article 10, estableix com una de les funcions del Consell, **“emetre informe previ pel que fa als projectes i les disposicions de caràcter general relatius al sector audiovisual i les seves eventuais modificacions, i també elaborar informes i dictàmens a iniciativa pròpia o a instància del Parlament o del Govern”**.

La mateixa Llei defineix, en el seu preàmbul, que el Consell de l'Audiovisual **“és l'encarregat de vetllar pel pluralisme intern i extern dels mitjans (...)”**; de la mateixa manera, li atribueix la funció **“d'assegurar l'observança dels principis del pluralisme polític, social, religiós, cultural i de pensament”** (article 10, apartat d).

La preocupació pel pluralisme en els mitjans informatius (singularment en els de titularitat pública) és un tema de reiterada preocupació entre professionals de la informació, responsables polítics i institucionals, protagonistes de la vida econòmica i associativa, i l'opinió pública en general. L'aparició dels mitjans audiovisuals en les condicions de monopoli va fer necessaris, un cop oberta la nova etapa democràtica, profunds canvis constitucionals i legislatius, entre els quals quedava, en primer terme, l'afirmació rotunda del principi fonamental del caràcter pluralista dels

continguts dels mitjans, juntament amb altres mesures encaminades a assegurar-lo, com poden ser el seu control parlamentari, l'establiment de garanties per als seus professionals o la regulació de la cobertura informativa de determinats processos, com ara les campanyes electorals.

Però el desenvolupament legislatiu d'aquest principi ha estat insuficient, ha deixat notables buits, i algunes de les seves institucions han quedat sense regular. Sens dubte, aquestes insuficiències estan a la base de les preocupacions que es donen a l'entorn d'aquestes realitats. Al costat d'això, els retrets sobre el partidisme en la presentació audiovisual de la realitat social i política, sobre la potenciació de determinats aspectes o, a la inversa, la marginació d'altres elements, intensifiquen el debat i transformen en polèmic allò que, en altres contextos, constitueix un terreny comú, compartit pel conjunt de les forces polítiques i de la societat civil.

Com es detalla al capítol primer d'aquest informe, ens ha semblat necessari examinar, de forma detallada i sortint del marc polèmic en què es situa la discussió, tant les opinions dels diversos sectors implicats (responsables polítics i associatius, directius dels mitjans, professionals, entitats, opinió pública), com la realitat objectiva, analitzant tots els programes informatius emesos durant un mes per les televisions i les ràdios d'àmbit territorial català, i una mostra de mitjans de caràcter local. Els resultats d'aquestes diverses exploracions es resumeixen en el cos de l'informe; la reproducció completa es presenta en els annexos que acompanyen aquest informe.

A la vegada, s'ha examinat el conjunt de la legislació existent, per determinar-ne els principis i criteris, i detectar els buits en la seva concreció legislativa; igualment, s'han analitzat les pràctiques vigents en altres països. Això permet tant examinar mecanismes previstos però no desenvolupats de manera específica al nostre país, com plantejar alguns mecanismes nous, de possible introducció entre nosaltres.

Finalment, es formulen un conjunt de recomanacions adreçades als diversos tipus d'operadors de mitjans audiovisuals, així com la proposta de mecànica operativa que adoptarà el Consell de l'Audiovisual de Catalunya en l'àmbit del pluralisme informatiu.

1 L'encàrrec rebut

L'estudi sobre el pluralisme informatiu en els mitjans audiovisuals de titularitat pública ha de començar per interpretar l'encàrrec rebut, definint la interpretació que en fa; i, en segon lloc, explicitant com defineix els conceptes que l'integren.

Per pluralisme informatiu entendrem el respecte al valor "pluralisme" en les informacions emeses pel conjunt dels operadors audiovisuals. És clar, per tant, que el pluralisme es mesura en termes de pluralisme intern, relatius al contingut de les informacions emeses, i no tant en termes de pluralisme extern, consistent en l'existència d'una pluralitat en l'oferta d'operadors audiovisuals, i els subsegüents mecanismes de competència entre operadors.

El terme "informatiu" mereix un aclariment, ja que entendrem que s'aplica, no només als programes declaradament informatius que s'emeten, sinó al contingut informatiu que els mitjans públics transmeten en la totalitat de la seva programació.

La informació de conjunt que es dona sobre la societat catalana no apareix només en els programes informatius estàndard, sinó en tota la programació, entenent que tots els programes construeixen, o reconstrueixen, una certa imatge del que és la realitat de la societat catalana. Encara que no hem examinat la totalitat de la programació emesa –fet que depassaria les possibilitats materials de recollida i anàlisi de la programació– creiem que aquest és un horitzó que no s'ha de perdre de vista.

Entenem, com a hipòtesi de partida, que el pluralisme informatiu consisteix en la capacitat dels mitjans de comunicació de representar un reflex fidel de la societat catalana, en tots els diversos àmbits que la integren. Ja hem fet esment de com la Llei creadora del Consell de l'Audiovisual es refereix al "pluralisme polític, social, religiós, cultural i de pensament". A la vegada, aquestes diverses dimensions es projecten en àmbits o a través de continguts variats: és

indubtable que els diversos territoris constitueixen unitats sense la presència de les quals seria difícil parlar d'autèntic pluralisme.

Per tant, la nostra hipòtesi de treball és la de considerar els mitjans públics com un **mirall** que reflecteix el que succeeix en la societat catalana; com més completa sigui aquesta presentació, aquest reflex, més presència tindrà la pluralitat real de les formes de viure i de pensar dels catalans. Per tant, la proximitat entre realitat i reflex és, si es vol dir així, una mesura del grau efectiu de pluralisme dels mitjans informatius.

Però els mitjans informatius són també, o poden ser, un **far**, una guia, una plataforma des de la qual es projecten imatges, desitjos, formes de viure i de pensar o, fins i tot, modes que esdevenen referències àmpliament compartides dins la societat i que, per tant, dibuixen, de forma voluntària o no, futures configuracions de la vida social. Mentre la funció "mirall" vol aproximar els continguts informatius a la realitat preexistent, la funció "far" més aviat mira cap al futur: dibuixa possibles línies-força de desenvolupament de la vida col·lectiva.

L'expressió "mitjans públics de ràdio i televisió de Catalunya" s'ha interpretat de la manera més àmplia a l'informe sol·licitat pel Parlament. El pluralisme real de la societat catalana s'expressa, no només a partir de la CCRTV, també en l'existència de mitjans públics de ràdio i televisió, vinculats al Govern central (canals radiofònics de RTVE, circuit català de TVE) o al món municipal (ràdios municipals, televisions públiques locals). Tots aquests mitjans, expressions del pluralisme real de la societat, generen un panorama informatiu global i, per tant, seria desequilibrador examinar-ne només un component.

A la vegada, l'anàlisi de la totalitat dels mitjans públics quedaria coixa si no s'introduís, com a pedra de contrast, les pràctiques existents en els mitjans privats. Sense aquesta contrastació, l'examen dels continguts informatius dels mitjans de titularitat pública no cobraria la seva autèntica significació, ja que no podríem distingir entre allò que pugui tenir d'específic el comportament dels mitjans públics, i allò que pugui constituir un estil general, comú als diversos operadors públics i privats. Cal, però, tenir en compte que, en el moment de realitzar l'estudi, el ventall d'operadors privats d'àmbit català és molt reduït: no existeixen televisions privades d'àmbit català, el nombre de televisions locals privades

és molt limitat i les cadenes radiofòniques privades d'abast nacional són encara recents. En tot cas, i avançant-nos a les conclusions presentades, creiem que qualsevol proposta general d'ordenació i regulació del pluralisme en els mitjans informatius, ha d'incloure, també, previsions en relació amb els mitjans de titularitat privada. La fitxa tècnica de l'estudi pilot realitzat, que s'inclou en l'annex, enumera el conjunt de programes analitzats.

2 Els sentits del terme “pluralisme”

El terme “**pluralisme**” és una noció recurrent en la regulació dels mitjans audiovisuals en el món politicodemocràtic. Com a noció del món polític, el terme va aparèixer inicialment lligat a la dimensió religiosa: el Diccionari de Filosofia d'Oxford defineix pluralisme com “una situació caracteritzada per la multiplicitat de religions i/o de grups ètnics en un mateix Estat; o la doctrina que afirma que aquesta multiplicitat és una bona cosa”.

La noció de pluralisme, traslladada al pla polític, afirma la legitimitat de l'expressió de totes les idees polítiques democràtiques, i la utilitat pública de la seva confrontació: del debat lliure surt una millor comprensió i, en últim extrem, la millor decisió col·lectiva. L'ideal de la democràcia deliberativa es fonamenta, doncs, de forma indispensable, en la lliure expressió i discussió entre una pluralitat d'idees, punts de vista i valors. Entès en aquests termes, i com afirma Sartori en un llibre recent (*Pluralismo, Multiculturalismo* e Stranei, Milà 2000; existeix traducció castellana publicada l'any 2001), “l'element central de la visió pluralista no és ni el consens ni el desacord, sinó la **dialèctica del dissen-tir**, un debat que en part pressuposa consens i en part accepta la intensitat del conflicte, però que no es pot reduir a cap d'aquests dos termes (...); això domestica el conflicte i el transforma en conflicte pacífic”.

La pacificació del conflicte consisteix, en l'àmbit polític, en l'acceptació del principi d'alternança i, per tant, en la legitimitat que les diverses forces polítiques intentin persuadir els ciutadans de la validesa dels plantejaments de cadascuna d'elles.

El mateix es podria dir pel que fa a l'expressió de totes les varietats de creences religioses o de doctrines de pensament i, més enllà, en la presentació normalitzada de les

diferents pressions de la vida social i col·lectiva que es poden trobar en el context d'una societat lliure.

En el sector audiovisual, les arrels del problema es troben en els seus orígens: ràdio i, sobretot, televisió neixen a Europa en forma de monopoli públic, sota la dependència exclusiva dels respectius governs. La forta connexió entre radiodifusió i estructures polítiques de govern genera hàbits, tant entre els ciutadans com entre els polítics, i sobretot genera grans estructures burocratitzades, d'evolució lenta i complexa.

En aquesta situació, l'afirmació del principi del pluralisme es trobarà amb dificultats considerables, tot i que les tradicions i els valors predominants a cada país donaran una “coloració” particular al problema. I la situació esdevindrà més difícil a mesura que la utilització dels mitjans audiovisuals prengui un paper cada vegada més central en els debats polítics, i especialment en les campanyes electorals, per damunt de mitjans més tradicionals, com ara la premsa o les pròpies activitats dels afiliats dels partits polítics.

Es qüestionarà fortament, doncs, que els nous mitjans audiovisuals puguin satisfer els requeriments d'imparcialitat, professionalitat i correcció informativa definits clàssicament com els elements distintius del bon periodisme. Encara més: s'atribuirà als mitjans audiovisuals, i especialment a la televisió, una capacitat il·limitada d'influència social, de persuasió, de dissolució de valors i d'actituds, i de substitució per altres més superficials, més orientats a una pura visió mercantil de la vida social.

Davant aquests processos i aquestes crítiques, es reivindicarà el principi del pluralisme en una doble direcció. Per una banda, mitjançant el trencament dels vells monopolis audiovisuals, en donar entrada al sector a operadors de caràcter privat: el pluralisme **extern**, en augmentar l'oferta informativa, contribueix a fer possible un major pluralisme en els continguts. En una altra direcció, pluralisme **intern**, s'intentaran introduir mecanismes (especialment, però no només, en el sector públic) de control per donar accés als mitjans audiovisuals a totes les veus del panorama social i polític, i no només a aquelles que, des de posicions governamentals, dirigeixen els mitjans públics.

Ja hem indicat que entenem, com a definició operativa, metodològica, que el grau de pluralisme d'un mitjà es pot mesurar en termes de la proximitat que hi ha entre la representació que fa de la societat i la realitat social. Per va-

gues que puguin semblar aquests termes, i per complexa que aquesta operació de mesura de la distància pugui ser, creiem que aquesta referència és clara en termes operatius i que permet objectivar la discussió entorn del concepte.

Però la qüestió que es planteja és com es relaciona aquest valor del pluralisme amb altres valors igualment desitjats pel legislador i, en segon lloc, fins a quin punt aquest valor s'imposa per igual a mitjans públics i privats o si, al contrari, els mitjans públics tenen un "plus" d'obligacions en la presentació de la realitat social. En països com el nostre, on l'origen dels mitjans de comunicació audiovisuals ha estat el monopoli públic, l'aparició de mitjans de titularitat privada ha representat un increment en el grau de pluralitat de l'oferta audiovisual (pluralisme extern). Ara bé, aquesta major oferta no significa necessàriament un major pluralisme pel que fa als continguts de les informacions (pluralisme intern); d'altra banda, el limitat nombre d'operadors privats existents i el fet que (en el sector televisiu) siguin només d'àmbit estatal fan que la seva aportació a incrementar substancialment el grau de pluralisme a Catalunya en els continguts no pugui ser molt gran.

La coexistència entre mitjans públics i privats, doncs, condueix a examinar les pràctiques d'uns i altres, encara que sovint no siguin directament comparables, ja que els àmbits territorials en què es projecten no són idèntics (per la inexistència, a hores d'ara, d'operadors televisius privats d'àmbit autonòmic).

Finalment, no s'acotarà l'estudi realitzat al pluralisme polític, sinó que, en la mesura que les dades ho han permès, hem intentat incorporar a l'anàlisi la presentació feta pels mitjans informatius d'altres dimensions de la realitat social: religiositat, organitzacions socials o àmbits geogràfics constitueixen elements de la realitat, que no poden quedar exclosos d'un estudi com el sol·licitat pel Parlament.

3 Regulacions en altres països

Com és fàcil d'imaginar, la problemàtica del pluralisme informatiu en els mitjans públics es planteja de formes molt variades en els diversos països, fins i tot en aquells que ens resulten més propers culturalment o institucionalment. Aquesta disparitat respon a diferències entre els diversos marcs socials i polítics; a diferents estructures institucio-

nals; als diferents pesos del sector públic i privat en el paisatge audiovisual de cada país; i a l'existència de diverses "cultures" audiovisuals.

Amb més raó, no existeixen normes o criteris generals a escala europea, més enllà de declaracions de principis molt generals (com, per exemple, en la declaració aprovada pel Consell d'Europa el desembre de 2000 sobre les autoritats reguladores de l'audiovisual). De la mateixa manera, els estatuts de la Plataforma Europea de les Autoritats Reguladores (EPRA) prohibeixen a aquesta organització adoptar regles o orientacions de caràcter general.

Per tant, cal examinar les pràctiques i institucions existents a cada país per veure quina noció de pluralisme informatiu s'hi reconeix i quins són els mecanismes existents per a assegurar aquesta exigència. Creiem que es pot afirmar l'existència, en el context europeu, de quatre grans models que ens semblen particularment significatius per la seva proximitat a la nostra realitat i per la posada en funcionament de mecanismes i d'instruments ben diferenciats.

3.1 França

A França, una de les funcions primordials del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) és garantir el pluralisme informatiu. Durant una llarga etapa, la preocupació essencial ha estat assegurar el pluralisme polític, adoptant-se com a regla d'or la d'assegurar que el temps de presència atorgat en els programes informatius als diversos dirigents polítics estigui distribuït segons la regla denominada dels "tres terços": una tercera part del temps dels informatius queda reservada al Govern; una altra tercera part a la majoria parlamentària; i finalment, una tercera part als partits polítics d'oposició en el seu conjunt. Aquesta regla s'aplica a tots els programes informatius, tant en cadenes públiques com privades.

Recentment, el CSA s'ha interessat pel pluralisme territorial, establint regles sobre desconexions de caràcter regional de les diverses cadenes públiques i, el mes de febrer de 2001, pel pluralisme ètnic, examinant la presència de persones pertanyents a grups ètnics minoritaris entre els presentadors i artistes que apareixen a les televisions de caràcter general.

Aquesta activitat de seguiment per part del CSA es materialitza en informes mensuals adreçats a l'Assemblea Nacional, on es detalla el temps d'aparició de cada perso-

nalitat política a les diverses cadenes televisives durant el trimestre anterior. Les desviacions significatives respecte de la regla dels tres terços poden ser objecte d'advertiment públic i, en últim extrem, de sanció.

3.2 Portugal

En el cas de Portugal, el principi del pluralisme en els mitjans audiovisuals públics s'entén com el dret d'accés als mitjans (un temps específic d'emissió on els diversos col·lectius socials i polítics significatius puguin adreçar-se a la societat) i el dret de rèplica.

El dret d'accés es materialitza en l'existència d'un nombre important d'hores a l'any, durant el "prime time" vespertí, on es posa l'emissió al servei de les diverses forces polítiques (amb un escalat de temps rigorosament pautat en proporció als resultats electorals i el nombre de diputats elegits per cada força política) així com dels diversos col·lectius socials significatius (sindicats, patronal, associacions camperoles, etc.). La distribució d'aquest temps d'antena es basa en una negociació entre tots els implicats, realitzada sota la presidència i l'arbitratge de l'organisme regulador (Alta Autoridade para a Comunicação Social), que dóna caràcter oficial i vinculant a la distribució pactada. Aquesta distribució, i les emissions que en deriven, són només obligatòries per a la ràdio i televisió públiques. En canvi, la durada de la presència dels diversos protagonistes polítics en els programes informatius no és objecte d'una regulació detallada, tot i que l'especial reconeixement i la protecció del dret de rèplica han conduït a una situació generalment acceptada.

Per dret de rèplica s'entén quelcom més que el dret de rectificació. Tot i que la regulació formal situa el dret de rèplica en l'àmbit de la rectificació d'informacions errònies, en la pràctica s'ha vingut parlant del dret de rèplica política, entès com la facultat dels partits d'oposició de poder comentar o respondre a les afirmacions formulades per membres del Govern, o pel mateix Govern.

El dret de rectificació s'instrumenta en termes molt similars als existents al nostre país (reclamació al mitjà de comunicació i publicació d'una resposta de durada i presentació sensiblement igual a la informació rectificada). Si el mitjà de comunicació en qüestió no atén la reclamació, l'assumpte passa a la jurisdicció de l'Alta Autoritat, que sentència en un període de tres dies.

3.3 Itàlia

El cas italià és significatiu, ja que trenca amb la regla de la proporcionalitat. La introducció, l'any 2000, de la denominada "condició igual" ("pari conditio") té com a objectiu donar a totes les idees i/o totes les forces polítiques les mateixes oportunitats de comparèixer davant els ciutadans. Es distingeix clarament entre els programes informatius diaris (on sí que s'han de respectar les proporcions de les diverses forces o famílies polítiques) i la resta de la programació de continguts polítics, com ara debats, tertúlies, informacions preelectorals, etc. En tots aquests programes, no es jerarquitzava el temps d'aparició de les diverses forces en funció de la seva implantació o representativitat, sinó que s'entén que el contrast d'idees s'ha de basar en les seves qualitats intrínseques i en el seu interès, sense que això es pugui encotillar en quotes temporals basades en resultats electorals previs.

Un segon element a subratllar és el fet que els operadors públics (RAI) i privats estan sotmesos a les mateixes regles, però que són aplicades per organismes diferents. Mentre que el seguiment del seu compliment per als operadors privats la fa l'Autoritat de Garantia de les Comunicacions, per a la ràdio i televisió públiques (RAI) és obra de la Comissió de Control Parlamentari; ambdós processos tenen lloc previ acord entre l'Autoritat i la Comissió Parlamentària.

3.4 Gran Bretanya

En el cas britànic, no existeix obligació dels operadors públics d'oferir temps d'emissió directament a les forces polítiques, o a cap altre col·lectiu. Operadors privats i públics (BBC) estan sotmesos a les mateixes regles, però no a través de les mateixes autoritats. La BBC és sota l'autoritat d'un Consell de Governadors, format per persones externes a la corporació; les televisions privades són sota l'autoritat de la Independent Television Commission, mentre que les ràdios privades estan vinculades per la Radio Authority. Totes elles, a la vegada, es remeten a l'autoritat de la Broadcasting Standards Commission, que elabora regles i criteris generals, i canalitza cap a les autoritats pertinents les queixes que pugui rebre, ja que no té, directament, cap facultat decisòria o sancionadora. En aquests moments (abril 2001), s'ha iniciat un procés d'aproximació entre les diverses autoritats audiovisuals britàniques.

niques, que pot acabar per conduir a la creació d'una autoritat única.

En tot cas, la BBC juga un paper capdavanter en la fixació i aplicació de regles i criteris aplicables a la delimitació de continguts en l'àmbit del pluralisme informatiu. Molt típicament, la BBC no té un codi o unes regles generals, sinó que el Consell de Governadors elabora uns "valors editorials", com a grans principis que han de guiar l'acció i la programació de la BBC, basats en la Carta fonamental (Charter) de la BBC. Aquests "valors" (amb nocions com ara imparcialitat, veracitat, independència, respecte a la intimitat, etc.) es tradueixen després en unes "orientacions als productors", que consisteixen en enunciats de tall molt genèric, encaminats a assegurar que els responsables de cada programa estiguin ben familiaritzats amb els valors i l'estil propis de la BBC. Així, la imparcialitat, el pluralisme o l'adequada presència de les diverses opinions són el resultat de l'acceptació, per part dels diversos nuclis implicats, d'aquells valors i criteris.

A la vegada, es donen instruccions molt precises, de tipus tècnic, com ara no utilitzar càmera lenta o accelerada a l'hora de mostrar personatges polítics, no editar els discursos o les preguntes que es pronuncien al Parlament, etc.

Aquesta breu revisió de les regulacions existents en altres sistemes mostra com, fins i tot en un nombre limitat de països relativament similars al nostre, les definicions de pluralisme utilitzades i els instruments encaminats a assegurar-lo són molt variables, subjectes a la influència de molts factors específics de la cultura i la política de cada societat. Però en tots els casos es pot apreciar l'existència de regles adreçades a assegurar la presència i la possibilitat d'expressió per part de totes les forces polítiques, restringir les possibilitats de pressions per part de les més grans o del propi govern, i donar veu als diversos col·lectius socials que puguin estar implicats en fets o problemes d'actualitat. Aquests objectius es persegueixen sense perjudici de l'existència de regles deontològiques específiques de la professió periodística o dels possibles estatuts de redacció (o document similar) de cada mitjà, i en cap cas tenen vocació de censura sobre els mitjans de comunicació, sinó que responen a la voluntat d'assegurar la millor informació possible per als ciutadans.

4 El marc normatiu espanyol i català sobre la noció de pluralisme informatiu

La Constitució Espanyola defineix el pluralisme polític com un dels valors superiors de l'ordenament jurídic (article 1), al costat, i al mateix nivell, que la llibertat, la justícia o la igualtat.

En un context democràtic, on el suport popular als diversos punts de vista polítics constitueix l'element clau en la legitimitat de l'accés a la representació política, la noció de pluralisme polític es correlaciona immediatament amb la de pluralisme informatiu, ja que és a través de la informació com el ciutadà pot formar la seva opinió i optar entre les diverses propostes que formulen les forces polítiques existents.

Probablement sigui la força d'aquesta connexió entre pluralisme polític i pluralisme informatiu el que explica un fet a primera vista estrany, com és que l'expressió "pluralisme informatiu" és pràcticament desconeguda en el nostre sistema jurídic i apareix només en el preàmbul de la Llei de Televisió Privada (10/1988), on es diu: "La finalitat de la TV com a servei públic ha de ser (...) contribuir al **pluralisme informatiu**, a la formació d'una opinió pública lliure...".

Una expressió semblant, "pluralitat informativa", apareix a la Llei 11/1991, d'emissores radiofòniques municipals: "...uns mitjans de caràcter local que ampliin el marc de la **pluralitat informativa**".

Aquest principi no ha tingut majors concrecions legislatives, més enllà de la formulació utilitzada per l'Estatut de RTVE de l'any 1980, que, en el seu article 4, estableix:

"L'activitat dels mitjans de comunicació social de l'Estat s'inspirarà en els següents principis:

- a) L'objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions.
- b) La separació entre informacions i opinions, la identificació de qui les sustenta, i la seva lliure expressió, amb els límits de l'apartat 4 de l'article 20 de la Constitució.
- c) El respecte al pluralisme polític, religiós, social, cultural i lingüístic.
- d) El respecte a l'honor, la fama, la vida privada de les persones, i tots els drets i llibertats que reconeix la Constitució.

- e) La protecció de la joventut i la infància.
- f) El respecte als valors d'igualtat recollits a l'article 14 de la Constitució."

Aquesta norma no vincula només els mitjans públics de titularitat estatal sinó que, pel caràcter bàsic de l'Estatut de RTVE, és també aplicable als mitjans de titularitat autonòmica. Això és especialment cert en el cas de Catalunya, per la remissió que fa l'Estatut d'Autonomia (article 16) a l'Estatut de RTVE. En particular, la formulació referent als principis inspiradors de la programació es troba redactada en termes idèntics a la Llei reguladora del tercer canal (article 5). De la mateixa manera, l'enumeració de les dimensions del pluralisme que fa l'apartat c) de l'esmentat article 4 de l'Estatut de RTVE es retroba en una llarga sèrie de normes, fins a arribar a la pròpia norma reguladora del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Si entenem com a contingut essencial de la noció de pluralisme la proximitat entre realitat social i continguts informatius de la programació televisiva, encara cal parar atenció a una altra norma constitucional. Es tracta de la previsió feta a l'article 20, apartat 3, de la Constitució de 1978, que estableix :

"La llei regularà l'organització i control parlamentari dels mitjans de comunicació social que depenguin de l'Estat o de qualsevol entitat pública i garantirà l'accés a aquests mitjans dels grups socials i polítics significatius, respectant el pluralisme de la societat i de les diferents llengües d'Espanya".

Aquest article, que institueix l'anomenat **dret d'accés**, no ha tingut desenvolupament legislatiu posterior, exceptuant les previsions fetes per la Llei Electoral (LOREG) sobre l'atribució de temps de campanya gratuïts en els mitjans de titularitat pública a les forces polítiques que concorren a unes determinades eleccions. Com es pot imaginar, la principal dificultat rau en determinar els grups socials significatius i, fins i tot, en com determinar la significació dels diversos col·lectius socials.

En tot cas, dos elements s'hi estableixen amb claredat:

- Els mitjans de comunicació audiovisual de titularitat pública (sense distincions entre ells) estan, en tot cas, subjectes a **control parlamentari**.
- El **dret d'accés**, com a dret directament exigible pels "grups socials i polítics significatius", vincula només els mitjans de titularitat pública.

Més enllà d'això, les concrecions sobre el contingut exacte de la noció de pluralisme, sobre quines obligacions genera per als diversos operadors, o sobre com es pot concretar el dret d'accés, són un terreny inexplorat. Per exemple, la previsió feta per l'Estatut de RTVE sobre l'assignació semestral, per part del Consell d'Administració, d'hores de programació destinades a grups polítics i socials significatius (article 8, apartat k) no ha tingut gaire concreció. De la mateixa manera, l'accés d'entitats com els sindicats o les confessions religioses ha estat esporàdic i irregular. Podríem remetre a un nombre important de publicacions i estudis en aquest terreny, però esmentem només l'estudi global d'Artemi Rallo (*Pluralismo informativo y Constitución Española*, València, 2000), que recull una àmplia bibliografia i que ens legitima per dir que la materialització del principi del pluralisme informatiu o la instrumentació concreta, pràctica, del dret d'accés són, en el nostre sistema jurídic, matèries encara pendents de desenvolupament legislatiu, malgrat el seu reconeixement al text constitucional o a la norma bàsica constituïda per l'Estatut de RTVE.

Aquests dèficits legislatius són part d'un problema més ampli, que és el de la inadequació global de la normativa audiovisual a Espanya, tal com s'ha posat de relleu en anteriors informes emesos pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre les possibles transformacions en la legislació estatal sobre el sector audiovisual (emès a petició del Govern de la Generalitat) i sobre la noció de servei públic (emès a petició del Parlament de Catalunya). La legislació espanyola sobre l'audiovisual ha estat elaborada de manera fragmentària, sense una perspectiva global i amb freqüents contradiccions o incoherències entre les diverses normes vigents.

En aquesta línia, tant a efectes de la bona ordenació del sector, com també amb la voluntat d'incrementar els poders de la Generalitat de Catalunya, és desitjable, tal com aquest Consell ha posat de manifest en els dos informes abans esmentats, una revisió general de la legislació espanyola, encaminada a l'elaboració d'una llei general sobre el sector, que ha de revestir un caràcter efectivament bàsic, per deixar espai a un desenvolupament legislatiu suficientment ampli per part de les comunitats autònomes, i a unes facultats executives que estiguin en mans d'aquestes per evitar la paradoxa que decisions de caràcter pura-

ment tècnic i administratiu segueixin en mans de l'Administració central.

Tot i així, no cal esperar que es produeixi aquesta necessària revisió global del marc legislatiu general perquè Catalunya pugui regular de forma més orgànica, ambiciosa i posada al dia un conjunt de regles i instruments encaminats a assegurar que l'activitat dels mitjans de comunicació audiovisual (de titularitat pública, però també, encara que en diferent mesura, els de titularitat privada) respongui efectivament als criteris de pluralitat i imparcialitat establerts com a principis generals. De fet, la pròpia creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya és una prova d'aquesta capacitat legislativa de la Generalitat de Catalunya per innovar i desenvolupar el marc normatiu general existent.

Pel que fa als mitjans de comunicació propis de la Generalitat, la capacitat reguladora és una facultat evident, fins i tot pel que fa a la pròpia organització i estructura interna d'aquests mitjans. De la mateixa manera, els processos d'adjudicació de l'explotació de mitjans de comunicació de caràcter local (radiodifusió en modulació de freqüència i televisió analògica) avui existents, així com el possible desenvolupament de mitjans televisius d'àmbit nacional en el futur (televisió digital), mostren la possibilitat d'incorporar normes i criteris específicament referits al pluralisme informatiu, tant en les bases de les convocatòries dels processos d'adjudicació com en la resolució final d'aquests concursos.

Per tant, no sembla suficientment convincent l'argument que afirmaria que, en tractar-se de la regulació de drets, principis i llibertats de caràcter fonamental, la seva regulació només pot tenir caràcter estatal. Al contrari: precisament per l'absència de desenvolupament d'aquests drets, principis i llibertats en la normativa estatal, i per donar vigència efectiva als principis i valors reconeguts pel propi Estatut de RTVE, en allò que té de vinculant per a les comunitats autònomes, és oportú que el Parlament adopti regles específiques per a Catalunya. Com hem observat, per exemple, l'article 20, apartat 3, de la Constitució, es refereix estrictament a "la llei", sense distingir o limitar qui sigui el titular de la corresponent facultat legislativa, més enllà de l'existència d'una llei de bases de caràcter, òbviament, estatal.

En síntesi, els buits en l'ordenament jurídic espanyol es poden cobrir a partir dels propis principis establerts en la

Constitució i en molta de la normativa específica del sector audiovisual, inclosa la Llei de creació de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, la legislació relativa a les ràdios municipals i la legislació sobre televisió local.

Pel que fa a l'àmbit estricte del pluralisme informatiu, aquest desenvolupament hauria de parar atenció, i regular de manera diversificada, un conjunt de mecanismes i d'instruments diferenciats, amb àmbits d'aplicació diversos, segons la naturalesa del mitjà (públic o privat).

5 La percepció de la societat catalana sobre el pluralisme informatiu dels mitjans

El grau de pluralisme efectiu en l'acció dels mitjans de comunicació no és només una qüestió de realitat objectiva (de la qual es presenten alguns resultats en el capítol 6), sinó també de **percepció per part dels diversos col·lectius referits**. Amb aquesta finalitat, s'han realitzat tres estudis: un **estudi d'opinió pública**, sobre una mostra representativa de la població de Catalunya (1.600 persones); una **enquesta per qüestionari**, adreçada a entitats representatives dels diversos àmbits de la vida social; i un seguit **d'entrevistes i reunions amb experts**, observadors, professionals, i representants de diversos col·lectius. En el volum d'annexos es reproduïxen, de forma abreujada, els resultats d'aquestes diverses aproximacions.

En les planes que vénen a continuació, es presenten de forma resumida els principals resultats obtinguts del nostre estudi. Remetem els lectors al volum d'annexos on es presenten els resultats detallats. S'han volgut resumir amb la màxima fidelitat les respostes obtingudes dels diferents col·lectius; **el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) no comparteix necessàriament les opinions que es recullen en aquest capítol**, i que s'inclouen per tal de donar una informació tan àmplia i plural com ens ha estat possible.

A) Conclusions de l'estudi d'opinió pública encarregat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya

La credibilitat dels programes informatius dels diversos mitjans audiovisuals és qualificada pels enquestats d'una forma relativament bona, ja que en una escala "escolar", compresa entre un mínim de 0 i un màxim de 10, tots els

operadors obtenen qualificacions superiors a 5, és a dir, es mourien en la zona de l'aprobat alt. Cal observar que les qualificacions obtingudes pels programes informatius radiofònics són sempre més altes que els dels programes televisius, segurament com a conseqüència d'un públic radiofònic més fidelitzat que el públic televisiu. En segon lloc, i tant en ràdio com en televisió, les qualificacions de major credibilitat recauen en els mitjans de la CCRTV.

Pel que fa a la independència dels mitjans estrictament públics, en el seu conjunt, la percepció és més negativa. Considerats en el seu conjunt, es creu que són poc independents dels respectius governs, ja que en una escala d'independència de 0 a 10, la nota mitjana resultant és no més d'un 3,4. Es creu que estan sotmesos a influències en un 73,6 % dels casos, tot i que una proporció semblant (65%) opina el mateix dels mitjans privats.

Pel que fa al grau de pluralitat de la programació, la valoració torna a ser d'un "suspens" en termes escolars, tot i que amb una nota més alta (4,5).

Pel que fa a la seva qualitat com a reflex de la realitat social, els diagnòstics són més matisats. Utilitzant la mateixa mètrica compresa entre 0 i 10, és la dimensió cultural la que obté millor valoració (5,2), essent a més l'única que supera la nota simbòlica del 5. Poc per darrere (4,9) s'esmenta el pluralisme social, mentre el territorial i el polític obtenen qualificacions inferiors (4,5 i 4,3 respectivament).

L'atenció a programacions específiques s'ha de llegir contrastant-la amb la presència efectiva de cada tipus de programació. Així, és la programació cultural la que obté un major nombre de persones que s'hi declaren interessades (87%), per damunt dels esports (que són esmentats per la meitat exacta dels enquestats); tot i que aquestes respostes poden estar influïdes per una certa percepció d'allò que és "culturalment correcte" als ulls dels enquestats. La programació religiosa, en canvi, amb una presència efectiva molt baixa, atreu l'interès del 16% dels enquestats.

Pel que fa a les carències de la programació s'esmenta, en primer lloc, la reivindicació de més programes de continguts culturals (16% dels enquestats), seguida de la demanda de més programació específicament infantil i juvenil (13%) i documental (12%). Observem que un 26% de la mostra creu que hi ha poca producció feta a Catalunya en els mitjans públics.

Finalment, i en l'àmbit estrictament polític, prop d'un terç dels enquestats consideren que la presència de personatges polítics i d'informacions polítiques en els mitjans informatius és l'adequada, mentre que una proporció similar considera que n'hi ha molta. No semblaria, doncs, segons els enquestats, que hi hagi una percepció d'excés de presència dels protagonistes directament polítics.

Es constata doncs una percepció benivolent i poc crítica per part dels ciutadans, que pot respondre tant a una valoració bona de la situació dels mitjans audiovisuals, com a una certa resignació davant unes realitats considerades inevitables: el judici dur sobre la dependència dels mitjans públics respecte dels corresponents governs s'acompanya d'una valoració relativament bona de la qualitat dels seus programes informatius.

B) Conclusions del qüestionari adreçat pel cac a entitats, col·lectius i grups socials

Les principals conclusions que se n'extrauen són les següents.

Presència mediàtica/imatge mediàtica

Hi ha un cert descontentament per part de grups, col·lectius i entitats socials a l'hora de valorar la seva presència i la seva representació mediàtica als mitjans audiovisuals de Catalunya. Aquests sectors, en més de les tres quartes parts dels casos, creuen que estan insuficientment representats i que la imatge que d'ells s'ofereix, sovint, no coincideix amb la realitat. Una lleu majoria, el 53%, defensaria corregir aquest dèficit de pluralisme augmentant la seva presència amb la creació d'espais específics a la programació i incrementant la seva presència als informatius

Religió: presència

Sobre la presència de les religions als mitjans, els resultats els dona un aprovat just. La religió catòlica mostra percentatges propers al 22% i escaig entre la tendència que opina que està sobrerepresentada i la que percep una certa infrarepresentació. En canvi, la meitat de les respostes a la variable "altres religions cristianes", en percentatges acumulats, el 52%, afirma que tenen poca o insuficient presència. Aquesta mateixa percepció és vàlida per al cas de la religió musulmana, amb un 57% dels casos i per a l'apartat d'altres religions.

Esports: presència

Hi ha unanimitat en considerar els esports, sobretot els anomenats esports de masses, com un tema massa present a les graelles de programació dels mitjans. El futbol, segons més de les tres quarts parts de les respostes, el 85%, està sobrerrepresentat.

A l'altre extrem, destaquen els resultats dels qui en més de la meitat dels casos, el 55%, creuen que la presència d'esports minoritaris és insuficient. Entremig, la presència d'esports com el bàsquet, el rugbi o l'hoquei, tot i que obtenen un aprovat alt, en xifres acumulades, els resultats es decanten entre el poc i l'insuficient quant a presència.

Edats: presència

En general, hi ha una tendència global a considerar que la representació que fan els mitjans de comunicació catalans dels diferents segments d'edat és suficient. L'aprovat es fa extensiu, doncs, a infants, joves, adults i tercera edat. D'aquest darrer grup d'edat destaca un canvi en la tònica general del suficient, si es tenen en compte els resultats acumulats dels percentatges, el 57%, que creuen que la programació específica per a la gent gran és poca o insuficient.

Sectors socials: presència

La majoria de les respostes recollides al qüestionari aproven amb un suficient la presència als mitjans del sector empresarial, el professional, i el d'altres ocupacions. En aquest apartat destaca el 64% que creu, en termes acumulats, que el col·lectiu dels aturats està insuficientment representat.

Ètnies: presència

Les respostes obtingudes suspenen la presència mediàtica de les diferents ètnies. Només la presència de l'ètnia magribina rep un suficient ajustat. De tota manera, en xifres acumulades aquesta tendència canvia i després de sumar els percentatges relatius, entre els qui pensen que la seva presència és poca o insuficient, el resultat final diu que el 42% troben que aquesta ètnia és insuficientment present a la programació dels mitjans. Aquesta tendència es confirma en el cas de les ètnies subsahariana, pakistanesa i gitana, que augmenten les xifres d'infrarepresentació. És rellevant el 61% de poca o insuficient presència, el

percentatge més elevat, que es dona a les ètnies gitana i pakistanesa.

Sexe: presència

Suficient és la magnitud extrema d'aquest apartat del qüestionari. Un suficient i un empat de percentatges del 67% pel que fa a la presència del sexe femení i el masculí als mitjans. El matís que sobresurt seria respecte al 12% que creu en termes acumulats que el sexe masculí està sobrerrepresentat per sobre del femení.

Cultura: presència

L'apartat dedicat a la presència de la cultura és un dels àmbits on queda palès de forma més destacada, amb un insuficient generalitzat, el dèficit de presència mediàtica. De totes les manifestacions culturals exposades només aprova, amb un percentatge del 53%, la variable dedicada a la presència del propi sector de l'audiovisual. Els percentatges més alts quant a poca o insuficient presència se'ls emporten sectors com la dansa amb un 79%, les arts plàstiques amb un 76%, el teatre amb un 61%, la literatura amb el 58% i la música en un 56% dels casos. La presència de la cultura catalana i la castellana també rep un insuficient. El 49% creu que la presència de la cultura catalana és insuficient mentre que el 46% creu que la presència de la cultura castellana també és insuficient.

Orientació sexual: presència

Les respostes obtingudes assenyalen en un 66% dels casos una presència mediàtica suficient pel que fa a la presència de l'orientació sexual heterosexual. En canvi, pel que fa a l'orientació homosexual, fins a un 45% opinen que es tracta d'un element insuficientment representat.

Territori: presència i absències

Aquest punt, juntament amb la presència de manifestacions culturals i de les diferents ètnies, és on, segons les entitats, grups i col·lectius consultats, es constaten més insuficiències. Respecte de la presència territorial als mitjans, es denota una marcada bipolaritat entre l'opinió que creu que la presència de la ciutat de Barcelona és excessiva, en un 56% dels casos, i la infrarepresentació de la resta del territori. La presència d'Espanya, d'Europa i del món obté, segons la mostra, una presència mediàtica suficient.

Si ordenem per poca o insuficient representació els territoris catalans, exceptuant la ciutat de Barcelona, les respostes mostren aquesta línia: en primer lloc, s'assenyala que les comarques de la Catalunya central i els Pirineus serien les d'una presència més deficitària, segons el 76% de les respostes; la segueixen de prop les comarques de Tarragona, amb un percentatge del 76%; a continuació les comarques gironines, que el 67% dels casos les considera sobrerepresentades; i, en darrer lloc, els barris de Barcelona, respecte dels quals només un 43 % dels enquestats considera que obtenen una presència escassa o insuficient.

C) Conclusions de les entrevistes amb experts i representants de diversos col·lectius socials

A manera de resum es poden consultar a l'annex d'aquest informe les opinions més significatives –transcrites literalment– que són el resultat de les trobades i les entrevistes que els consellers del CAC han mantingut amb representants del món acadèmic, professional, empresarial i sindical de Catalunya. Les opinions rebudes no mostren una perspectiva uniforme, sinó una àmplia varietat de punts de vista, que aquí es presenten de manera molt sintètica.

Conceptes diversos de pluralisme

En general, hi ha una coincidència d'argumentacions a l'hora de fer una definició del terme 'pluralisme', en tres aspectes centrals. El primer d'aquests aspectes és interpretar el pluralisme com un concepte enriquidor i positiu. El segon, remarca la necessitat de no excloure els mitjans de comunicació privats d'aquest discurs. El tercer element de confluència ve donat per la necessitat d'eixamplar la visió del pluralisme més enllà del pluralisme polític i tenir en compte la importància i la dimensió del pluralisme social. Atès que el pluralisme és un concepte polièdric i ple d'accepcions de totes les reflexions, com a conclusió final s'extrauen tres línies argumentals.

Pluralisme com un valor constitucional: La primera línia de reflexió entén el pluralisme com un valor i un principi constitucional inherent a drets fonamentals com la llibertat d'expressió, recollits a l'article 20 de la Constitució Espanyola. Normes i principis que, segons aquesta tendència, haurien d'acostar i reequilibrar el pluralisme i el lliure mercat, és a dir, fer extensiu el pluralisme als mitjans de comunicació de gestió privada.

Pluralisme com un mecanisme de funcionament: La segona línia de raonament entén el pluralisme, no com un dret dels ciutadans, sinó com un mecanisme de funcionament que els permet exigir un determinat producte als mitjans. Una exigència que esdevé prioritària si el producte prové dels mitjans de titularitat pública.

Pluralisme com un principi d'independència: La tercera visió analitza el pluralisme com un principi que garanteix la independència davant el poder polític. Aquesta teoria aplicada als mitjans de comunicació seria partidària de despolititzar al màxim tots els òrgans de direcció dels mitjans per garantir una independència i una autonomia màximes i fer possible que es constituïssin en un poder propi.

Mitjans de comunicació i pluralisme. Objectius i dèficits

En el moment de reflexionar sobre els mitjans de comunicació són moltes les tendències que fixen, com a punt de partença previ, un model d'organització social per reflexionar sobre el paper dels mitjans. Una tasca que per a uns ha de ser el retrat fidel de la societat que els acull i, per a altres, un reflex mediatitzat de la mateixa realitat. En funció d'aquests plantejaments inicials es dibuixa el perfil del mapa dels **objectius** i dels **dèficits** que tenen els mitjans de comunicació audiovisual de Catalunya.

De les diferents converses, en l'apartat dels objectius, destaquen:

Mitjans de comunicació, mirall o guia de la societat? Darrere d'aquest interrogant es prioritza la necessitat de definir, abans que res, un model de país, a partir del qual dibuixar i analitzar el paper dels mitjans de comunicació i la seva relació amb la realitat. Una reflexió que es mou entre els límits i les possibilitats relacionades amb la interconnexió entre models de societat i models de comunicació de masses, entre la reciprocitat entre presència social i representació mediàtica i la seva retroalimentació compartida. Entre les opinions majoritàries avui es percep la realitat mediàtica més com un prisma que com un mirall de la pluralitat social.

Mitjans de comunicació i agenda. Com a resultat de la idea anterior i en un intent d'acostar i reequilibrar aquest diàleg entre presència social i representació mediàtica com un objectiu de màxima prioritat als mitjans, destaca com a element coordinador i principi rector el criteri del profes-

sional. Un criteri que es destil·la en el procés de selecció de la notícia en funció de l'agenda –mecanisme que fa possible la recerca de realitats socials plurals– i les rutines informatives de cada mitjà. Una selecció basada en criteris de professionalitat i independència que, en funció del seguiment del públic, determinarà la validesa dels resultats. Es tracta d'una selecció reflectidora de pluralitat.

Pel que fa al capítol dels dèficits, hi ha unanimitat a l'hora de destacar els mitjans de comunicació com a entitats mancades de pluralisme. Aquesta afirmació es troba fonamentada amb diferents arguments.

Mitjans de comunicació com a entitats deficitàries de pluralisme: És generalitzada la percepció que els mitjans audiovisuals de Catalunya són poc plurals i que hi ha una tendència excessiva a associar, conscientment o inconscientment, el pluralisme amb la representació política.

En una línia argumental més pragmàtica, la visió d'aquest dèficit generalitzat de pluralisme als mitjans tindria un origen econòmic originat per factors com la mercantilització de la notícia i la forta concentració del sector. Dos elements que incideixen en la uniformització cada vegada més accentuada del discurs dels mitjans de comunicació. Aquesta homogeneïtat dels continguts també caldria cercar-la, segons aquesta línia de reflexió, en la influència dels mitjans de comunicació privats i la seva incidència sobre els de titularitat pública.

Mitjans de comunicació com a entitats deficitàries de pluralisme territorial. La representació deficitària del territori és entesa, per unanimitat, com l'assignatura pendent de tots els mitjans de comunicació (vegeu punt 6, específicament sobre pluralisme territorial) i factor determinant que accentua les mancances pluralistes dels mitjans. Juntament amb el dèficit territorial, algunes opinions destaquen com un aspecte infrarepresentat mediàticament el dels diferents sectors i grups d'edat.

Pluralisme intern i pluralisme extern

Darrere d'aquesta distinció s'amaga una pregunta de fons: ¿L'estructura dels mitjans de comunicació condiona el pluralisme? En tots els casos la resposta ha estat afirmativa, encara que amb matisos. L'altre interrogant plantejat ha estat: Tant el pluralisme extern com l'intern, ¿són realitats objectivables? En aquesta segona pregunta rau bona part de la casuística entorn del tema que ens ocupa, sobretot,

en el moment de trobar respostes i solucions per garantir o regular la presència mediàtica de tots els sectors socials.

Mitjans de comunicació públics garantidors de presència mínima. Aquest posicionament es decanta amb rotunditat per defensar, en els casos on l'objectivació és complicada, que han de ser els mitjans de comunicació públics els que han de garantir una presència de mínims en la representació social.

Pluralitat de continguts, sinònim de pluralisme extern. A nivell més conceptual, el pluralisme extern, entès com a vies o canals emissors de continguts, està assegurat si l'oferta és variada, tot i que l'existència de multiplicitat de mitjans no és ni un sinònim ni una garantia de presència de pluralisme.

El pluralisme intern s'entén com un element que cal incentivar i sobre el qual recauen moltes de les explicacions que argumenten que el seu dèficit generalitzat és una de les causes principals que reverteix en la manca de pluralisme en el resultat dels continguts oferts pels mitjans.

L'estructura interna dels mitjans, condicionadora del pluralisme. De les converses es desprèn que cal incidir en aquest factor perquè el pluralisme intern fa possible una veritable independència del professional, la qual cosa reverteix en la qualitat i el prestigi del sector i hauria de permetre trencar rutines o lleis no escrites del funcionament intern dels mitjans. Així, doncs, el pluralisme intern s'hauria de reconèixer en primera instància en el mateix funcionament dels mitjans, en la seva estructura, abans que en els seus resultats.

El **pluralisme extern**, encara que no és l'objectiu d'aquest estudi, ha estat objecte d'algunes referències. En termes generals, és entès de tres maneres diferents:

– **Multiplicitat de mitjans com a sinònim de pluralisme extern.** Els qui analitzen el tema des d'una perspectiva qualitativa pensen que el pluralisme extern és aquella situació en la qual la concentració no impedeix l'elecció lliure del ciutadà. Es destaca la situació específica de Catalunya pel que fa a la diversitat de mitjans.

– **Multiplicitat de mitjans com a garantia implícita de pluralisme extern.** Els qui es decanten per una visió més aviat quantitativa: El sol fet que hi hagi una veritable diversitat de mitjans és sinònim implícit de pluralisme extern. Tot i això, ja s'ha apuntat anteriorment que si el pluralisme extern no va acompanyat d'una oferta variada dels contin-

guts, aquest pluralisme extern té, en la pràctica, poc impacte real.

- **Pluralisme social, sinònim de pluralisme extern.** Sense deixar de banda el tema dels continguts, hi ha una línia de reflexió important que subscriu que el veritable pluralisme extern és el que intenta recollir els diferents grups i col·lectius socials, més enllà dels grups polítics.

Pluralisme polític

Ha estat un dels punts més comentats d'aquestes trobades, potser perquè sovint el pluralisme s'associa inconscientment o per tradició al pluralisme polític. En aquest apartat s'han contraposat, novament, el pluralisme polític i el social, però també s'ha parlat insistentment de reformular el propi concepte de pluralisme polític, reivindicant el paper vertebrador de la política com a dinamitzadora del discurs i de la participació social. D'alguna manera, s'ha reivindicat el pluralisme perdut pel pluralisme polític en favor d'una 'partitocràcia' més preocupada per la lluita pel poder –tant intern com mediàtic– que per generar missatges socials multidireccionals, amb l'excepcionalitat de les campanyes electorals, regulades al seu torn per un sistema de quotes. D'aquest debat sobresurten les reflexions següents.

– **Pluralisme polític com a element de vertebració social.** Es posa l'accent en la necessitat d'ampliar el propi concepte de pluralisme polític més enllà dels mateixos partits i acostar-lo cap a la teoria del coneixement i el pensament social. En definitiva, entendre el pluralisme polític com un element transversal i vertebrador de la societat, i no com un discurs unidireccional i de poca repercussió social.

– **Influència de la 'partitocràcia' per sobre del pluralisme polític.** Aquesta idea enllaça amb l'anterior, ja que és una de les seves causes directes. Moltes de les opinions insisteixen a promoure la necessitat de cercar mecanismes per evitar que aquesta "partitocràcia" s'imposi al diàleg social i les polítiques públiques, i sigui possible establir missatges on totes les parts implicades hi tinguin cabuda, o el que és el mateix, acabar amb una certa tendència en la qual el pluralisme polític està mancat d'un missatge de traducció social real.

– **Pluralisme polític: quotes i campanyes electorals.** Per tradició, és difícil deslligar el pluralisme polític dels períodes i les campanyes electorals, com també es torna inevitable reflexionar sobre la regulació de la presència medià-

tica dels partits a través del sistema de quotes (vegeu apartat específic). Pel que fa a les campanyes electorals, ara com ara, gairebé tothom coincideix a dir que el sistema de quotes de pantalla és eficaç malgrat que no és aplicable a altres àmbits, com ara el social, pel fet de ser menys tangible –per tant, difícil de quantificar i mesurar– i d'un abast temporal superior.

Un altre element interessant han estat les reflexions fetes sobre la imatge mediàtica de la classe política i, per extensió de la política, una imatge que està condicionada per la mateixa idiosincràsia del mitjà, el qual sovint és identificat amb una tendència política concreta. Destaca l'aportació que evidencia una diferència accentuada del tractament dels polítics que es fa en els espais o programes informatius del tractament que reben en programes de ficció o en la resta de programació del mateix mitjà. Aquí la tendència sol ser més aviat poc positiva i més aviat deslegitimadora, potser causada per una manca de pluralisme respecte al format i els gèneres de programació. Destaca l'impacte bipolaritzador –i la seva conseqüent tendència a prioritzar majories absolutes– que han tingut les televisions privades sobre el discurs polític en períodes electorals.

– **Imatge dels polítics als mitjans de comunicació: imatge de respecte.** Segons un sector, a Catalunya impera una posició de respecte i 'fair play' sota la qual s'amaga una manca d'actitud crítica. Aquesta situació seria conseqüència de la mateixa idiosincràsia del país i de les característiques pròpies de la transició espanyola.

– **Imatge dels polítics als mitjans de comunicació: imatge deslegitimadora.** Per a un altre sector, la imatge que de la política, personificada en els polítics, transmeten els mitjans, sobretot en programes no informatius, és força negativa i sovint comporta una deslegitimació de la classe política del país.

Pluralisme social: realitat i realitat mediàtica

Si hem acceptat com a hipòtesi de partida que com més completa sigui la representació social als mitjans de comunicació més real serà l'existència de pluralisme informatiu, segons les opinions recollides es percep que el binomi realitat social-realitat mediàtica manté una relació més divergent que complementària. En l'apartat dels dèficits dels mitjans ja s'ha apuntat, com a tònica general, l'existència de veus que defineixen els mitjans de comunicació com a enti-

tats mancades de pluralisme social. Ja en un nivell centrat en l'oferta de les programacions, s'apunta la hipòtesi de potenciar una mena de pluralisme creatiu per reflectir la diversitat d'expressions culturals a través de la producció autòctona de programes de ficció que, alhora, podria contribuir a impulsar una veritable indústria audiovisual a Catalunya.

Pluralisme social i realitat mediàtica. Són molt poques les respostes que afirmen que els mitjans audiovisuals de Catalunya reflecteixen el teixit social del país. Pocs veuen una coincidència i un equilibri entre la realitat social i la realitat apareguda o representada als mitjans de comunicació. La tendència general deixa un cert regust de pessimisme respecte a la proximitat i el diàleg recíproc entre realitat social i realitat mediàtica. La gran majoria de les opinions està d'acord amb afirmar que la imatge mediàtica que de la societat fan els mitjans catalans s'ajusta molt poc a la realitat. Expressions com "realitat deformada", "excés de cofoisme" són freqüents.

El silenci: un element ple de significats. També, i des d'un punt de vista més ideològic, davant l'exclusió d'alguns sectors, s'addueix el poder esbiaixador i l'eloqüència del silenci, com un element distorsionador de la realitat. Caldria, doncs, trencar el tòpic segons el qual "allò que no apareix no existeix".

Com a via de solució es planteja una revisió de les estructures de funcionament dels mitjans de comunicació catalans, als quals se'ls retreu una visió centralitzadora i una estructura i uns objectius de funcionament molt semblants als dels mitjans estatals. Aquest replantejament es fa extensiu als mateixos professionals.

Pluralisme i territori

Ja s'ha apuntat que la representació territorial era un dels dèficits més destacats dels mitjans de comunicació catalans. Les argumentacions de totes les parts incideixen en el fet que el model territorial provincial no afavoreix la presència completa del territori català i encara desequilibra més la presència de zones com la Catalunya central o l'àrea metropolitana de Barcelona. Un altre aspecte que ha centrat la reflexió ha estat la tensió entre capital i perifèria, un factor molt discutit per sectors de fora de Barcelona i al qual atribueixen, entre altres aspectes, que la realitat comarcal només es prioritza quan es tracta d'esdeveniments folklòrics o luctuosos.

Pluralisme territorial subsidiari d'un model provincial.

En un substrat del discurs conceptual, algunes veus alerten de la dificultat d'assolir nivells òptims de presència territorial en el marc d'un model administratiu provincial, on predomina el centre davant la perifèria, excloent-hi parts del teixit comarcal dinàmiques, però mancades de personalitat territorial pròpia.

Àrea metropolitana i Catalunya central: les grans oblidades. Per a la majoria, l'àrea metropolitana de Barcelona i les comarques del Barcelonès i del Baix Llobregat, malgrat ser zones que concentren les tres quartes parts de la població, estan poc representades, i expressen que el seu teixit social i econòmic no té una traducció mediàtica, ni tampoc un teixit comunicatiu propi. En aquest cas, la proximitat d'aquesta zona a la ciutat de Barcelona juga en contra de la seva presència mediàtica.

A l'altre extrem, però per raons de llunyania, se situen el territoris de la Catalunya central.

Les desconnexions no equilibren el dèficit territorial.

Tot i que, sobre el paper, les desconnexions podrien tenir un paper decisiu a l'hora d'equilibrar els dèficits en pluralisme territorial, moltes opinions, tot i destacar i valorar la seva funció, insisteixen de considerar-les insuficients tant en durada i abast, com en recursos econòmics i humans. Les respostes coincideixen a formular la necessitat de crear desconnexions d'abast territorial transversal i no provincial. Hi ha unanimitat de considerar que, en aquest sentit, la ràdio és molt àgil i menys deficitària que la televisió.

L'efecte centralitzador de la capital és esmentat sobretot per grups de fora de Barcelona. Si bé hi ha una certa tibantor sobre el predomini mediàtic de la ciutat comtal als mitjans, la majoria de respostes afirmen que és a Barcelona on es produeixen la majoria de les informacions; reconeixen alhora la manca de recursos econòmics per desplaçar personal, o bé addueixen criteris d'immediatezza en algunes **rutines de funcionament intern**, un posicionament que des de fora de Barcelona sovint és interpretat com una "manca de sensibilitat". També es reclama una pluralitat d'accents i variants dialectals als mitjans.

El paper dels mitjans de comunicació locals

La reivindicació d'espais de col·laboració entre les televisions locals i les nacionals és una demanda llargament reivindicada per oferir a l'espectador una televisió més des-

centralitzada i plural, dos elements que dibuixen l'objectiu de tota televisió local: la proximitat, que permetria un abaratiment dels costos de producció i obtenir una realitat territorial compartida i plural. Es destaca, també, la petició de formular una normativa per regularitzar el sector

Pluralisme lingüístic i cultural

La reflexió al voltant de la llengua i la cultura catalanes presentades als mitjans de comunicació és extensa i paral·lela, ja que tots dos conceptes formen part de la representació i de la imatge interioritzada d'una societat.

a) Lingüístic

Bilingüisme i monolingüisme. En aquest capítol es manifesta una bipolarització en els posicionaments. Per a uns, caldria repensar-se l'ús i el tractament de la llengua catalana als mitjans audiovisuals i apostar per la via del bilingüisme. D'altres reivindiquen el paper de la llengua catalana com a cohesionadora social i retreuen una presència excessiva de la llengua castellana, especialment en els programes que no pertanyen als serveis informatius.

L'ús del català no és sinònim de pluralitat lingüística. Aquest argument de contrast amb la idea anterior postula que en aquests moments el sector audiovisual de Catalunya és el que garanteix la llengua catalana. La normalització lingüística en els mitjans informatius podria no anar en el mateix sentit que la representació de la pluralitat social.

b) Cultural

Els arguments aportats en aquest apartat coincideixen a grans trets amb els formulats en referència al pluralisme lingüístic.

Confusió entre cultura catalana i cultura en català. Aquest element d'anàlisi transcorre paral·lel al debat bilingüisme-monolingüisme. Si bé és cert que, en aquest aspecte, és més complicat objectivar la cultura que la llengua, de les converses es desprèn una forta crítica sobre la política cultural centrada en paràmetres lingüístics i no en criteris de creativitat. Un mecanisme que sovint ha silenciat el mestissatge i ha enterbolit el mateix concepte de pluralisme.

Pluralisme cultural i cultura popular. Aquesta idea enllaçaria amb l'anterior. La mancança d'expressions cultu-

rals als mitjans o bé són excessivament locals o bé són esdeveniments o espectacles de masses. De la mateixa manera, un sector es mostra en desacord amb la manca de suport a la programació de les expressions culturals autòctones reivindicant espais en horaris competius.

Regulació i legislació

Donada la dificultat per mesurar un tema polièdric com és el del pluralisme s'explica, potser, la poca disposició que hi ha a acceptar una legislació que vetlli pel respecte del pluralisme als mitjans. Hi ha una tendència general a proposar una regulació de mínims i a aplicar l'autoregulació professional com a garantidora de pluralisme, sota els auspicis d'organismes i entitats creades per vetllar per una presència mediàtica plural. Són pocs els partidaris d'un marc legal estricte per regular el pluralisme, mentre, en canvi, els seus defensors argumenten que serien mecanismes que protegirien el dret d'escollir de la ciutadania. La discussió general es planteja sobre si el sistema de quotes, pensat per evitar els excessos partidistes en períodes electorals, és vàlid per garantir una presència plural de la societat civil als mitjans. En definitiva, es discuteix sobre la necessitat de trobar paràmetres objectivables que es puguin aplicar per avaluar o regular de manera equitativa la presència social mediàtica.

a) Sistema de quotes

Quotes de pantalla en períodes electorals, model no vàlid per a altres representacions territorials. El sistema de quotes és entès com a element fonamentador del pluralisme, a banda de la regulació específica dels períodes electorals, ja que, tot i que es reconeix que no constitueix la fórmula ideal, ara com ara funciona com un element equilibrador. Aquest mecanisme no és, per a la majoria, aplicable a la resta de dimensions de la vida social.

b) Discriminació positiva

La discriminació positiva s'entén, de manera general, com l'equivalent del sistema de quotes aplicat al pluralisme polític. No hi ha gaires partidaris de fer una regulació estricta però sí que hi ha una tendència dominant a incloure el concepte en alguns aspectes de determinades garanties i a entendre la discriminació positiva com un element que cal potenciar i treballar també des d'àmbits educacionals. Per

a molts professionals, però, la discriminació positiva és un element encotillador de la llibertat d'expressió.

L'autoregulació

L'autoregulació, la independència i el criteri dels professionals dels mitjans, conjuntament amb la regulació pública són, segons l'opinió majoritària, els mecanismes adequats per promoure el pluralisme als mitjans de comunicació

Prevalença de la llibertat d'expressió en cas de conflicte. Es destaca la prevalença del principi de la llibertat d'expressió en cas de conflicte, tot i reconèixer que sovint no hi ha les condicions periodístiques idònies. Una idea original és la que proposa que siguin fundacions independents les que controlin i demanin explicacions públiques als mitjans en cas de conflicte.

Qui és plural, la informació o el periodista? Hi ha coincidència en la resposta a aquesta qüestió, en el sentit d'afirmar que la pluralitat mai no està en la informació sinó en el criteri del professional a l'hora d'elaborar i seleccionar les informacions recollides en les agendes dels mitjans. El pluralisme s'entén com el vehicle principal per garantir la resta de criteris periodístics. Independència i objectivitat són els criteris majoritàriament adduïts. Cal crear les condicions necessàries per afavorir aquestes rutines de treball a l'interior dels mitjans, aprofundint en el seu propi pluralisme intern.

Llibertat d'expressió i pluralisme

Com ja s'ha apuntat, la llibertat d'expressió i el pluralisme són conceptes condicionats per les estructures de decisió.

Precarietat laboral, que repercuteix negativament en la qualitat i en el pluralisme. Sovint, la prevalença del criteri professional per sobre d'interessos i pressions polítiques i econòmiques es fa difícil, si es té en compte que el sector periodístic és un dels més afectats per la precarietat laboral dels seus professionals. Hi ha coincidència a assenyalar la incompatibilitat entre independència professional i precarietat laboral, a la vegada que hi ha unanimitat a l'hora d'assenyalar el sector periodístic com un dels sectors més castigats en termes de precarietat.

Preparació i capacitació dels periodistes. Aquest element està directament relacionat amb l'anterior. La manca de preparació i una implícita penalització de l'experiència, determinada per factors econòmics, repercuteixen en la

qualitat final de les informacions. Aquesta és una afirmació general que es fa extensiva als dèficits actuals en el terreny del pluralisme.

Necessitat i naturalesa d'un òrgan de control

En aquest darrer apartat, el comú denominador de les reflexions coincideix a subratllar la dificultat per trobar una fórmula general per regular el dèficit de pluralisme als mitjans. Destaquen dues tendències complementàries.

Consells d'Administració amb poder gestor i independència política. Hi ha un cert consens de partida que remarca la necessitat de despolititzar els consells d'administració i dotar-los de poder executiu propi. Així es proposa conduir els òrgans gestors de les empreses de comunicació cap a una major independència, amb poder de decisió, autònoms i deslligats del govern i dels canvis i de les contingències polítiques per aprofundir i potenciar el pluralisme.

Òrgans independents amb prestigi social. Paper del CAC. Es dona també una visió consensuada respecte al paper central del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) com un òrgan independent i de prestigi. També es destaca, però, que aquest organisme no ha de prioritzar la coerció, sinó que ha d'actuar, sobretot, mitjançant la recomanació.

6 Les dimensions reals del problema: la diagnosi de les causes i propostes

La determinació del grau efectiu de pluralisme en els mitjans audiovisuals de Catalunya exigeix uns procediments de mesura molt precisa i detallada. D'una banda, i seguint la hipòtesi general establerta, s'ha gravat i processat tota la programació emesa pels diferents canals radiofònics d'àmbit supralocal i per les diverses cadenes de televisió. **Aquests resultats es presenten al capítol 8.** El detall d'aquesta comparació, realitzada tan enllà com ha estat possible, es presenta en el volum d'annexos.

A Els resultats de l'estudi pilot realitzat

El Servei d'Anàlisi de Continguts del Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha realitzat un estudi pilot per verificar la qualitat de la metodologia disponible i per de-

terminar les necessitats que aquest tipus de seguiments regulars plantejarien. Aquest estudi pilot ha consistit en l'anàlisi de tots els programes informatius emesos per les desconexions de les televisions estatals obertes que es veuen a Catalunya, per la televisió pública catalana, per les emissores públiques de ràdio de caràcter nacional, i per una mostra de televisió local, durant el mes de febrer de l'any 2001, comptabilitzant les presències i els temps de durada. Els resultats complets de l'estudi s'inclouen en el volum d'annexos.

De l'estudi realitzat s'hauria de concloure que els informatius dels operadors de ràdio i televisió estudiats responen a tres característiques comunes: **política i futbol**, com a temes més freqüents, i un tractament predominantment "**oficialista**".

En l'avaluació dels resultats d'aquest estudi s'ha de tenir present, en primer lloc, el fet de tractar-se d'un mes en el qual els temes d'especial rellevància, definits pel mateix servei, van ser la immigració (tancada en una església de Barcelona), l'encefalopatia coneguda com de "les vaques boges" i la febre aftosa, amb el que això va comportar de protagonismes concrets i atribucions d'espai en els diferents informatius; i en segon lloc, el caràcter d'estudi pilot, per tant, limitat i aïllat en el temps, sense possibilitat de contrast amb tendències a curt i llarg termini, i sense que, per tant, se li pugui donar valor representatiu.

Les conclusions han de ser forçosament limitades a les pròpies característiques de l'estudi, sense voluntat de fer-ne una generalització massa ràpida, però considerant que l'actualitat definida pels tres temes d'especial rellevància no va aconseguir, en el mes de febrer, imposar-se informativament parlant a la resta de qüestions que hauríem de considerar "habituals" en els continguts dels espais informatius.

Futbol, immigració, sanitat i activitat política van ocupar els primers llocs en el rànquing de temps dedicat per les televisions als diferents temes durant el mes de febrer; mentre que a la ràdio l'ordre va ser el següent: activitat política, immigració, infraestructures, quedant allunyat el futbol, a causa del seu tractament específic en programes separats dels informatius generalistes.

També presenta diferències significatives la ràdio respecte de la televisió quant al temps i el territori. Mentre que a la televisió, el 73% del temps va estar dedicat a Catalunya, a la ràdio aquest percentatge va disminuir fins al 60%. I del

temps dedicat a Catalunya, la televisió va ocupar-lo en un 82% amb atenció al Barcelonès, mentre que aquesta comarca va concentrar a la ràdio només el 55,5% del temps informatiu català.

Institucionalment i políticament considerat, l'estudi del mes de febrer presenta una panoràmica clarament oficialista. El Govern de l'Estat, el Govern de la Generalitat i l'Ajuntament de Barcelona van gaudir d'una atenció especialment preferent a la televisió, tant en temps de notícia com en temps de pantalla i paraula, respecte de tots els altres actors polítics i socials. Tot i que el Parlament és objecte de programes específics a les cadenes públiques, cal destacar l'escassa presència del Parlament i la seva activitat (1 hora 21 minuts) davant el protagonisme del Govern i l'Administració autonòmica (21 hores, 42 minuts). És notòria l'atenció obtinguda pel FC Barcelona en el conjunt dels mitjans estudiats: el seu temps triplica el dedicat al Parlament i és superior al de qualsevol partit polític d'àmbit català.

Quant a les forces polítiques, és remarcable la major presència (més en la ràdio que en la televisió) dels grans partits d'àmbit estatal (PP, PSOE) per damunt dels partits catalans que, d'altra banda, presenten notables diferències quant a l'atenció de què van ser objecte en el període de temps estudiat. Aquestes diferències es constaten de nou quan es consideren els impactes potencials (en funció de l'audiència atribuïda al moment concret de la presència televisiva, segons les dades d'audimetria proporcionades per SOFRES) de l'aparició dels diferents subjectes polítics. Els tres primers noms de la llista són: Jordi Pujol (4,8 milions d'impactes potencials), Joan Clos (3,6 milions) i Artur Mas (2,8).

En els informatius genèrics es produeix, segons les pautes de l'estudi pilot, un relleu important de protagonistes; desapareixen, per regla general, els governants i apareixen l'església i la universitat. La presència del territori es compensa molt lleugerament.

Pel que fa al tractament periodístic de les informacions, tant en ràdio com en televisió, el caràcter neutre és àmpliament majoritari. El 98,5 de les 2.618 notícies de ràdio analitzades van obtenir la qualificació de neutres; a la televisió, de les 5.513 notícies, el percentatge va arribar al 99%.

Respecte a la condició de subjecte actiu o passiu d'un protagonista en la seva aparició o referència en un espai

informatiu, es detecta fàcilment la diferència entre televisió i ràdio: a la televisió, el protagonista pràcticament sempre és subjecte actiu, mentre que a la ràdio un actor pot aparèixer més com a subjecte passiu que com a actiu.

B Una diagnosi general

Si calgués resumir tot el conjunt d'informacions presentades fins ara, podríem dir el següent: majoritàriament es considera que existeix un dèficit de pluralisme en els mitjans públics de comunicació a Catalunya. Però aquest dèficit no es dóna de manera homogènia a les diverses manifestacions de les pluralitats de la societat; i en molts casos no és percebut com de proporcions alarmants.

Detallant més, ens trobem amb el següent:

– La presència de les diverses **forces polítiques** en els programes informatius és, en línies generals, relativament proporcionada a la implantació electoral i social respectiva, però es produeixen ocasionalment notòries desviacions que multipliquen la presència de la força política majoritària, que té a la vegada responsabilitats de Govern. A la inversa, la presència de forces polítiques més minoritàries es veu freqüentment minimitzada o, fins i tot, ignorada. L'opinió ciutadana sembla donar, per descomptat, que els mitjans públics afavoreixen les forces polítiques dels respectius governs, les forces polítiques més grans; i les idees o valors que es corresponen amb els punts de vista “dominants”.

Només en els períodes electorals, la supervisió de la Junta Electoral sobre els temps dels programes informatius, i sobre els espais cedits gratuïtament a les diverses candidatures, fa que la presència de les diverses forces polítiques deixi de ser polèmica.

– Encara que la noció de pluralisme social no està definida prou clarament, i que moltes de les dimensions que examinarem a continuació podrien també ser considerades com a manifestació de les varietats de la societat, podem entendre aquí pluralisme social com el resultat de presentar, dins la programació, realitats i experiències corresponents als diversos grups que integren el conjunt de la societat. Pendants d'una anàlisi més extensa i aprofundida, sembla clar el predomini d'imatges i realitats de les classes mitjanes urbanes, i de sectors juvenils, que coincideixen

amb els grups predominants dins les audiències televisives. Certs programes específics de televisió (com informatius no setmanals o alguns programes de no-ficció), tanmateix, s'han proposat constituir una exploració més àmplia de les realitats de la societat catalana.

– Des del punt de vista **territorial**, existeix una percepció generalitzada que el propi territori és poc present en els programes informatius. Però aquesta percepció és compartida per tothom: tant les persones dels territoris no barcelonins, com del cinturó industrial o de la pròpia ciutat de Barcelona consideren que només apareixen quan hi ha desgràcies noticiables, o com a escenari de l'activitat dels principals líders polítics. És a dir, els territoris apareixen només, o primordialment, com a escenari on es desenvolupa l'activitat de les institucions nacionals. Les diverses desconnexions territorials realitzades no semblen ser un remei, ja que es transformen en un producte de consum purament local, en un gueto sense projecció en la programació d'abast nacional.

– Des del punt de vista **religiós**, només té una presència clara, amb programació pròpia, la religió catòlica (encara que alguna experiència en l'àmbit local està obrint espais a altres confessions cristianes). La religió musulmana només apareix esmentada en el context de referències a la població immigrant, o a la política en el món àrab.

– En termes **ètnics**, es detecta clarament que la varietat ètnica de Catalunya apareix molt minoritàriament, i essencialment com un problema, no com una realitat quotidiana. La presència de personatges al·lògens en programes de ficció mereix ser subratllada, ja que suggereix més aviat una actitud voluntarista d'afavoriment de la integració i de la normalització de la presència d'aquest col·lectiu.

– Des del punt de vista **lingüístic**, un volum considerable dels consultats consideraria preferible que els mitjans públics utilitzessin les dues llengües oficials a Catalunya. Tot i així, es considera natural i desitjable que els mitjans públics, i en especial els de la CCRTV, utilitzin només el català, per la necessitat de contribuir a la normalització lingüística i per les característiques del sistema audiovisual català, on els mitjans de comunicació que utilitzen la llengua catalana coexisteixen amb una oferta en llengua castellana quantitativament més àmplia, fet que garanteix l'atenció a tots els públics. L'aranès planteja un problema diferent i molt més intens, que no es pot menystenir per ra-

ons només demogràfiques: sembla haver-hi un dèficit molt clar i important en la utilització de l'aranès en les desconexions específicament adreçades a la Vall d'Aran.

Val la pena observar la inclusió, en alguns mitjans locals, de programes informatius en llengües estrangeres, adreçats a nuclis de població flotant, turistes, etc.

– Des d'una perspectiva **cultural**, i deixant de banda l'aspecte estrictament lingüístic, les actualitats del sector tenen una considerable presència en la programació informativa. Altra cosa sembla succeir en el conjunt de la programació, especialment espais musicals, de ficció i cinema, on la indústria cultural nord-americana té un predomini visible. Així, apareixen pocs espais de producció europea. Internament, també es detecten buits en la presència de productes culturals fets a Catalunya, des de les més diverses sensibilitats. Seria diferent si passéssim de l'àmbit de les estrictes actualitats culturals al d'una voluntat més ambiciosa de capacitar suficientment els oients i espectadors per seguir i gaudir de produccions culturals d'alt nivell: la dimensió formativa dels mitjans de comunicació audiovisual, tot i quedar fora de l'abast estricte d'aquest informe, constitueix una dimensió d'enorme rellevància, caracteritzadora, en bona part, del servei públic a prestar.

– En l'àmbit de l'**esport**, i segurament pel seu paper clau en la captació i el manteniment d'audiències, es manifesta una hegemonia exagerada del futbol com a manifestació esportiva (segons estudis audiomètrics, deu dels quinze programes de televisió amb més espectadors l'any 2000 van ser partits de futbol), i del FC Barcelona com a protagonista essencial de l'actualitat. Tot i que esports més minoritaris tenen una presència creixent en la cobertura informativa, és indiscutible el paper central d'aquell esport, a la vegada que en la seva cobertura sembla donar-se una important exhibició de partidisme i de parcialitat per part dels mitjans informatius. D'altra banda, les magnituds econòmiques del fenomen futbolístic fan que la no-imparcialitat pugui tenir també conseqüències econòmiques importants.

– Finalment, el pluralisme **ideològic** (entès com quelcom diferent de les pures etiquetes de partits) és de més difícil diagnòstic, ja que no existeixen mesures de la difusió social de certes idees o valors. Des d'alguns sectors s'assenyala un predomini de l'anomenat "pensament únic". D'altra banda, en programes no informatius, com tertúlies,

debats, o fins i tot programes humorístics, s'assenyala també una presència predominant (i de vegades exclusiva) de certes visions oficials, criticant o, fins i tot, fent burla d'expressions o personatges representatius de les visions no oficials de la realitat. Aquest últim element és molt més cert de les ràdios públiques que de la televisió. En un registre similar, sovint el llenguatge no és neutral: la utilització de determinats adjectius per referir-se a certes realitats geogràfiques, per exemple, expressa clarament valors i preferències ideològiques que, de no contrastar-se, acaben per generar una visió esbiaixada de la realitat.

Aquestes tendències s'han d'interpretar com a tendències generals, que es manifesten amb variacions en els diferents mitjans públics de Catalunya. Així, el món de la ràdio local constitueix un sector enormement heterogeni, on coexisteixen pràctiques de moltes menes. Per la seva pròpia naturalesa, molt propera a la realitat de la seva audiència, cobreix molt bé les pautes territorials; però, per la mateixa raó, està molt més subjecta a la dependència de les autoritats polítiques. De la mateixa manera, els diversos mitjans de la CCRTV manifesten situacions diferenciades, amb pautes no coincidents, havent detectat accents més crítics pel que fa a l'oferta radiofònica que amb referència a les programacions televisives (que, però, no queden lliures de retrets).

C Factors explicatius

Quins serien els factors explicatius d'aquests dèficits de pluralisme en l'activitat dels mitjans públics catalans? Òbviament, no es pot parlar d'una única causa com a factor determinant, sinó de la concurrència de factors diversos, que juguen el seu paper. Aquests factors es combinen en dosis diferents segons mitjans i segons àmbits temàtics, i no és fàcil destriar el pes relatiu de cadascun d'ells; d'altra banda, fins i tot els diagnòstics posen més èmfasi en un o altre factor també en funció de percepcions, punts de vista i interessos diferents, que fan difícil una determinació purament objectiva. Però sembla clar que cal esmentar, com a mínim, els següents elements.

a) La designació governamental dels directius dels mitjans públics i la seva revocabilitat situen els mitjans públics en una òrbita política determinada, variable segons la institució de què es tracti (Generalitat, diputacions, ajuntaments).

b) A partir del nomenament dels directors, la cadena de designació dels integrants de la línia directiva de cada mitjà pot reforçar aquesta coloració política, la qual cosa es projecta sobre els continguts i la línia informativa (i de programació més general) del mitjà.

c) L'existència de pressions directes sobre directius i professionals sembla ser una realitat tangible. Encara que no sigui freqüent, la possibilitat que es doni penja permanentment sobre els directius i professionals, de manera que sembla versemblant imaginar que els col·lectius professionals internalitzen les preferències de les respectives direccions, anticipant les seves possibles reaccions i exagerant el seu zel.

d) Les formes de finançament i el propi volum del finançament condicionen les possibilitats d'una informació efectivament pluralista. Parar atenció a totes les dimensions de la realitat social, tenir temps i recursos per cobrir-les adequadament, i assegurar un tractament complet i equilibrat, pot ser més costós que un tractament ràpid, expeditiu i basat en un nombre reduït de fonts. D'altra banda, la dependència excessiva dels ingressos publicitaris o la necessitat de recórrer a crèdits o avals (que requereixen l'acord de l'autoritat política corresponent) poden determinar una posició de feblesa que exposi els directius a veure's condicionats en la seva activitat.

e) La capacitat de resistir a les pressions serà més important com més assegurada estigui la independència i la professionalitat dels directius i professionals. En aquest sentit, la creixent precarietat laboral i inestabilitat en els mitjans públics audiovisuals (especialment intenses en l'àmbit local) afebleix la independència dels professionals i els fa més susceptibles a acceptar de manera acrítica orientacions o pressions indegudes. L'existència d'instruments de protecció de la independència dels professionals (com ara estatuts de redacció o similars) és encara molt excepcional.

f) Les pautes de reclutament i formació dels professionals poden tenir també la seva importància. No es tracta tant que es doni una selecció "política" dels informadors, sinó que, per les seves característiques sociològiques (generació, sexe, lloc d'origen, etc.), siguin portadors de certs valors i actituds, o prestin més atenció a determinats aspec-

tes de la realitat, amb un relatiu oblit d'altres. Pot haver-hi així una "ideologia espontània" de cada mitjà, que funcioni amb independència de l'existència o no de pressions sobre els informadors.

g) La fixació en l'audiència, mesurada en termes només quantitatius, pot agreujar pautes de sobrerrepresentació de certes realitats o de menysteniment d'altres, ja que condueix al fet que els diversos mitjans en concurrència es diferenciïn poc entre ells, i tendeixin a satisfer les aspiracions i les preferències de les mateixes majories socials, accentuant la invisibilitat (o marginació) de fets o experiències minoritaris. El mateix es dona pel que fa al predomini d'uns gèneres o formats de programació similars, amb poc espai per a la innovació i la diversitat. Això, a més, tendeix a reproduir-se de manera amplificada, ja que "allò que no apareix, no existeix", entrant en el que s'ha denominat una "espiral de silenci".

h) La coexistència de mitjans audiovisuals públics d'abast nacional i d'abast local ha plantejat un problema específic però singularment agut, com és el de la inexistència de mecanismes regulars de cooperació entre uns i altres. Aquest dèficit de cooperació, a més de generar costos més elevats (en no compartir fonts d'informació, recursos, etc.), s'ha vist incrementat per l'adopció d'estratègies "competitives" entre uns i altres mitjans, depenent dels colors polítics respectivament dominants.

i) Finalment, l'absència de controls efectius ha generalitzat la percepció que certes pràctiques són dominants i, per tant, legítimes. Mentre els mitjans locals es troben amb la problemàtica d'una legislació fragmentària i inadequada, i d'una regulació amb prou feines incipient, els mitjans de la CCRTV han basat els seus esquemes en la reproducció de les previsions de l'Estatut de RTVE que, com hem mostrat anteriorment, es basen en un model que no es correspon a les realitats i exigències actuals.

7 Línies de propostes de revisió

L'enumeració de l'anterior capítol potser no és exhaustiva, però creiem que inclou la majoria dels elements rellevants per explicar els dèficits en el pluralisme informatiu dels mit-

jans audiovisuals de titularitat pública a Catalunya, tal com ens han estat presentats per les diverses fonts entrevistades. En tot cas, serveix per mostrar que no pot haver-hi una solució única i expeditiva als problemes detectats, i que no es pot creure que una sola eina sigui suficient per a la millora de la situació. La defensa i la promoció del pluralisme, enteses com la pràctica encaminada a donar veu i presència a la totalitat de les formes d'expressió existents en la societat, requereix posar en marxa una varietat de recursos i d'instruments, adreçats a diferents col·lectius i estaments.

Entre aquests recursos, l'examen de la legislació catalana, espanyola i d'altres països europeus, porta a suggerir la pertinença del que s'exposa a continuació:

a) L'assegurament de la presència, en els programes informatius diaris, de les diverses forces polítiques, mitjançant informacions objectives i imparcials sobre totes elles de durada proporcionada (la qual cosa no vol dir estrictament proporcional) a la respectiva implantació electoral i institucional en l'àmbit territorial corresponent al mitjà en qüestió. Tot i que es pot considerar una proposta que tendeix a reproduir l'estat de les coses, es tracta d'un criteri clar i objectivable.

b) La garantia del dret d'accés dels grups socials més rellevants. Això constituiria un dels elements més típics de la funció de servei públic. El temps d'intervenció s'atribuiria a determinats grups socials, en funció de la seva implantació social, representativitat, etc., i atenent també a consideracions d'actualitat (com, per exemple, sindicats i patronals en moments d'importantes negociacions col·lectives, etc.).

c) La presència de la diversitat de forces polítiques i col·lectius socials rellevants en els programes informatius no diaris (debats, etc.), com a mitjà de contribuir a la formació de l'opinió pública. En els períodes interelectorals això constituiria una funció pròpia del servei públic, mentre que en els períodes preelectorals s'estaria a les disposicions de la legislació electoral.

d) En alguns països es considera que la presentació a l'opinió pública d'una iniciativa significativa en termes de política nacional (o local, si es tracta dels mitjans municipals), part essencial de l'acció política de govern, ha d'anar im-

mediatament seguida de la possibilitat de la formulació de propostes alternatives per part de les diverses forces polítiques. Es tracta del denominat "dret de rèplica política" davant declaracions significatives o iniciatives importants per part dels governs. Tot i que aquest dret no està reconegut en el nostre ordenament jurídic com un dret exigible, sens dubte és una manifestació significativa del principi del pluralisme polític pel que fa a l'activitat informativa.

De la mateixa manera, tot i que els mitjans de titularitat privada quedaven fora del nucli central de l'encàrrec formulat pel Parlament, l'estudi realitzat ens ha persuadit que la seva importància, el seu previsible creixement relatiu en el futur immediat i, el fet que la radiodifusió (sigui quin sigui el seu suport tècnic) tingui un caràcter de servei públic, fan desitjable que també els mitjans privats hagin d'atenir-se a certes regles en l'àmbit del pluralisme informatiu, a les quals s'hauria d'arribar per la via de l'autoregulació, o per l'assumpció de compromisos de pluralisme establerts en els concursos públics.

Un segon conjunt d'elements, d'importància cabdal, però no regulables des del dret, té a relació amb les percepcions i les pautes de comportament dels diversos actors que actuen en el procés informatiu. Tota modificació legislativa serà insuficient si no es modifiquen en paral·lel actituds, expectatives i estils de comportament, en una línia de reconeixement de la imparcialitat i la neutralitat com a requeriments fonamentals de l'activitat informativa, i sense el reconeixement que els continguts de les emissions informatives han de produir una imatge de la societat on la societat es pugui reconèixer ella mateixa, sense distorsions ni discriminacions. És, per tant, necessari també un canvi cultural; i tot i que aquest tipus de canvis no es poden establir per decret, cal retenir aquest element a l'hora d'establir propostes de caràcter normatiu.

8 Conclusions, propostes i recomanacions

A partir del reconeixement que el nostre sistema constitucional i jurídic dona al **principi del pluralisme informatiu** i dels estudis realitzats pel CAC en aquest informe, es pot establir pel que fa a l'expressió del pluralisme real i a la percepció que en tenen els ciutadans, les entitats socials i els experts consultats, que el grau de pluralisme efectiu és limitat.

Els mitjans públics tenen reconeguda per part dels ciutadans una notable credibilitat informativa que els converteix en instruments d'una gran influència social. El fet que aquests mitjans públics no arribin a recollir i expressar amb fidelitat allò que succeeix a la societat respon a un **conjunt de causes**, que no es poden reduir a un sol factor.

Tot i que les tecnologies existents encara configuren un espai radioelèctric escàs i una oferta audiovisual predominantment de tipus generalista, la introducció de tecnologies digitals (amb el que pugui representar d'increment de l'oferta i de desenvolupament de canals televisius temàtics) obligarà a plantejar la qüestió del pluralisme informatiu en termes diferents.

D'altra banda, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya és majoritàriament percebut com l'eina adequada que ha de permetre corregir les deficiències observades en els mecanismes de control del pluralisme.

La distància entre uns principis generals unànimement compartits i unes realitats pràctiques qüestionades ha de ser coberta mitjançant l'acceptació d'un conjunt de criteris i de propostes operatives.

Com a **criteris generals** rectors de l'acció i la programació dels operadors audiovisuals, en l'àmbit del pluralisme informatiu, proposem els següents:

1 Els mitjans de comunicació de titularitat pública pertanyen al **conjunt de la ciutadania** del respectiu àmbit territorial, i la seva justificació essencial és el servei a aquests ciutadans.

2 L'actual regulació dels mitjans audiovisuals de titularitat privada els assigna funcions de servei públic i, en conseqüència, estableix el mecanisme de la concessió per a l'accés a la gestió. Per tant, cal **arbitrar solucions equilibrades entre els legítims interessos empresarials dels titulars privats i les consideracions d'interès públic** i, entre d'altres, de pluralisme informatiu.

3 La **professionalitat** dels qui treballen en els mitjans audiovisuals és un dels principals mecanismes asseguradors de la qualitat i del pluralisme del seu contingut. Però seria un argument corporatiu creure que la mera atenció a criteris de professionalitat exigents és una garantia suficient de la pluralitat informativa.

4 El paper d'una **autoritat reguladora**, de cara al compliment de les funcions que la Llei 2/2000 atribueix al Consell de l'Audiovisual, ha de ser, primordialment, el d'impulsar

l'adopció de bones pràctiques per part dels mitjans, impulsant mecanismes d'autoregulació, i el d'informar l'opinió pública, el sector professional i les autoritats públiques sobre els compliments o les mancances que es puguin observar, sense perjudici del recurs a l'activitat sancionadora en els supòsits previstos per la llei.

Aquests criteris generals poden concretar-se en un conjunt de **recomanacions**, adreçades tant als poders públics com als operadors audiovisuals, i de **compromisos d'actuació** del propi Consell de l'Audiovisual, com a autoritat reguladora encarregada per llei de vetllar pel pluralisme informatiu en els mitjans de comunicació.

Pel que fa als mitjans de titularitat pública

1 La constitució i organització de mitjans audiovisuals de titularitat pública ha d'estar presidida per criteris d'ampli consens polític, social i professional. Donades les facilitats de l'actual ordenament jurídic per a la creació de mitjans públics, és preferible la creació de mitjans directament gestionats pel sector públic al patrocini públic de mitjans de titularitat privada.

2 El finançament dels mitjans públics haurà de quedar reflectit de forma completa en els pressupostos de la institució titular, i haurà de ser suficient per evitar que una limitació econòmica condicioni la dedicació professional i el desplegament tècnic que són exigibles per al compliment del pluralisme informatiu.

3 La designació dels membres dels consells d'administració dels mitjans de titularitat pública ha de basar-se en criteris d'imparcialitat i professionalitat i en mecanismes d'ampli consens en el si de l'organisme institucional de major i més directa representació ciutadana (Parlament de Catalunya, Ple de l'Ajuntament, Ple de la Diputació provincial).

4 La concreció i desenvolupament de les orientacions de pluralisme contingudes en el Mandat Marc de Servei Públic, que haurà d'aprovar el Parlament, ha de ser establerta pels consells d'administració de cada mitjà, en la línia de les recomanacions aquí formulades, i prendrà la forma de contracte-programa que correspon aprovar a l'organisme institucional representatiu de referència

5 La selecció dels professionals de plantilla de cada mitjà ha de basar-se en els principis de mèrit i capacitat, i realitzar-se mitjançant convocatòria pública, degudament anunciada.

6 Les condicions laborals i les possibilitats de desenvolupament professional dintre del propi mitjà han d'establir-se de tal manera que s'assegurin les condicions que permetin la completa professionalitat dels informadors i la més alta qualitat del servei.

7 Les relacions entre els informadors i els protagonistes de l'actualitat (siguin polítics, representants socials, dirigents esportius, etc.) han de basar-se en criteris d'independència, de respecte recíproc i de rebuig a qualsevol intromissió.

8 L'activitat informativa dels mitjans públics ha d'estar guiada per una permanent vocació de contribució a la formació d'una opinió pública informada, madura i exigent.

Pel que fa als mitjans de titularitat privada

1 L'existència de mitjans de titularitat privada és un requeriment derivat dels drets i les llibertats establertes per la Constitució i l'Estatut d'Autonomia de Catalunya, i de la resta de l'ordenament jurídic. La seva existència i la seva independència defineixen el pluralisme extern.

2 En tant que la seva pluralitat és, precisament, una de les garanties del pluralisme extern, l'estructura accionarial dels operadors i les seves connexions amb altres empreses ha de ser de coneixement transparent. Una transparència que ha de permetre actuar per evitar les situacions d'abús de posició dominant.

3 Tenint en compte que la legislació vigent estatal atribueix als operadors de titularitat privada funcions de servei públic, cal que assumeixin obligacions pel que fa al pluralisme informatiu.

4 En particular, han d'existir, a l'interior dels mitjans de titularitat privada, mecanismes que garanteixin els drets dels professionals. Les condicions laborals dels informadors, igualment, han de permetre una situació professional normalitzada. Els "estatuts de redacció" són un instrument adequat per a la fixació i concreció d'aquests principis.

5 L'adjudicació de la gestió de freqüències de ràdio i televisió a operadors privats hauria de tenir en compte, com un dels elements a valorar, els compromisos concrets assumits per cada operador en l'àmbit del pluralisme informatiu.

Compromisos d'actuació del CAC

Pel que fa als mecanismes concrets per assegurar l'observança dels principis de pluralisme polític, social, religiós,

cultural i de pensament que la llei li atribueix, el CAC seguirà la programació dels diversos operadors atenent els indicadors següents:

1 Presència de les diverses forces polítiques en els programes informatius diaris emesos per cada operador, així com qualitat i imparcialitat de les informacions ofertes. L'horitzó general és el de l'adequació entre el temps d'informació dedicat i la presència electoral i institucional de cada força política en l'àmbit territorial corresponent al mitjà, en condicions d'emissió (horaris, audiència, tipus de programa) comparables, però no necessàriament una proporcionalitat simple, que podria ser contrària a criteris estrictament professionals.

2 Temps d'antena atribuït, en els termes que la llei defineixi, als diversos grups socials significatius (en el sentit més ampli possible i, per tant, entenent com a tals organitzacions sindicals i patronals, entitats ciutadanes, confessions religioses, grups culturals, etc.) a l'escala de l'àmbit territorial corresponent al mitjà.

3 Presència de les diverses forces polítiques i socials rellevants en l'àmbit territorial corresponent al mitjà, en programes informatius no diaris (debats, tertúlies, etc.), com a mitjà de contribuir a la formació d'una opinió pública ben informada.

4 El seguiment per part del Consell de l'Audiovisual de Catalunya es materialitzarà en informes periòdics adreçats al Parlament de Catalunya, cobrint un període de temps suficientment llarg (de l'ordre dels tres mesos com a mínim), i abraçant els diferents aspectes del pluralisme informatiu examinats en aquest informe. Cada operador públic haurà de difondre els resultats d'aquest seguiment relatius a la seva pròpia programació.

5 En tant que no s'hagin establert per llei de forma més detallada, el CAC instarà els diversos operadors públics a adoptar criteris que facin operatius el dret d'accés per part dels grups socials significatius i el dret de rèplica. Aquests criteris es fixaran a partir del principi d'autoregulació, i només si aquesta resulta inviable, el CAC elaborarà una instrucció general.

6 Les infraccions repetides per part d'un mateix operador públic del principi del pluralisme informatiu podran donar lloc a l'amonestació per part del Consell de l'Audiovisual davant del Parlament de Catalunya. Quant als compromisos de pluralisme assumits pels operadors privats mit-

jançant l'autoregulació o als corresponents concursos d'adjudicació, la seva infracció es farà constar al registre d'historial del concessionari.

7 A partir del seu seguiment permanent, o a reclamació de parts afectades, el CAC intervindrà davant els operadors

públics corresponents per obtenir la rectificació de situacions en les quals no es respecti, manifestament, l'equilibri de temps i condicions d'emissió. Donat el cas, la predisposició o la negativa dels operadors davant la petició del CAC es farà constar en l'informe per al Parlament.

Pluralisme en els mitjans Audiovisuals?

Joan Botella

Probablement una de les qüestions més problemàtiques i més debatudes en l'anàlisi dels mitjans és el del seu impacte sobre les opinions i les "visions del món" del públic. I, per la pròpia natura de les coses, puja al primer pla la qüestió del seu impacte **polític**. No és per casualitat que les grans dictadures del segle **xx** es proposessin, per primera vegada, una utilització conscient i explícita dels mitjans de comunicació com a vehicle ideològic, com a instrument propagandístic dels respectius règims, i a la vegada com a instrument de diabolització dels adversaris.

En contextos democràtics, la qüestió és menys dramàtica però no menys important: ¿són ràdio i televisió instruments eficaços en la lluita política? Quin és el seu impacte? Com afecten als ciutadans les informacions transmeses, les opinions vehiculades?

Com és obvi, l'ideari professional estàndard del periodisme al món occidental exclou aquesta hipòtesi: els media són només vehicles que, gràcies a la professionalitat dels informadors i a la imparcialitat de les empreses periodístiques, posen informació a l'abast del públic, però sense imposar-li valoracions o filtres polítics. Serà cada espectador (oient, televident, internauta...) qui traurà les pròpies conclusions polítiques a partir de la informació imparcial que rep.

Però des de fa molts anys la investigació sobre mitjans ha posat de relleu com, fins i tot en mitjans del més alt rigor professional, la ideologia circula, de manera conscient o, potser, inconscient. Cal emprar paraules (i els recursos lingüístics no són mai neutrals: el que per a alguns poden ser lluitadors per la llibertat per a altres poden ser terroristes); cal referir-se al

món: objectes, llocs, referències històriques. La realitat s'empaqueta en estructures predeterminades (el que hom denomina tematització), i decidir en quina s'empaqueta un cert esdeveniment pot carregar-lo d'un o altre contingut.

Si això és probablement cert i, per tant, la imparcialitat pot ser un ideal mai assolit, el remei, en el món de la premsa, és l'existència d'un conjunt ampli de mitjans impresos, el que garanteix (almenys en principi) que encara que cadascun d'ells "deformi" en un cert sentit, d'altres ho faran en altres direccions i la resultant, en definitiva, serà una presentació que, globalment, es correspondrà al conjunt de les tendències i opinions existents en la societat.

En el món audiovisual les coses no són així de senzilles. En molts països, ràdio i televisió van aparèixer com a monopolis estatals. Probablement això venia exigit per les característiques tècniques del moment: la limitació de l'espai radioelèctric (que restringeix dràsticament la gamma de freqüències utilitzables) i l'escassa eficiència de les primeres tecnologies feien difícil l'existència d'una diversitat d'operadors. Però això tenia dues conseqüències de primera importància des del punt de vista polític: en primer lloc, no hi havia pluralitat d'operadors, sinó un únic operador de caràcter públic; i, en segon lloc, això situava la ràdio i sobretot la televisió sota la direcció del govern.

Això no havia de conduir necessàriament a la manipulació: el tan lloat exemple de la BBC tradicional ho mostra. Però en la majoria dels casos la dependència governamental posava els mitjans audiovisuals al servei dels interessos propagandístics del govern: al Portugal salazarista o a l'Espanya franquista tant com a la França de De Gaulle o a la Itàlia de la DC.

En el món americà el problema es va plantejar, des de ben aviat, en termes diferents: l'absència allà del monopoli estatal va implicar des de l'inici l'existència d'un sector audiovisual privat fort i, per tant, formalment plural. Encara

Joan Botella

Catedràtic de Ciència Política (UAB). Degà del Col·legi de Sociòlegs i Politòlegs de Catalunya.

que les ideologies “alternatives” tenien un accés nul als mitjans, la inexistència del monopoli governamental i la fortalesa de l'ideari “professional” en el món periodístic feien que els mitjans audiovisuals fossin molt menys manipuladors de la realitat que els seus equivalents europeus.

La noció de pluralisme: Què i com

Per tant, i abans d'anar endavant, sintetitzem la situació de partida. Per dir-ho de manera expeditiva, si el problema era la manipulació política dels mitjans, la solució era la noció de pluralisme. Però què entenem per pluralisme?

Com molts altres termes, la noció de pluralisme és de fàcil utilització però no tan fàcil de definir. ¿Vol dir que existeix una pluralitat de mitjans de comunicació, entre els quals els espectadors puguin triar? Probablement això és cert, però ¿què passa si el conjunt dels mitjans són homogenis, si tots ells vehiculen els mateixos missatges? La pluralitat de l'oferta pot ser una condició necessària, però no és una condició suficient: per ella mateixa, no assegura la pluralitat de l'oferta.

¿Com podem saber si l'oferta efectuada pels mitjans és suficient, si no queden coses amagades? De forma intuïtiva, els mitjans públics contrasten allò que reben de les fonts amb allò que saben de la realitat que els envolta. I això ens posa en la bona pista: pluralisme vol dir que la pluralitat, la immensa varietat de les realitats socials, trobin el seu lloc i la seva presentació en els mitjans. En una societat multiètnica, per exemple, no seria plural aquell mitjà televisiu on només apareguessin persones d'una mateixa identitat racial. En una societat religiosament plural, no serien plurals aquells mitjans que no recollissin, d'alguna manera, la varietat de creences i d'experiències religioses de la gent.

En altres paraules, podem parafrasejar Stendhal: si per a l'escriptor francès la novel·la havia de ser un mirall passejat al llarg de la societat, l'exigència del pluralisme porta a definir-lo com l'escenari comunicacional on els diversos aspectes de la realitat troben una presentació proporcionada a la seva dimensió social. Quan la majoria de la població viu en ciutats, per exemple, sembla natural que la realitat urbana tingui un protagonisme essencial. Òbviament, no estem parlant dels mitjans o canals temàticament

especialitzats, adreçats a públics específics; però en mitjans de vocació general, orientats al gran públic, aquesta sembla una definició raonable.

On la nostra definició esdevé problemàtica és quan parlem d'una presència proporcionada. Per començar, molts fenòmens socials no tenen una mesura quantitativa ben coneguda. ¿Com proporcionar, aleshores, l'atenció informativa a una realitat de la qual no coneixem les dimensions reals? Encara més: molts elements socials adquireixen una rellevància significativa, per la seva transcendència o per la seva conflictivitat, molt superior a la que tindrien sobre una base estrictament numèrica. ¿És aleshores raonable demanar als mitjans que ajustin –com el llit de Procust– la seva activitat, deformant, en definitiva, la realitat social?

Abans d'anar més endavant en aquesta línia, anotem un element que simplifica el problema pel que fa al pluralisme estrictament polític: en les societats democràtiques, tenim una mesura precisa del pes i la difusió de les diverses idees i forces polítiques entre la societat. Els resultats electorals constitueixen, efectivament, una radiografia de la distribució de les opinions entre la ciutadania. Amb tots els problemes que es vulgui, es pot comptabilitzar de manera precisa què és majoritari i què no ho és; i això pot constituir una guia clara i precisa per a la definició de quin és el grau de pluralitat social que convé que els mitjans recullin.

La problemàtica de la definició proposada

La noció proposada, com no podia ser d'altra manera, planteja problemes de diferent tipus. Per començar, estem parlant de pluralisme en general, i no només de pluralisme polític. Però, ¿com reflectir totes les dimensions de la societat? Els recursos de mitjans i de temps d'emissió a l'abast dels operadors són, per definició, limitats: **ometre és, necessàriament, ometre**. D'entre l'immens corrent d'esdeveniments que marquen la quotidiana realitat de la vida social, els professionals i els mitjans procedeixen a una selecció. Aquesta es basa en la seva professionalitat, garantida pel caràcter fonamental de la llibertat d'expressió i d'informació, i en criteris informatius generals elaborats pels responsables dels mitjans, ells mateixos garantits i assegurats per la noció de llibertat d'empresa. Qui ha de definir què és l'actualitat, allò rellevant sobre el que cal infor-

mar: ¿la consciència dels professionals i dels mitjans, o un sistema de quotes de distribució de temps?

Per tant, el principi del pluralisme pot arribar a topar amb altres principis assegurats constitucionalment: es tracta d'un dels supòsits més clàssics de la jurisprudència constitucional i, més en concret, de la noció de conflicte de drets.

Encara una passa més: mencionàvem abans que l'existència d'una pluralitat de mitjans de comunicació pot ser un requisit necessari (encara que potser no suficient) per a l'assegurament del pluralisme. Però això no garanteix que l'oferta presentada per un mitjà concret respongui a la nostra noció de pluralisme. ¿On hem de referir, doncs, l'exigència del pluralisme? ¿A cada mitjà o al conjunt de l'oferta existent?

Tercera dimensió, rellevant en el món europeu: la coexistència de mitjans públics i privats planteja un interessant exercici, que no és només acadèmic. ¿En quin dels dos mons s'assegura més la pluralitat de la visió de la realitat social? Els mitjans públics, podríem avançar hipotèticament, en estar sota la dependència –més o menys directa o indirecta– del govern, poden ser més sensibles a assegurar que la veu de les forces polítiques en el govern tingui un paper predominant, i a minoritzar encara més les minories. Però es podria igualment formular la hipòtesi inversa: en estar relativament alliberats de la pressió del mercat, els mitjans públics poden permetre's una orientació professional que els faci més plurals que els privats. Públic o privat: ¿on es garanteix millor el pluralisme en els continguts?

Finalment, cal no perdre de vista l'existència de condicionaments materials: els mitjans més dotats econòmicament poden dedicar més recursos a buscar informacions més àmplies i més detallades, a contrastar millor les seves informacions. En canvi, operadors amb menys recursos probablement han de ser més expeditius, acontentar-se amb una sola font, etc. De la mateixa manera, els procediments de selecció i de carrera professional dels informadors poden ser un rellevant condicionant: entrevistar un determinat dirigent polític no és el mateix si qui ho fa és un periodista veterà amb experiència, si és un jove professional que comença o si és un becari que no cobra.

Fins i tot la producció de les informacions, per ella mateixa, discrimina: certs col·lectius, organitzacions o entitats poden dedicar molts recursos a fer arribar informacions, notes de premsa, imatges, etc., facilitant així la feina dels

professionals, mentre que altres col·lectius, potser tan o més rellevants quantitativament, poden estar mancats dels recursos organitzatius o materials necessaris per alimentar la producció d'informacions. Les seccions d'economia dels diaris, on el lector trobarà moltíssima informació sobre les borses (cosa que interessa molt, lògicament, al 6% dels catalans que inverteix en borsa), inclouen molt poc sobre els aturats (9% de la població) o sobre els problemes de les petites i mitjanes empreses. L'arma organitzativa (desigualment distribuïda entre els diversos grups i col·lectius socials) esdevé una variable crucial en la producció d'informació utilitzable pels mitjans i, per tant, en la visió que els mitjans donen de la societat.

Per tant, l'assegurament del principi del pluralisme pot topar tant amb altres drets i principis, com amb realitats materials i organitzatives que, en condicionar la llibertat de moviments dels informadors, tendeixen a deformar la seva percepció de la realitat.

En altres paraules, es tracta no d'imposar unes determinades obligacions sobre els professionals o sobre els mitjans, sinó de gestionar com s'articulen, com es conjunquen valors i principis d'igual transcendència, de cara a assegurar que les informacions i les visions de la societat que rep el públic integrin una imatge raonablement satisfactòria (és a dir, completa i proporcionada) de la realitat social. Ara bé, ¿a través de quins mecanismes institucionals es pot realitzar aquesta gestió?

L'absència de marcs europeus

La construcció de mecanismes normatius i institucionals per a la garantia del pluralisme ha hagut de ser abordada a través de disposicions estrictament nacionals. Com calia esperar, la importància política atribuïda als mitjans audiovisuals ha mantingut el problema en l'àmbit estrictament intern, sense que existeixin regles de nivell superior.

Cal observar, amb tot, que el que sí existeix a escala supranacional són declaracions de drets i de principis, teòricament vinculants per als Estats signataris, on els principals elements definidors del pluralisme són recollits: elements com la llibertat d'expressió, la llibertat d'informació, el respecte a les minories o la protecció de determinats valors són recollits tant per la Declaració Universal de

Drets Humans com per les diverses convencions existents a escala europea.

Però el que no existeix són suggeriments o propostes de concrecions institucionals. Dins la Unió Europea, la directiva sobre Televisió sense fronteres dedica el seu interès a assegurar la llibertat d'establiment en qualsevol dels Estats membres, i a establir algunes regles sobre la possible limitació de la competència (com les restriccions a l'emissió de publicitat o els criteris de protecció d'infància i dels menors); però no existeix cap previsió de mecanismes reguladors o institucionals, cosa que queda a la discreció dels diversos Estats membres. Cosa similar es pot dir a propòsit de la Convenció sobre televisió transfronterera adoptada pel Consell d'Europa.

En canvi, hi ha hagut alguna intervenció supranacional més enèrgica a propòsit del pluralisme extern i dels mecanismes del seu assegurament. La caiguda dels règims socialistes d'Europa central i oriental va determinar l'inici de processos de transició democràtica, amb considerable suport per part de les institucions comunitàries i europees en general. D'altra banda, es va produir una rellevant arribada d'operadors audiovisuals privats occidentals a aquells països, fet que va fer problemàtic des del primer moment el procediment d'assignació de llicències. En aquest marc, el Consell d'Europa va adoptar (desembre 2000, vegeu el requadre) una recomanació on, de cara a assegurar el pluralisme extern, es proposa als Estats membres introduir en els respectius ordenaments jurídics la creació d'organismes independents, encarregats de gestionar el panorama audiovisual a partir de criteris de pluralisme, de respecte als drets humans i de lliure empresa. Ara bé, en tant que recomanació, no té força normativa directa a l'interior dels Estats membres.

La conquesta del pluralisme: La institucionalització

Com hem dit, el debat es planteja en termes molt diferents a Europa i al continent americà. Mentre a les Amèriques la natura privada del medi televisiu el situa formalment fora de la política, a Europa ha calgut procedir a un difícil procés de desgovernamentalització dels mitjans.

Cal, a més, entendre que la tradició americana mai s'ha plantejat de forma significativa la necessitat d'una revisió del

model: els mitjans de comunicació, formalment, no tenen preferències polítiques, i la seva relació amb les forces polítiques es fa essencialment per mecanismes de mercat, a través de la contractació de publicitat política i a través de les pautes de la professionalitat dels informadors. Per tant, les diverses forces polítiques queden situades en un pla formal d'igualtat. És evident que el model té dues importants limitacions; d'una banda, les desigualtats econòmiques reals entre les diverses forces polítiques i socials fan que aquella igualtat formal es tradueixi en una efectiva desigualtat —els republicans tenen un accés molt major al mercat publicitari USA que els demòcrates, i ja no diguem els grups més a l'esquerra—; en segon lloc, que la neutralitat política dels mitjans de comunicació només significa absència de preferències entre les forces polítiques rellevants en el propi sistema polític. Però això és compatible amb un “parti pris” radical respecte de les forces extrasistema, respecte de la política internacional dels Estats Units o de la política interior a d'altres països. Ara bé: tot i aquestes observacions, és fàcil d'entendre com aquest model, malgrat les seves limitacions, és funcional i pot ser considerat com a satisfactori a l'interior d'un determinat sistema polític.

El pes de la tradició governamental en els països europeus i la feblesa de les ideologies “de mercat” en els anys setanta en el nostre continent van conduir a introduir una altra òptica: la d'un control a fons sobre els continguts emesos pels mitjans de comunicació audiovisual. Ara bé, aquesta hipòtesi s'ha materialitzat de dues formes molt diferents: bé a través de mecanismes de control parlamentari sobre l'acció dels mitjans o bé a través d'un control extern, global i a posteriori sobre les orientacions polítiques dels mitjans. De fet, correspon a Malta l'honor de ser el primer país que ha concebut una autoritat reguladora del sector audiovisual, i d'haver-la incorporat a la pròpia Constitució, ja en els anys seixanta. Però el cas maltès ha tingut, com és fàcil d'imaginar, un impacte molt reduït sobre d'altres països. Han estat altres països els que millor han exemplificat les dues “estratègies” esmentades.

La primera experiència rellevant és la italiana, important per a nosaltres ja que va haver-hi una profunda recepció de l'esquema italià a la política espanyola durant la transició democràtica i immediatament després, que es va materialitzar en la incorporació al nostre ordenament constitucional de la seva noció clau: la del control parlamentari sobre

els mitjans de comunicació. Per entendre la lògica de la proposta, cal remuntar-se al que era la política italiana en els anys setanta: el progressiu equilibri de forces entre la DC, partit dominant a la política italiana des del 1948, i el PCI, primera força de l'oposició.

El control hegemònic de la DC sobre la ràdio i televisió italianes es veia qüestionat per la realitat d'una societat progressivament modernitzada, amb fortes exigències d'innovació cultural i moral, que apostava creixentment per un partit comunista sumament excepcional, que havia trencat amb l'esquema soviètic sense renunciar a una amplíssima presència tant entre els sectors populars com en medis intel·lectuals.

El resultat fou una revisió fàctica de l'esquema constitucional, de tal manera que, sense canvis en la Constitució, es tendí a decantar l'equilibri institucional a favor del Parlament: es buscava, en el llenguatge de l'època, afirmar la "centralitat del Parlament", com a institució capital de la vida política, capaç, no solament de representar acuradament la realitat política del país i d'intentar controlar l'acció del govern, sinó fins i tot de fer-ne el lloc on s'elaboressin les directrius bàsiques de la política nacional.

En el pla del pluralisme polític dels mitjans audiovisuals –exclusivament públics en aquell moment–, la noció de centralitat del Parlament va conduir a una doble articulació: per una banda, integrar els propis organismes directius dels operadors públics de ràdio i televisió sobre la base d'una composició que reflectís, de forma més o menys exacta, la composició política de les cambres parlamentàries –com a representació de les opinions polítiques plurals de l'electorat–. En segon lloc, institucionalitzar el Parlament com a seu de la supervisió contínua de l'activitat dels mitjans, a través de la creació d'una comissió parlamentària permanent, especialitzada en la matèria.

El sistema italià manifestaria els seus límits, principalment en termes de "partidització" dels operadors televisius, que permetia una entrada, encara que fos subordinada i secundària, als partits d'oposició, i de manera més acusada quan la posada en marxa de televisions privades a Itàlia va posar de manifest la insuficiència de la noció del control parlamentari. Tornarem més endavant sobre aquestes dues problemàtiques.

El **cas francès** representava una altra lògica que, tot i que en un primer moment semblava més limitada, ha aca-

bat per mostrar-se més potent i més sòlida, fet que explica la seva extensió a d'altres contextos. Les característiques institucionals de la Cinquena República feien allà inviable la noció de control parlamentari: la preeminència del president de la República, elegit pels ciutadans per sufragi universal directe, és una realitat sense equivalent en els sistemes parlamentaris europeus. Però, a partir de l'elecció de François Mitterrand com a president (maig 1981), la pròpia presidència va posar en marxa un organisme que ulteriorment esdevindria l'actual Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. A diferència de l'aproximació "parlamentarista" dels italians, la lògica del sistema francès consistia d'afirmar que la protecció del pluralisme polític en els mitjans audiovisuals no podia encarregar-se a polítiques en actiu. Calia, al contrari, treure-la de l'àmbit estrictament polític, i situar-la en un terreny d'inqüestionable neutralitat. Caracterització, doncs, parajudicial.

Però tampoc podia deixar-se en mans estrictament de la corporació professional periodística: tal com afirmava contundentment el propi Mitterrand, "c'est trop près beaucoup trop près" ("és massa a prop, excessivament a prop"). Les pretensions del molt tradicional Ordre des Journalistes es veien així frustrades. Es constituïa, doncs, un organisme integrat per persones designades, per parts iguals, pel president i pels presidents de cadascuna de les dues cambres del legislatiu francès. Els membres del nou organisme havien de procedir de medis professionals vinculats al món de la informació (tot i que aquest requisit s'ha interpretat posteriorment de forma considerablement àmplia), i quedaven subjectes a un règim de molt estrictes incompatibilitats, tant durant l'exercici de les seves funcions com posteriorment.

Això suposava transferir a un organisme políticament independent totes les atribucions decisòries que fins a aquell moment tenia el govern (autoritzacions i llicències), i encarregar-li, a més, funcions de control sobre els continguts de la programació: en particular, l'assegurament d'una presència equilibrada de les forces polítiques corresponents al color polític de la Presidència, de les forces polítiques en el govern, i de les oposicions parlamentàries. Aquest criteri d'equilibri ha donat lloc, històricament, a una distribució del temps de presència i de paraula en els informatius que es basa en la regla, expressivament denominada "dels tres terços" (un terç del temps d'informa-

cions polítiques per al govern, un terç per a la majoria parlamentària i un terç per al conjunt de l'oposició).

Com observava abans, l'orientació italiana que apuntava cap a la "parlamentarització" com a alternativa a la manipulació política de les televisions era la que, a mitjans dels anys 70 semblava la línia més sòlida i més innovadora. No és, doncs, estrany que fos el que tinguessin més present els "pares fundadors" del nou sistema polític espanyol en la fase clau de l'elaboració de la Constitució i de l'Estatut de Ràdio i Televisió Espanyola. Una i altra norma introdueixen la lògica parlamentària al nostre país, mitjançant els seus dos principals mecanismes:

1 En primer lloc, l'organisme públic RTVE és dirigit per un Consell d'Administració elegit pel Parlament, per una àmplia majoria, i amb una presència de portantveus de cada força política proporcional a la seva representació. A més, no s'espera d'ells una actuació imparcial sinó, al contrari, una lògica de representació. El Consell, però, no té un president: les seves sessions són presidides pels diversos consellers, per torn rigurós. El director de RTVE, en canvi, és designat pel Govern: té, d'entrada, assegurada una majoria favorable en el Consell d'Administració.

Cal observar, a més, que l'Estatut de RTVE té rang de llei orgànica i que, en conseqüència, s'ha imposat com a model per a l'organigrama de les televisions d'àmbit autonòmic, que han reproduït l'esquema mimèticament (si bé res no impedeix que, pel que fa al nomenament del director, la designació governamental estigui precedida per una votació parlamentària: és la novetat introduïda al País Basc el 1999). Com en molts altres àmbits, la posada en marxa de l'esquema autonòmic no ha estat aprofitada com una oportunitat per a la innovació i l'experimentació institucional; ben al contrari, ha estat un escenari de ratificació de les pràctiques dominants al nivell central.

2 La direcció executiva de la televisió pública queda sotmesa a control per part d'una comissió permanent del Congrés dels Diputats. Aquesta comissió es preocupa tant pels continguts de la programació televisiva, com pel finançament de l'activitat dels mitjans. Com tota altra comissió parlamentària, la seva composició és proporcional a la del Ple de la Cambra, el qual genera una conseqüència no prevista inicialment: els debats a la comissió de control tendeixen a reproduir –o a reproduir-se en; la qüestió no és me-

nor, però podem ara passar de llarg sobre aquest punt– els debats produïts en el Consell d'Administració.

La lògica parlamentària té, encara, una altra conseqüència: el Consell d'Administració deixa de ser el que el seu nom indica, l'organisme gestor d'una institució de titularitat pública, per transformar-se en un escenari de debat estrictament polític entre majoria i oposició. El Consell d'Administració, per tant, no gestiona; es limita a sentir les propostes del director general, i a votar-les segons alineaments estrictament de partit.

Els límits del model italià, doncs, apareixien ràpidament. En primer lloc, partidització més completa dels òrgans de gestió i del debat sobre el model i els continguts televisius. A Itàlia, un remei parcial a aquest problema es va abordar posant cada cadena de la RAI pràcticament en mans de directius vinculats o propers a partits polítics concrets: la DC mantenia el control de la 1, mentre la 2 s'apropava fortament a les preferències socialistes, i els comunistes es sentien més còmodes amb la tercera cadena. El pluralisme intern de la televisió pública es transformava en un pluralisme extern, entre cadenes diverses, cadascuna de les quals era, relativament, poc plural: no hi havia pluralisme en cada cadena, sinó en el conjunt de l'oferta.

Si el sistema, doncs, ja patia de problemes greus, l'aparició de les televisions privades el va mostrar com a inservible. A principis dels anys 80, i sota fórmules legals més o menys artificioses, apareixen televisions privades locals a Itàlia, seguint el model de les "ràdios lliures", unes quantes de les quals comencen a emetre en cadena. Sovint tenen el suport de cadenes formalment situades fora de la jurisdicció italiana: Montecarlo o San Marino esdevindrien dues superpotències audiovisuals de primera fila. Quan aquestes televisions locals comencin a integrar-se per donar lloc a grans cadenes d'àmbit nacional, apareixerà en escena la televisió privada.

L'aparició de les televisions privades a Europa ha tingut un impacte extraordinari sobre el nostre problema. El centre del debat s'ha desplaçat ara del pluralisme dels continguts al pluralisme dels operadors, del pluralisme intern al pluralisme extern: temes com competència, regulació del mercat, accés, etc., són els que han passat al primer pla en els últims anys, tant a escala de cada país com a escala de la UE. Els mecanismes de control parlamentari s'han mostrat ineficients per assumir aquesta dimensió, per una raó òbvia: els Parlaments nacionals són els "propietaris"

de les cadenes públiques de televisió, que competeixen amb els nous actors privats. La conseqüència és que els Parlaments no estan percebuts com a actors legítimats per actuar en el mercat: serien a la vegada jutge i part. Per aquesta via s'ha arribat a decantar, com a model idoni per a l'assegurament del pluralisme (i, més en general, del conjunt de valors establerts com a objectius per l'ordenament jurídic) l'esquema de les autoritats reguladores independents, en el qual s'insereix, per exemple, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Els instruments del pluralisme

Definit com a assegurament de la presència, en els continguts dels mitjans, dels principals elements definidors de la pluralitat social, el principi del pluralisme es concreta en l'existència d'un conjunt d'instruments (recollits en forma diversificada als diversos països). Els instruments fonamentals són:

1 L'assegurament d'una cobertura informativa proporcionada a la rellevància social del fenomen en qüestió. El seu àmbit essencial és el del pluralisme polític, on s'entén que cada força política ha de ser objecte d'una atenció (mesurada en temps en els informatius) proporcionada a la seva rellevància electoral i institucional. Assenyalem immediatament que disgusta als professionals, ja que els imposa quotes de presència, i requereix que algú cronometri el temps atribuït a les diverses presències polítiques, cosa que vol dir alguna possibilitat de supervisió i de sanció.

2 L'interès de les idees i propostes de cada formació política no ha d'estar lligada a les seves dimensions quantitatives. Per tant, a més de l'atenció proporcionada en els espais informatius, té sentit que hi hagi una presència igualitària en espais de debat, tertúlies, etc., on el que compta sigui la capacitat argumental i l'eficàcia discursiva dels diversos portantsveus. Sota aquesta hipòtesi, el Parlament italià va establir el 2000 la anomenada *paris conditio*, o "condició equivalent": els debats sobre temes d'actualitat política i social general han d'assegurar una presència inicialment igual per a totes les diverses forces polítiques, i que sigui la pròpia lògica del desenvolupament de la discussió la que vagi decantant l'ús que cada força en faci.

3 L'atribució a les organitzacions polítiques i socials considerades rellevants d'un temps de programació, de con-

tingut lliure, per donar a conèixer els seus punts de vista, anàlisis, propostes d'actualitat, etc. L'anomenat "temps d'antena" o "dret d'accés" és esmentat en la legislació espanyola, però l'únic país on s'ha desenvolupat de forma organitzada i regular és a Portugal, on partits polítics i organitzacions socials (sindicats, església, associacions de consumidors, etc.) tenen reservats uns minuts, en el prime time, on explicar els seus punts de vista a la societat. La durada dels espais s'estableix a priori, a través d'un acord entre aquestes organitzacions i els responsables de la tv pública, sota l'arbitratge de l'autoritat reguladora de l'audiovisual.

4 El dret de rèplica s'ha entès habitualment com un dret de caràcter privat, a través del qual una persona individual o jurídica rectifica o matisa informacions de caràcter fàctic. Però en l'àmbit polític (on pràcticament res no és d'ordre fàctic) tenir l'última paraula sobre una qüestió té la seva importància. França ha institucionalitzat la idea que una declaració formal del president de la República o del primer ministre ha de ser, necessàriament, seguida per declaracions de portantsveus de les forces polítiques discrepants, que poden compartir o, al contrari, discrepar de les declaracions formulades per la primera autoritat. En aquest sentit, un dels indicadors del pluralisme és donar a les forces d'oposició la possibilitat de dir l'última paraula, permetent-los de respondre a tota declaració política general o d'intencions que formuli el govern.

Mitjans públics i privats: Alguna diferència?

Ja hem dit que l'aparició dels mitjans privats, en trencar el tradicional monopoli governamental en el sector audiovisual, constituïa una promesa de garantia del pluralisme: al costat de les veus "oficials", se'n podrien sentir d'altres, independents i diferents de la del Govern.

La hipòtesi inicial, doncs, ha de ser que a major pluralisme extern, major pluralisme en els continguts; i, donada la dependència governamental dels mitjans públics, el pluralisme seria major en els mitjans privats que en els públics.

Tanmateix, no podem excloure la hipòtesi inversa. Mentre els mitjans privats, guiats essencialment per motivacions d'ampliar l'audiència, tendirien a concentrar la informació entorn del que constitueixen les preferències ma-

joritàries, els mitjans públics (especialment quan s'han creat instruments institucionals de seguiment i control, com comissions parlamentàries, consells de l'audiovisual, etc.) tindrien un fort incentiu per assegurar en major grau una presentació equilibrada (en els termes que abans hem definit) de les diverses forces polítiques, i, en general, de les diverses dimensions de la realitat social.

Malauradament, poca recerca empírica ha estat realitzada com per permetre discutir directament quina de les dues hipòtesis sembla més propera a la realitat. En termes de representacions socials, una àmplia sèrie d'estudis realitzats al Canadà dona resultats poc concloents (Monière, Fortier 2000). En un àmbit estrictament polític, cal esmentar l'estudi realitzat entre nosaltres per Ll. Oliva (Oliva 2000), que és un dels pocs publicats amb dades de seguiment sobre la cobertura informativa de les campanyes electorals, en aquest cas la de les eleccions generals de 1996. Tot i que les conclusions a què arriba l'autora són diferents ("les televisions privades [...] poden complir les funcions democràtiques de la premsa millor que les televisions públiques...": Oliva 2000, 185), les seves pròpies dades permeten mostrar que hi ha diferències entre la forma de cobrir aquestes informacions per part de les diferents televisions.

En primer lloc, pel que fa al temps de notícia dedicat a les diverses formacions polítiques (taula 1), s'observa que TVE distribuïa el temps d'informació, grosso modo, seguint els resultats de les anteriors eleccions generals (1993), tot i que reduint el pes dels dos principals partits, PSOE i PP, i potenciant els grups minoritaris. Això és especialment cert pel que fa als partits nacionalistes (CIU, PNB, CC), que totalitzaven, conjuntament, el 30,8% del temps d'informació dedicat a la campanya electoral (molt per damunt dels seus resultats electorals, que sumaven menys del 9% dels vots).

Antena 3 i Tele 5 seguien pautes clarament diverses respecte del mitjà públic, tot i que també amb diferències entre elles. Totes dues donaven més presència al PP que al PSOE; tractaven la tercera força política d'àmbit estatal, IU, de forma més o menys similar; i feien sortir força menys els partits nacionalistes. En aquest punt, destacava Antena 3, que els dedicava només el 6% del temps d'informació (i que, sempre segons l'autora, no concedia cap presència al PNB); Tele 5, en canvi, els concedia, conjuntament, el 14,3% del temps d'informació, el que, tot i quedar per sota de l'as-

signació feta per TVE, representava un cert potenciament, si hom té en compte els resultats electorals del 1993.

Si de la dada del temps dedicat passem al contingut de les informacions presentades, les diferències són també visibles, i indiquen dos vectors diferenciadors: en primer lloc, un primer contrast entre l'operador públic i els privats; i un segon, entre els propis operadors privats.

Com es pot observar a la taula núm. 2, TVE donava a les seves informacions sobre les tres primeres forces polítiques un to general favorable, o eventualment neutre, però no es feien presentacions desfavorables en cap cas. En els mitjans privats, les mencions neutres eren majoritàries però es pot observar el següent: respecte del PSOE, Antena 3 va donar més informacions desfavorables que favorables (13 contra 9), mentre que en el cas del PP el balanç era clarament favorable (32 a 4). En canvi, Tele 5 sembla haver calibrat minuciosament tant l'atenció prestada a totes dues formacions (el número de les mencions és exactament idèntic per a tots dos partits), com el to, ja que s'observa que el número de mencions favorables és exactament igual al de les desfavorables pels dos primers partits.

Per tant, en termes estrictes d'assegurament de la pluralitat de la cobertura informativa i de la seva neutralitat, TVE passava millor la prova que les altres dues cadenes. Òbviament, aquests resultats parcials deixen moltes preguntes no contestades: en primer lloc, què succeeix en altres contextos (pensem en les televisions autonòmiques públiques existents a l'Estat espanyol) o què ha succeït en altres eleccions, autonòmiques o generals. Però, sobretot, no serveix per decidir quin té més força entre els dos factors condicionants que esmentàvem:

- La pressió institucional sobre els mitjans públics per donar veu a un major nombre d'actors socials (com, en aquest cas, els partits polítics).

- El condicionament per l'audiència dels mitjans privats, que els portaria a concentrar l'atenció en els majors partits, en perjudici dels petits; fet al qual se sumaria que, sense pressions institucionals cap a la neutralitat, els diversos mitjans privats poden tenir preferències polítiques pròpies, que els portin a potenciar certs aspectes per damunt d'altres.

Taula 1 Distribució del temps dedicat a les diverses forces polítiques per les cadenes obertes d'àmbit general (en % sobre el total de temps dedicat a informar sobre la campanya electoral)

	TVE	Antena 3	Tele5
PSOE	28,2%	37,0%	32,8%
PP	25,9	37,3	35,2
IU	15,2	19,8	17,8
CIU	11,2	2,7	7,7
PNB	10,2	---	4,0
Nacionalistes bascos, en general	---	2,0	2,3
CC	9,4	0,7	---
ERC	---	0,4	0,3
HB	---	0,2	---

(Font: Reelaboració de les dades presentades per Oliva 2000, pàg. 179)

Taula 2 La imparcialitat de les grans televisions obertes, campanya electoral de 1996: número i orientació de les mencions a cada partit polític en els programes informatius. (Les codificacions en favorables/desfavorables/neutres són de l'autora.)

		TVE	Antena 3	Tele 5
a) PSOE	Favorables	13	9	11
	Desfavorables	---	13	11
	Neutres	5	24	16
b) PP	Favorables	10	32	11
	Desfavorables	---	4	11
	Neutres	7	16	20
c) IU	Favorables	4	6	4
	Desfavorables	---	1	1
	Neutres	7	18	16

(Font: Oliva 2000, pàg. 183 – 184)

Referències:

MONIÈRE, D.: J. Fortier, 2000. Radioscopie de l'information télévisée au Canada. Montréal: Presses de l'Université de Montréal.
 OLIVA, LL. 2000: "El minutatge als Telediarios: una solució imperfecta?", a Treballs de Comunicació, núm. 13-14: 167-187.

Radiotelevisió pública i pluralisme informatiu a Catalunya

Maria Corominas

Introducció

En resposta a un encàrrec del Parlament de Catalunya, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va elaborar un informe sobre el pluralisme informatiu a la ràdio i la televisió (1). L'informe analitza el marc legal vigent a Espanya i a Catalunya i les experiències desenvolupades a països europeus com França, Portugal, Itàlia o Gran Bretanya en matèria de pluralisme informatiu. Aporta també un estudi de continguts dels informatius de les televisions i ràdios catalanes. A més, recull els punts de vista dels diversos sectors –responsables polítics, d'associacions i entitats, professionals dels mitjans– i fa una aproximació a la percepció de la societat catalana sobre el pluralisme informatiu mitjançant un estudi d'opinió pública.

Aquest article es planteja una lectura i una anàlisi de les dades d'aquest estudi d'opinió, que es va realitzar entre els dies 16 i 17 de febrer de 2001 (2). D'una banda, s'hi estudia la percepció sobre els mitjans públics (ràdio i televisió); en segon lloc, sobre el pluralisme i, finalment, sobre la relació entre mitjans públics i privats.

1 Ràdio i televisió públiques

La població de Catalunya es declara, de forma molt majoritària, a favor de l'existència de mitjans públics de ràdio i de televisió: el 83,7% del total d'enquestats hi està a favor i un 8,6% en contra.

No hi ha diferències gaire significatives en funció del lloc de residència –el percentatge més baix que creu necessari aquests mitjans es dona a la demarcació de Barcelona, amb el 82,8% i el més alt a Girona, amb el 88,7%– ni de sexe –84,5% d'homes i 82,9% de dones–. En canvi, cal remarcar com el grup d'edat més jove (de 16 a 17 anys) és el que es manifesta menys convençut de la necessitat d'aquests mitjans: només un 62,5% dels enquestats d'aquesta franja d'edat els troba necessaris; un 23,6% no, un 6,5% no ho sap i un 7,4% no respon (3). A l'altre extrem hi ha no pas el col·lectiu de les persones de més edat (que en una proporció del 73,3% hi està a favor i és el segon “menys convençut”) sinó els individus entre 50 i 64 anys: nou de cada deu es declaren convençudes de la necessitat d'aquests mitjans i només el 5%, en contra.

Taula 1

Ràdio i televisió públiques: Població que en defensa la necessitat (per edat i nombre de població del municipi)

	Total	Edat						Població del municipi			
		16-17 anys	18-24 anys	25-34 anys	35-49 anys	50-64 anys	+ 64 anys	- 5.000 hab.	5.001 a 50.000 hab.	50.001 a 500.000 hab.	+ 500.000 hab.
Sí	83,7	62,5	84,2	88,5	85,3	90,4	73,3	86,4	87,6	78,8	84,1
No	8,6	23,6	12,0	6,9	13,0	5,0	3,6	7,3	5,3	10,6	10,7
No ho sap	5,6	6,5	3,3	1,4	1,5	4,3	17,4	3,9	5,2	7,9	3,8
No respon	2,1	7,4	0,5	3,2	0,2	0,3	5,8	2,4	2,0	2,7	1,4

Maria Corominas

Professora de Ciències de la Comunicació
de la Universitat Autònoma de Barcelona

També resulta significativa la diferència de quasi deu punts segons la població del municipi: els habitants de les poblacions més petites (amb menys de 5.000 habitants) són els més partidaris de la necessitat que la ràdio i la televisió públiques existeixin i els dels municipis entre 50.001 i 500.000 habitants, els que menys: només un 78,8% dels habitants d'aquestes poblacions s'hi declara a favor i el 10,6%, en contra.

Però aquesta posició majoritàriament favorable a l'existència de la ràdio i la televisió públiques no es correspon, necessàriament, amb un coneixement òptim d'aquests mitjans. Als enquestats no se'ls preguntava que definissin teòricament què entenien per mitjans públics (sempre en relació amb la ràdio i la televisió), ni tampoc no se'ls demanava que en una llista amb emissores públiques i privades seleccionessin les primeres. Per esbrinar, a partir de l'enquesta, aquest grau de coneixement cal, doncs, recordar a d'altres indicadors, entre els quals la "dependència" de l'Administració (4).

Tal com es reflecteix a la taula 2, en conjunt –menys el cas de Barcelona Televisió, amb un 36% que no ho sap o no respon–, la població enquestada identifica millor la dependència de les emissores de televisió (TVE1 amb l'Administració central; TV3, amb l'autonòmica; TV2 amb la central i Canal 33 amb l'autonòmica) que no pas de les emissores de ràdio (5)

Problement aquestes diferències s'han d'entendre en funció de l'audiència d'un mitjà i de l'altre. En aquest sentit i a més de les xifres generals, cal tenir en compte que el 97,7% dels enquestats declara que mira la televisió, per un 62,5% que diu explícitament que escolta la ràdio.

És possible també que aquest major o menor coneixement de la vinculació de les emissores a una administració

depengui, en el cas de la televisió, d'una banda, de l'antiguitat del canal i, de l'altra, del fet que sigui el primer –que també és, amb diferència, el que té més audiència– o el segon de la corporació corresponent. En ràdio, coincideix que el grau més alt de coneixement es correspon amb la major antiguitat de les emissores.

Un comentari particular mereix COMRàdio, en què més de la meitat dels enquestats (55,4%) o bé no sap identificar-ne la dependència de l'Administració o bé no respon, mentre que només en un 14,6% de respostes és vinculada a l'Administració local, davant d'un 26,2% que la relacionen amb l'autonòmica i un 3,8% que ho fa amb la central (6).

Finançament

En termes de finançament, no hi ha una concepció dominant que vinculi la ràdio i la televisió públiques en exclusiva amb el "diner públic". És més, la posició majoritària és a favor d'una fórmula que combini "diner públic i publicitat": una mica menys de la meitat dels enquestats (47,0%) es declara partidari d'aquesta via. No hi ha grans variacions en funció del lloc de residència –el percentatge més baix és el 43,6, corresponent als enquestats que resideixen a la demarcació de Lleida i el més alt, el 47,8, dels residents a la de Barcelona– o del sexe –el 47,6% de les dones i el 46,3% dels homes–. En canvi, quant a franges d'edat i d'acord amb la taula 3, hi ha quasi vint-i-cinc punts de diferència entre el 32,7% de la població de més de 64 anys que es manifesta partidària d'aquesta fórmula i el 57% dels enquestats del grup d'edats compreses entre 25 i 34 anys.

Es poden entendre aquestes dades com a acceptació social del sistema de finançament hegemònic de la ràdio i la televisió públiques, tant a escala estatal com a autonòmica o local; un model amb un pes molt elevat de la publi-

Taula 2

Ràdio i televisió públiques: Dependència de l'Administració

	TVE1	TV3	TV2	Canal 33	Barcelona Televisió	RNE	Catalunya Ràdio	COM Ràdio
Administració corresponent	75,7	72,7	71,9	71,1	55,5	60,3	57,2	14,6
Altres administracions	2,0	3,4	3,8	3,2	8,3	3,5	5,8	30,0
No ho sap / No respon	22,0	24,0	24,3	25,8	36,3	36,2	37,0	55,4

Taula 3

Ràdio i televisió públiques: Vies de finançament

	Total	Edat					
		16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
		anys	anys	anys	anys	anys	anys
Només diner públic	14,0	29,6	10,0	11,2	14,4	15,7	14,5
Diner públic i publicitat	47,0	48,7	54,3	57,0	45,0	48,7	32,7
Només publicitat	24,2	10,8	25,8	23,3	27,3	23,1	23,4
No ho sap	12,4	10,2	8,6	6,4	12,1	9,8	24,2
No respon	2,5	0,6	1,3	2,0	1,3	2,7	5,3

ciutat i amb ingressos públics procedents de subvencions i no pas del cànon o impost específic (7).

D'una banda, aquest plantejament es reforça si tenim en compte que, quantitativament, la segona posició tant en termes generals com en tots els grups d'edat llevat dels individus de 16-17 anys és per al finançament exclusiu mitjançant la publicitat –24,2% del total d'enquestats– i la tercera (també amb l'única excepció del sector de població més jove), a través del diner públic en exclusiva –14,0% del total–. De l'altra, també l'abona el fet que només dos de cada deu enquestats (21,1%) es mostren disposats a pagar algun tipus d'impost específic “per veure la televisió pública”, davant d'uns altres set (70,1%) que no.

Això no obstant, cal també puntualitzar que, en relació amb la publicitat, la mateixa enquesta permet entreveure una opinió un mica ambivalent ja que les respostes comentades més amunt es poden relacionar amb les que es donen a una altra pregunta on es planteja si en televisió n'hi hauria d'haver igual com ara, més o menys. En aquest segon aspecte, les respostes són contundents: el 90% diu menys.

2. Percepció del pluralisme

En sentit ampli, la noció de pluralisme informatiu remet a la multiplicitat de punts de vista en els continguts dels mitjans de comunicació, ja sigui en termes polítics com també socials, ètnics, religiosos, culturals, etc. L'informe del CAC proporciona una definició operativa, en funció de la qual “el grau de pluralisme d'un mitjà es pot mesurar en termes de la proximitat que hi ha entre la representació que fa de la societat

i la realitat social” (8). D'acord amb això, l'estudi d'opinió analitza la percepció que en té la població (major de 16 anys).

Un primer element d'anàlisi és la major o menor independència dels governs (i ja no, com anteriorment, de l'Administració) dels quals depenen els mitjans públics. El supòsit de partida correlacionaria una major independència amb un grau més alt de pluralisme. En aquest sentit, les respostes de l'estudi d'opinió són matisades. D'una banda, globalment, en una escala que va de 0 (gens independent) a 10 (molt independent) la (nota) mitjana és un 3,35; per tant, ens trobem en la gamma mitjana-baixa d'independència, tal com es recull a la taula 4 on queda situat en la sisena i darrera posició. Tot i això, també cal fer notar que el percentatge més alt de resposta es dona en la categoria “no ho sap”: un 19,9%; en segon lloc hi ha la població que troba que els mitjans públics són “gens independents” (14,6%) i en tercer, la que se situa en un terme mitjà i els atorga un 5 (13,3%).

Hi ha variacions segons el lloc de residència –des del 3,11 de mitjana de la demarcació de Barcelona fins al 4,34 de la de Girona, passant pel 3,65 de Lleida i el 4,20 de Tarragona– i en funció de la població del municipi –del 4,09 als de menys de 5.000 habitants al 2,39 a Barcelona capital–.

Si ens fixem en les mitjanes, la valoració millor –però no per això òptima– correspon a la forma com els mitjans públics reflecteixen la realitat cultural (5,16 de mitjana, la màxima i l'única que se situa per sobre de cinc) i la social (4,85 de mitjana).

Quant a la manera com els mitjans públics reflecteixen la realitat de les diverses zones de Catalunya, no hi ha canvis substancials en funció del lloc de residència, tot i que els habitants de la demarcació de Girona (amb un 23,8% que

Taula 4

Ràdio i televisió públiques i percepció del pluralisme

	Realitat cultural	Realitat social	Zones de Catalunya	Plurals	Realitat política	Independència del Govern
0 gens	3,9	4,7	4,5	6,3	7,5	14,6
1	1,4	1,7	0,8	2,1	2,6	5,0
2	3,6	4,0	5,0	4,4	6,2	10,5
3	5,9	6,4	10,2	8,1	9,6	8,7
4	10,6	13,3	10,3	9,4	14,3	11,2
5	15,7	19,4	17,3	20,5	13,5	13,3
6	14,7	11,7	9,3	8,7	10,7	5,4
7	12,3	9,9	6,5	7,3	6,1	3,3
8	7,4	5,4	3,4	4,2	4,2	2,8
9	0,9	0,9	0,9	0,4	1,1	0,5
10 molt	1,1	1,0	0,6	1,1	1,1	0,9
No ho sap	16,9	15,9	25,0	22,8	17,31	19,9
No respon	5,7	5,7	6,3	4,7	5,9	3,6
Mitjana	5,16	4,85	4,53	4,50	4,30	3,35
Desviació típica	2,15	2,13	2,10	2,25	2,33	2,44

respon que “no ho sap”) atorguen la mitjana més alta (4,94) i els de la de Barcelona, la més baixa (4,45, amb un 26,3% de respostes dins de la categoria “no ho sap”) (9).

Davant la pregunta que interrogava directament sobre el pluralisme de la ràdio i televisió pública (10), la percepció millora, però també amb matisos. D'entrada, la mitjana global que se li atorga és 4,50. Quant a respostes, quantitativament predomina la categoria “no ho sap”, amb un 22,8%, seguida de la població que els atorga un 5 (20,5%), un 4 (9,4%) i un 6 (8,7%).

Tenint en compte que es tracta sobre el pluralisme, sembla pertinent analitzar diversos punts de vista. En aquest sentit, són significatives les diferències que, en termes de sexe, es poden trobar en les respostes (vegeu la taula 5). D'una banda, en tots els casos la mitjana és més alta entre les dones que no pas entre els homes: les diferències oscil·len entre 0,13 (zones de Catalunya i mitjans plurals) i 0,34 (realitat social). En la mateixa línia, les dones aproven els mitjans públics pel que fa a la manera com reflecteixen les realitats cultural (5,28) i social (5,02), mentre que tant els homes (5,05) com el conjunt de la població (5,16) només ho feien en el primer cas.

D'altra banda, però, també cal fer notar com entre les dones el percentatge més alt de respostes tendeix a trobar-se en la categoria que diu que “no ho sap” (en tots els casos, llevat de la informació sobre la realitat social), davant de la major diversificació que es troba entre els homes (en tres ocasions el percentatge més alt de respostes se situa en el 5; i en unes altres tres en el 0, el 3 i “no ho sap”, respectivament).

Una altra variable significativa és l'edat (vegeu les taules 6a, 6b i 6c). En aquest camp s'observa com en línies generals la ràdio i la televisió públiques tendeixen a ser vistes més plurals pels grups de població més joves i més grans. En aquests grups, però, també se solen concentrar el major nombre de respostes en la categoria “no ho sap”.

3. Ràdio i televisió: Sector públic i sector privat

És relativament curiós que pràcticament un terç de la població diu que no sap en quines condicions estan (millors,

Taula 5

Ràdio i televisió públiques i percepció del pluralisme. Per sexes

	Realitat cultural		Realitat social		Zones de Catalunya		Plurals		Realitat política del Govern		Independència	
	D	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D	H
0 gens	4,1	3,7	4,6	4,7	4,8	4,3	6,0	6,7	6,6	8,5	13,3	16,0
1	0,5	2,3	0,6	2,8	0,2	1,5	0,6	3,8	1,3	3,9	4,7	5,3
2	3,3	3,9	4,1	3,9	4,0	6,0	3,8	5,1	5,9	6,5	10,2	10,9
3	3,9	8,0	4,2	8,7	8,4	12,2	7,2	9,1	6,5	12,8	6,6	10,9
4	9,6	11,6	10,7	16,1	8,9	11,7	9,7	9,1	14,2	14,4	8,6	14,0
5	15,4	15,9	19,9	18,9	18,6	15,8	20,5	20,5	15,0	11,8	15,2	11,3
6	16,2	13,0	13,4	9,9	9,8	8,7	6,9	10,6	10,6	10,8	5,1	5,8
7	11,9	12,8	9,8	9,9	6,7	6,2	7,6	6,9	4,8	7,6	2,7	4,0
8	6,4	8,4	4,8	6,0	2,9	4,0	2,9	5,5	4,8	3,6	3,3	2,4
9	1,0	0,8	0,9	0,9	0,4	1,5	0,2	0,6	1,0	1,2	0,7	0,3
10 molt	1,5	0,7	1,5	0,5	0,5	0,7	1,4	0,8	0,7	1,6	1,1	0,8
No ho sap	18,8	14,9	18,4	13,3	26,3	23,5	28,7	16,4	21,7	12,7	25,1	14,4
No respon	7,3	4,0	6,9	4,4	8,4	4,1	4,6	4,8	7,1	4,5	3,4	3,9
Mitjana	5,28	5,05	5,02	4,68	4,59	4,46	4,57	4,44	4,43	4,18	3,47	3,24
Desviació típica	2,13	2,16	2,13	2,12	2,05	2,15	2,19	2,29	2,25	2,40	2,51	2,36

Taula 6a

Ràdio i televisió públiques i percepció del pluralisme. Per edats

	Realitat cultural						Realitat social					
	Edat						Edat					
	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
0 gens	9,8	0,6	3,3	2,3	8,4	3,3	9,8	2,2	7,5	2,0	7,4	3,5
1	---	0,4	2,2	2,4	1,2	0,3	0,7	0,8	2,3	2,4	2,1	0,5
2	---	3,8	3,4	4,4	5,0	1,7	0,5	4,5	2,6	4,1	5,7	3,9
3	6,6	1,4	6,9	8,2	3,8	6,9	10,9	4,7	9,1	7,0	4,8	4,8
4	15,3	13,0	6,2	16,6	12,3	3,0	9,2	17,6	11,2	16,3	16,0	6,6
5	9,4	21,0	11,2	18,4	17,6	11,9	23,6	21,5	15,2	26,1	19,7	12,5
6	3,8	25,8	22,0	11,7	10,6	9,6	1,4	16,8	15,3	10,5	10,1	9,5
7	17,7	12,6	16,5	10,6	12,4	9,1	18,1	13,1	14,3	8,5	6,8	6,9
8	11,6	4,7	11,8	6,3	6,4	6,7	5,8	4,5	6,7	5,3	6,0	4,2
9	0,7	3,8	0,1	0,7	0,4	0,4	1,2	1,2	1,2	0,4	1,3	0,6
10 molt	0,8	0,3	1,8	2,6	0,3	0,1	---	---	1,7	1,9	1,0	0,1
No ho sap	23,0	8,1	7,2	12,1	16,7	37,8	18,1	7,1	5,7	13,1	14,3	37,0
No respon	1,4	4,4	7,3	3,7	4,7	9,3	0,6	5,9	7,2	2,3	4,7	10,1
Mitjana	5,04	5,57	5,51	5,00	4,69	5,21	4,70	5,07	4,92	4,91	4,56	4,84
Desviació típica	2,56	1,63	2,17	2,10	2,33	2,16	2,35	1,78	2,37	1,93	2,30	2,13

Taula 6b

Ràdio i televisió públiques i percepció del pluralisme. Per edats

	Zones de Catalunya						Plurals					
	Edat						Edat					
	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
0 gens	9,8	3,2	6,2	3,8	6,8	1,8	10,1	5,9	9,9	6,0	6,8	2,6
1	---	0,7	0,6	1,3	1,0	0,4	---	0,8	3,2	3,5	1,4	1,4
2	5,9	2,7	6,6	5,3	6,6	2,9	0,7	2,9	4,6	4,2	6,7	3,7
3	11,7	9,1	13,2	11,2	11,4	5,3	10,1	4,8	9,0	11,0	7,3	6,3
4	3,1	12,6	9,2	9,5	14,1	7,9	8,8	9,6	10,7	11,6	11,9	2,7
5	3,3	21,9	17,1	24,8	16,9	7,3	3,2	25,6	18,2	26,6	18,1	16,8
6	2,3	16,3	11,4	7,4	8,5	6,6	14,5	14,0	7,9	6,3	10,2	6,6
7	17,1	6,9	9,0	7,1	4,0	3,6	12,1	12,7	10,0	5,4	6,7	3,2
8	1,8	1,4	5,6	2,2	1,9	5,8	0,5	2,8	4,9	4,2	5,2	4,1
9	---	1,6	0,3	0,2	1,5	1,7	0,8	1,6	0,2	0,3	0,1	0,2
10 molt	---	0,2	0,7	0,9	0,9	0,1	---	0,5	1,7	1,0	2,2	0,1
No ho sap	43,9	20,2	11,8	21,1	21,8	46,1	38,7	14,3	16,4	17,0	20,4	42,0
No respon	1,3	3,0	8,3	5,4	4,4	10,4	0,6	4,5	3,3	3,1	3,1	10,5
Mitjana	4,07	4,79	4,53	4,48	4,16	5,03	4,37	4,96	4,34	4,32	4,54	4,61
Desviació típica	2,65	1,80	2,21	1,94	2,16	2,19	2,45	2,06	2,47	2,11	2,34	2,06

Taula 6c

Ràdio i televisió públiques i percepció del pluralisme. Per edats

	Realitat política						Independència del Govern					
	Edat						Edat					
	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
0 gens	9,8	3,1	8,5	6,1	12,1	6,5	10,8	17,1	17,4	16,8	16,0	6,3
1	---	1,3	3,5	5,4	1,1	0,6	0,5	1,4	7,0	7,1	5,8	2,9
2	7,1	6,8	7,6	7,8	5,6	2,7	7,3	7,2	11,3	12,7	10,8	9,6
3	24,4	11,7	8,3	8,1	12,1	6,1	13,6	6,4	9,7	11,0	9,2	5,0
4	7,8	17,7	17,6	19,4	14,2	3,2	2,5	13,5	13,9	13,3	10,2	7,0
5	12,5	16,0	16,3	14,3	12,4	9,1	22,3	23,0	10,5	13,1	14,3	7,2
6	13,5	14,0	9,3	14,2	9,6	5,9	14,1	10,4	5,2	3,3	6,7	2,4
7	2,9	8,1	5,4	5,6	5,5	7,3	1,0	2,2	4,7	2,6	4,2	3,1
8	1,5	3,6	4,6	1,5	5,2	7,2	0,8	1,2	3,9	3,1	2,2	3,6
9	---	0,2	1,3	1,2	0,3	2,5	0,7	0,3	---	1,2	0,1	0,6
10 molt	0,6	0,7	2,4	1,1	1,2	0,1	---	1,1	1,0	1,5	0,5	0,5
No ho sap	18,5	12,3	8,7	11,3	14,7	39,3	25,9	13,3	12,1	12,9	18,3	41,8
No respon	1,3	4,6	6,5	4,0	5,9	9,4	0,6	3,0	3,1	1,5	1,6	9,8
Mitjana	3,75	4,56	4,26	4,16	4,03	4,90	3,83	3,64	3,22	3,18	3,26	3,66
Desviació típica	2,07	1,92	2,41	2,17	2,44	2,68	2,13	2,35	2,47	2,47	2,38	2,50

Taula 7

Ràdio i televisió públiques. Condicions de competència amb el sector privat

	Total	Sexe		Edat					
		Home	Dona	16-17 anys	18-24 anys	25-34 anys	35-49 anys	50-64 anys	+ 64 anys
Millor	15,0	15,2	14,7	8,5	12,5	19,8	21,1	12,2	8,0
Igual	28,1	29,8	26,5	25,2	33,1	27,5	26,5	30,8	25,2
Pitjor	21,3	25,9	17,0	22,4	30,6	22,2	21,2	25,7	9,5
No ho sap	31,7	25,8	37,2	42,5	17,0	27,4	29,2	30,3	48,7
No respon	3,9	3,2	4,6	1,3	6,9	3,0	2,0	1,0	8,6

iguals o pitjors) la ràdio i la televisió públiques a l'hora de competir en el mercat audiovisual (11). En aquest aspecte hi ha, però, diferències significatives, tal com es pot observar a la taula 7, tant per franges d'edat com entre homes i dones.

En termes generals, es pot interpretar que la pregunta planteja algunes dificultats, ja sigui de comprensió o en l'enunciat, perquè en altres aspectes hi ha una opinió formada sobre la ràdio i la televisió públiques i privades.

Per exemple, l'enquesta permet comparar la percepció sobre els mitjans pel que fa a la "presència de polítics", a la qual correspon una mitjana de 2,37 en els públics i 2,31 en els privats. En concret i respectivament, un 42,2% i un 37,3% dels enquestats troben que hi ha "molta" presència; també resulta significatiu, però, que un terç llarg (36,3% i 35,2%) la valora com a "adequada".

En una línia semblant, que tendeix més aviat a l'acceptació o a l'aprovació de la situació de fet, el 37,3% dels enquestats opina que la informació sobre qüestions polítiques als mitjans públics és "adequada" (12), seguit, certament, del 34,4% que considera que és "molta" (13).

Així mateix, l'enquesta també recull una valoració sobre els informatius i diverses emissores de ràdio i televisió –que encara que a les preguntes concretes no s'identifiquin així, són públiques i privades–. La taula 8 n'ofereix una comparació, tant en termes de la valoració dels informatius en general com de la credibilitat en particular.

Una primera lectura de la taula 8, i especialment si no més atenem les mitjanes, pot suggerir que almenys hi ha un grau de satisfacció suficient en relació amb els informatius dels diversos canals, ja que en tots els casos la xifra supera el 5. Seguint el símil amb les qualificacions esco-

lars, la valoració per a Catalunya Ràdio, TV3 (mitjans públics) i Ser/ Ràdio Barcelona (privat) pràcticament és de notable.

Encara en aquest nivell, la ràdio apareix més ben valorada que no pas la televisió. Amb tot, cal precisar que, en general, la mitjana de les emissores de televisió és el resultat d'un nombre molt més alt de respostes.

Per complementar la imatge sobre la percepció general dels diversos canals, l'enquesta d'opinió presenta també una valoració general de les diverses emissores de televisió i de ràdio, tal com es recull a la taula 9. De nou, cal observar aquí com la valoració més alta en el cas de la ràdio es correspon també amb un nombre molt més baix de respostes (14), així com les primeres posicions per a les emissores de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (ara amb Canal 33 inclòs) i per Ser / R. Barcelona.

Malgrat que no s'analitzin en detall les particularitats o diferències per sectors, val la pena remarcar que, entre les vint cadenes o emissores de ràdio o de televisió, les dones en fan una valoració més alta que no pas els homes en 18 casos: les dues excepcions són Com Ràdio i RAC 1.

L'enquesta aprofundeix encara en la percepció de la televisió i, en particular, sobre la correlació que s'estableix entre els diversos tipus de programes i les emissores. En aquesta línia, la taula 10, tot i que no és exhaustiva en el sentit que no aplega pas tots els tipus de programes, il·lustra la tendència a vincular uns continguts amb un tipus de programació.

Des d'una altra perspectiva, les xifres d'audiència de televisió corresponents al mes en què es va realitzar l'enquesta (febrer de 2001) confirmen la posició central de TV3, que va ocupar la primera posició amb un 23% de

Taula 8. Informatius de televisió i ràdio (mitjana/percentatge de respostes)

Valoració general			Credibilitat		
- Catalunya Ràdio	7,39	31,2%	- Catalunya Ràdio	7,12	28,6%
- TV3	7,10	75,1%	* Ser / R.Barcelona	6,86	20%
* Ser /R.Barcelona	6,91	21,8%	- TV3	6,77	70,4%
* Onda Cero/ORambla	6,68	16%	* Onda Cero /ORambla	6,65	14,7%
* Tele 5	6,59	69,8%	* Canal Plus	6,60	22,2%
Ràdio local	6,59	6,9%	* Ona Catalana	6,50	9,8%
* Canal Plus	6,57	21,4%	* Tele 5	6,40	64,6%
* Ona Catalana	6,49	9%	- Canal 33	6,23	43,3%
- TV2	6,43	56,7%	Ràdio local	6,31	6,7%
- RNE	6,34	11,9%	- Com Ràdio	6,13	8%
- Canal 33	6,32	41,9%	- TV2	6,11	54,3%
- Com Ràdio	6,31	7,7%	TV Local	6,08	8,9%
- Ràdio 4	6,29	4,7%	- RNE	6,05	11,3%
* Antena 3	6,28	68,7%	* Antena 3	6,03	63,5%
TV Local	6,02	7,5%	* Cope	5,82	12,7%
- TVE 1	5,96	70%	- TVE 1	5,64	67,2%
* Cope	5,87	13,8%	* Ràdio 4	5,51	4,7%

En cursiva, emissores de ràdio. – mitjans públics. * mitjans privats

Taula 9

Valoració general d'emissores de televisió i de ràdio (mitjana/% respostes)

Televisió			Ràdio		
* Via Digital	7,29	4,5%	- Catalunya Ràdio	7,43	36,7%
* Canal Satélite Digital	7,17	8,8%	* Ser / Ràdio Barcelona	6,96	27,7%
- TV3	6,83	88,2%	* Onda Cero/Onda Rambla	6,74	20,5%
* Canal Plus	6,80	32,9%	Ràdio local	6,59	9,2%
- Canal 33	6,44	75,7%	* RAC 1	6,44	7,4%
- TV2	6,09	79,9%	- Com Ràdio	6,42	10,6%
* Tele 5	6,05	87,2%	* Ona Catalana	6,12	11,3%
* Antena 3	6,01	85,9%	- Ràdio 4	5,82	5,2%
Televisió local	5,65	10,3%	- RNE	5,81	16,1%
- TV1	5,33	86%	* Cope	5,74	19,6%

Taula 10.

Televisió: Tipus de programes i canal on es miren (en percentatge, tres primers)

Informatius		Cinema		R.esportives		Esports		Magazins	
TV3	57,3	Tele 5	51,4	TV3	49,6	No en veu	48,2	No en veu	55,3
Tele 5	39,7	TV3	47,8	TVE1	27,9	TV3	31,2	Antena 3	22,2
TVE 1	34,4	Antena3	47,0	No en veu	38,3	Canal 33	22,0	Tele 5	17,8

(Un mateix tipus de programa és, o pot ser, mirat en més d'un canal)

quota de pantalla, seguida de Tele 5 (19%), Antena 3 (19,6%) i TVE 1 (18,7%). Dues retransmissions de partits de futbol –tot i que un 38,3% d'individus declaraven a l'enquesta que no veien retransmissions esportives però també en correspondència amb el 50,1 que en una altra pregunta de la mateixa enquesta deien que els interessava la programació esportiva en televisió— i un capítol de la sèrie Veterinaris es van situar, per aquest ordre, en les tres primeres posicions tot superant el milió d'espectadors.

4. Síntesi i reflexió final

En síntesi, i molt a grans trets, tal com s'ha argumentat, la lectura de les dades de l'enquesta d'opinió dibuixa un panorama marcat per:

Un consens social molt ampli a favor de la radiotelevisió pública, amb un lleuger afebliment en el sector d'edat més jove (16-17 anys), de les persones de més de 64 anys i entre els individus de municipis entre 50.001 i 500.000 habitants.

Un coneixement social relatiu de la vinculació entre les emissores de radiotelevisió pública i les administracions corresponents, significativament menor en el cas de la ràdio.

Una posició majoritària a favor del finançament mixt de la radiotelevisió pública mitjançant publicitat i “diner públic” no procedent d'un impost específic.

Una opinió bastant formada –però amb un significatiu 20% que no ho sap– sobre una dependència excessiva dels mitjans públics envers els governs.

Una valoració en la gamma mitjana-baixa i decreixent pel que fa a la capacitat dels mitjans públics de ràdio i televisió per reflectir la realitat cultural, la realitat social, les di-

verses zones de Catalunya, la pluralitat i la realitat política.

No hi ha correspondència directa entre aquesta percepció i la dels experts consultats pel CAC.

Les dones, els més joves i els més grans tendeixen a percebre els mitjans públics més plurals.

No es defineix una imatge nítida en termes generals dels mitjans públics (ràdio i televisió) en comparació amb els privats.

Són considerats de forma força similar pel que fa a la presència dels polítics i també en la valoració general dels informatius i la credibilitat.

Catalunya Ràdio i TV3 (públiques) són els mitjans més ben valorats.

No es poden extreure conclusions sobre els mitjans locals que s'identifiquen com a “televisió local” o “ràdio local” sense especificar si es tracta d'emissores públiques, privades o incloent els dos tipus.

Cal entendre que aquesta enquesta proporciona una primera aproximació a la percepció dels mitjans públics en general i del pluralisme en particular. En tractar-se d'un estudi puntual, cal considerar els resultats com uns primers indicadors que, eventualment i en el cas que aquesta línia tingui continuïtat, podran evolucionar i definir algunes tendències.

Això no obstant, aquests primers resultats aporten, per primera vegada a Catalunya, una llum diferent a la que projecten habitualment els d'audiència. Efectivament, la informació sobre l'audiència dels mitjans de comunicació es pot considerar un indicador sobre la percepció que els individus en tenen: més o menys positiva o més o menys orientada a uns programes o a uns altres en funció dels consums. Es tracta, però, d'un indicador que en realitat considera els individus com a consumidors, d'acord amb la lògica de la publicitat, que és l'estímul dels estudis so-

bre aquest àmbit. La iniciativa del cac d'encarregar un estudi d'opinió –malgrat les limitacions que es poden assenyalar de les enquestes d'opinió– representa un pas per estudiar la percepció dels individus sobre els mitjans entenent-los o considerant-los més com a ciutadans, d'acord amb la lògica associada a l'organisme regulador.

Notes

1 Vegeu l'Informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans de ràdio i televisió que es va presentar al Parlament el 14 de juny de 2001 (Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya, núm.200, 21 de juny de 2001).

2 Enquesta realitzada per l'Institut Opina a 1.600 persones a Catalunya (400 a cada província) mitjançant entrevista telefònica. L'univers d'anàlisi era la població major de 16 anys i resident a llars amb telèfon. El marge d'error és de $\pm 2,45\%$ per un marge de confiança del 95% sota el supòsit de màxima indeterminació ($p=q=50\%$). La mostra es va dissenyar de manera que el marge d'error per a cadascuna de les quatre províncies fos de $\pm 4,90\%$ per un marge de confiança del 95% i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p=q=50\%$).

3 Per interpretar aquestes xifres també cal tenir en compte que en aquesta franja d'edat hi ha el menor nombre de respostes: 51.

4 En concret, la pregunta deia: «De quina Administració pública creu vostè que depenen els mitjans de comunicació que li diré a continuació: TV1, TV2, TV3, Canal 33, Televisió de Barcelona, RNE, Catalunya Ràdio i ComRàdio.» La resposta permetia quatre opcions: l'Administració central, l'autònoma, la local o no ho sap / no contesta.

5 En televisió, aquesta xifra s'obté a partir de respostes a la pregunta: «Quin o quins canals de televisió acostuma vostè a veure?», tot sumant els percentatges següents: no mira la televisió, 1,1%; no ho sap, 1,0% i no respon 0,2%; la resta –és a dir, 97,7%– declara que mira algun o alguns canals. En ràdio, a la pregunta «Quina o quines cadenes radiofòniques acostuma vostè a escoltar?», un 17% diu que no ho sap i un 19,6% no respon; la resta (62,5%) identifica alguna o algunes emissores.

6 ComRàdio es defineix com «la ràdio pública» impulsada pel Consorci de la Comunicació Local (CCL), que al seu torn està integrat «per la Diputació de Barcelona i un centenar de municipis, entre els quals s'hi compta l'Ajuntament de Barcelona» (<http://com-radio.com>, [Consulta: novembre de 2001]). El CCL també compta amb la iniciativa com Emissores (<http://www.comemissores.com>), que aplega un centenar d'emissores municipals de ràdio.

7 A Espanya el cànon sobre ús i tinença de receptors es va eliminar l'any 1966.

8 Vegeu el Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya, núm. 200, pàg. 5. De forma més àmplia, vegeu les reflexions sobre el concepte «pluralisme» als apartats 1 i 2 de l'Informe (pàg. 3-5).

9 Com a contrast, val la pena recordar que els experts consultats pel cac per a l'elaboració de l'Informe tenien una posició més crítica: «La representació deficitària del territori és entesa, per unanimitat, com l'assignatura pendent de tots els mitjans de comunicació i factor determinant que accentua les mancances pluralistes dels mitjans» (pàg. 11).

10 «En quina mesura creu vostè que els mitjans de comunicació públics són plurals? (0 = gens plurals; 10 = molt plurals).»

11 L'enunciat de la pregunta era: «Creu vostè que els mitjans de comunicació públics estan en millor, igual o pitjor condició que els privats a l'hora de competir en el mercat audiovisual?».

12 Cal fer notar algunes diferències apreciables entre franges d'edat: el 51,1% dels joves de 16-17 anys, el 32,3% de 18 a 24, i el 44,1% dels individus de 25 a 34.

13 En comparar explícitament mitjans públics i privats en aquestes qüestions de representació política, es pot entendre que l'enquesta participa en certa forma de la tendència a (quasi) igualar pluralisme i representació política. En aquest sentit, a les conclusions (pàg. 10 i següents) de les entrevistes amb experts i representants de col·lectius socials, l'Informe diu textualment: «És generalitzada la percepció que els mitjans audiovisuals de Catalunya són poc plurals i que hi ha una tendència excessiva a associar, conscientment o inconscientment, el pluralisme amb la representació política» (pàg.11).

14 Aquest també és el cas, en televisió, de les dues plataformes digitals on, a més, hem d'entendre que hi ha un abonament, de la local i de Canal Plus.

Recomanació del Consell d'Europa sobre el pluralisme als mitjans de comunicació

El 20 de desembre del 2000, el Comitè de Ministres del Consell d'Europa va aprovar la Recomanació Rec(2000)23, relativa a la independència i les funcions de les autoritats de regulació del sector de la radiodifusió. Les seves línies directrius, presentades de forma resumida, són les següents.

1 Quadre legislatiu general

Els Estats membres haurien d'establir autoritats de regulació del sector de la radiodifusió. Els reglaments i procediments que regulin el seu funcionament haurien d'establir amb claredat la seva independència i protegir-la.

La llei ha de definir clarament les obligacions i les competències de les autoritats de regulació, així com els mitjans per al seu funcionament, els procediments de nominació dels seus membres i les modalitats del seu funcionament.

2 Nominació, composició i funcionament

Les regles que regeixin aquestes autoritats, en particular la seva composició, són un element clau de la seva independència. Així doncs, s'haurien de definir les regles de manera que protegeixin les autoritats de tota ingerència externa, especialment per part de les forces polítiques o d'interessos econòmics.

A tal efecte, les regles haurien de definir clarament un règim d'incompatibilitats de manera que s'eviti:

- que les autoritats de regulació estiguin sota la influència del poder polític;
- que els membres de les autoritats de regulació exerceixin funcions o tinguin interessos en empreses o altres organismes del sector dels mitjans de comunicació, o en sectors connexos, que poguessin provocar un conflicte d'interessos en qualitat de membre de l'autoritat de regulació.

D'altra banda, les regles haurien de garantir que els membres de les autoritats:

- siguin elegits de manera democràtica i transparent;
- no rebin cap mandat ni rebin instruccions de cap particular ni instància;
- s'abstinguin d'efectuar declaracions o d'emprendre tota acció susceptible de causar perjudici a la independència de les seves funcions o d'extreure'n cap profit.

Les regles haurien de definir allò relatiu a la revocació dels seus membres, de manera que s'eviti que aquesta pugui ser un mitjà de pressió política.

En particular, la revocació només hauria de ser possible en el cas de no respectar les regles en matèria d'incompatibilitats.

Donat el caràcter específic del sector de la radiodifusió, les autoritats de regulació haurien d'incloure experts en les matèries que els siguin assignades.

3 Independència financera

La llei hauria d'establir criteris clars pel que fa a les modalitats de finançament de les autoritats de regulació; és un altre element clau de la seva independència.

Les autoritats públiques no haurien d'utilitzar el seu poder de decisió financera per interferir en la independència de les autoritats de regulació.

4 Poders i competències

Poders en matèria de regulació

Subjectes a una delegació clarament definida pel legislador, les autoritats de regulació haurien de tenir el poder d'adoptar normes i línies directrius de regulació relatives a les activitats dels operadors.

Concessió de llicències

Una de les tasques essencials de les autoritats de regula-

ció del sector és normalment la concessió de llicències de radiodifusió. La llei hauria de definir clarament les condicions fonamentals i els criteris que regeixin la concessió i renovació de les llicències.

Les regles que regulin els procediments de concessió de llicències haurien de ser clares i precises, i aplicades de manera oberta, transparent i imparcial. Les decisions preses en la matèria per les autoritats reguladores hauria de ser objecte d'una apropiada publicitat.

Les autoritats de regulació haurien de prendre part en el procés de planificació de les freqüències nacionals atribuïdes als serveis de radiodifusió. Haurien de tenir plenes competències en l'autorització als operadors a prestar serveis de programes sobre les freqüències atribuïdes a la radiodifusió. Això darrer no té cap efecte sobre l'atribució de freqüències als operadors de xarxes de transmissió, en aplicació de la legislació de telecomunicacions.

Seguiment del respecte als compromisos i obligacions dels radiodifusors

Una altra funció essencial de les autoritats de regulació hauria de ser la vigilància sobre el respecte a les condicions establertes per la legislació i les llicències atorgades. En particular, haurien de vigilar el respecte en base als principis i enunciat de la Directiva Europea de Televisions sense Fronteres, amb especial èmfasi als principis definits a l'article 7.

Les autoritats de regulació no haurien d'exercir cap control a priori sobre els programes, i la seva vigilància hauria de ser sempre després de la seva emissió.

Les autoritats de regulació haurien de tenir el dret de sol·licitar i rebre informacions als radiodifusors, atès que això és necessari per al correcte desenvolupament de la seva tasca.

Les autoritats de regulació haurien de tenir plenes competències per examinar totes les queixes que hi pugui haver dins del seu àmbit d'actuació i de publicar de forma periòdica les seves conclusions sobre la matèria.

Quan un radiodifusor no respecti la llei o les condicions específiques de la seva llicència, les autoritats de regulació

haurien de tenir la capacitat d'imposar sancions de conformitat amb la llei.

La llei ha de preveure i establir una sèrie de sancions, començant per l'advertència. Tota sanció ha de ser proporcionada i no es pot prendre sense que el radiodifusor hagi tingut la possibilitat d'explicar-se. D'altra banda, tota sanció ha de ser susceptible de control pels tribunals competents segons la llei de cada Estat membre.

Competències enfront dels radiodifusors de servei públic

Les autoritats de regulació poden assumir la funció pròpia dels òrgans de control dels ens de radiodifusió pública, respectant sempre la seva independència editorial i la seva autonomia institucional.

5 Responsabilitat

Les autoritats de regulació haurien de donar comptes de la seva activitat, per exemple a través d'informes ad hoc relatius a les seves activitats o a l'exercici de les seves missions.

Amb l'objectiu d'assegurar la independència de les autoritats de regulació, és necessari que siguin controlades únicament en relació amb la legalitat de les seves activitats, així com a la correcció i transparència del seu funcionament financer. Pel que fa referència a la legalitat de les seves activitats, aquesta supervisió hauria de ser efectuada solament a posteriori.

Tota decisió presa i norma de regulació adoptada per les autoritats de regulació hauria de ser:

- fonamentada i de conformitat amb el dret estatal;
- susceptible de control pels tribunals competents segons la llei estatal;
- pública.

El text complet de la Recomanació pot trobar-se a:

<http://www.humanrights.coe.int/media/documents/legal%20texts/regulatory-authorities.doc>

Conversa amb Manuel Castells

Joan Manuel Tresserras

Manuel Castells és autor de la magna obra *La era de la informació*. És professor d'investigació en sociologia del Consell Superior d'Investigacions Científiques a Barcelona, membre de l'Acadèmia Europea i de l'Alt Comitè d'Experts sobre la Societat de la Informació, nomenat per la Comissió Europea. Ha estat catedràtic de sociologia i planificació urbana i regional de la Universitat de Califòrnia a Berkeley, catedràtic i director de l'Institut Universitari de Noves Tecnologies de la Universitat Autònoma de Madrid i professor de sociologia de l'Escola d'Alts Estudis en Ciències Socials de París. Darrerament, s'ha incorporat com a professor a la nova proposta docent de la Universitat Oberta de Catalunya, des d'on dirigeix l'Institut Interdisciplinari d'Investigació sobre Internet (IN3), i és membre honorari de la Societat Catalana de la Comunicació (organisme de l'Institut d'Estudis Catalans).

Joan Manuel Tresserras és professor del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB. Ha investigat sobre la societat de masses i sobre l'impacte social de les noves tecnologies de la informació i la comunicació. En l'actualitat, és conseller del CAC.

Joan Manuel Tresserras (**J.M.T.**). Quina creu que és, en l'actual conjuntura, la relació que podem establir entre el procés d'informacionalització i el desenvolupament de les indústries de l'audiovisual a tot el món?

Manuel Castells (**M.C.**). Tot està digitalitzat, per tant la capacitat de comunicació digital equival a la capacitat de comunicació. Però si la tecnologia es relaciona, els continguts no, és a dir, cada mitjà té el seu llenguatge específic i el seu model de negoci específic. Per exemple, la digitalització de la televisió (del procés de producció més que de la imatge en si) permet una integració del text, imatge, so, documentació, que fa de la televisió dinàmica un veritable hipertext virtual. Però això no significa que es retransmeti per Internet. Internet és un altre mitjà de comunicació específic, si bé Internet és clau en la producció i gestió de la televisió. És a dir, hi ha convergència tecnològica en la digitalització, convergència empresarial en la constitució de grups multimèdia, però diferenciació creixent en el mitjà i en el missatge entre els diferents tipus de comunicació electrònica.

J.M.T. Què li sembla l'estratègia europea de defensa de la pròpia indústria audiovisual basada en el compliment de quotes de producció i de difusió?

M.C. Un proteccionisme miop. S'ha de competir fent millor televisió, com la BBC, no obligant els ciutadans a veure pitjor televisió en la seva llengua i en els seus temes.

J.M.T. Quina és la influència d'aquesta estratègia de l'audiovisual a Europa, on el pes de la diversitat local en l'organització de la indústria continua essent molt considerable, en la construcció d'una consciència europeïsta i del que vostè anomena una identitat/projecte d'abast europeu?

M.C. Jo crec que és essencial tenir una televisió europea competitiva i de qualitat, com a element essencial de la construcció d'un imaginari comú europeu, una dimensió clau de la construcció de la identitat europea entesa com a identitat-projecte. És quelcom comparable al que va representar el paper de TV3 en la normalització de la llengua catalana i en la reconstrucció de la identitat catalana. Però el problema és com es fa. Si amb una política provinciana, a cop de decret napoleònic, o bé acceptant que estem en un sistema global i en una economia oberta, i augmentant els recursos propis per crear televisió de qualitat, en lloc de copiar els mals programes americans en clau nacional, com es fa a França i a Espanya. Aquesta contraofensiva cultural té a veure amb la formació de bons professionals

en les escoles audiovisuals, amb el finançament de capital de risc, amb la millora de la qualitat de les televisions públiques, despolititzant-les (és un escàndol la servitud del poder de les televisions públiques a Espanya), respectant l'autonomia dels professionals i apostant per la rendibilitat possible d'una televisió diferent. La televisió pública holandesa *VPRO* ho ha intentat, amb èxit notable d'audiència, de continguts i de finançament.

J.M.T. Algunes grans indústries audiovisuals no occidentals (Índia, Brasil...) semblen haver resistit el procés de concentració i centralització mundial sense haver perdut la seva considerable especificitat. ¿Li sembla que aconseguiran una quota estimable de presència als mercats culturals globals?

M.C. No, amb tot el respecte. Brasil està dominat per l'imperi d'O Globo, que és brasilera però multinacional. I a l'Índia (una de les meves estudiants índies està acabant la seva tesi sobre el tema), Murdoch hi té un pes considerable. El que passa és que Murdoch va entendre que per prosperar a l'Índia calia lligar-se a la identitat cultural de cada Estat i cada llengua. Així, la televisió de Madràs (en tamil) és molt diferent de la de Nova Delhi, en hindú. En realitat, el panorama mundial depèn de les aliances o divergències entre els interessos polítics dels governs i els interessos econòmics de les multinacionals. Però, entre ambdós, assistim a una proliferació de televisions locals i comunitàries que estan democratitzant i enriquint el món de la comunicació, que és un món cada vegada més global i més local. La relació entre allò global i allò local és el que realment caracteritza la transformació de la comunicació.

J.M.T. S'observa una contradicció entre, d'una banda, la concentració multimèdia en la producció i la globalització d'algunes franges dels mercats de consum cultural i, de l'altra, la fragmentació de les audiències. Li sembla que anem cap a la configuració d'uns mercats audiovisuals més homogenis, més diversos o tot alhora?

M.C. Com sabeu, jo mai parlo del futur. Però sí observo una diversificació creixent dels continguts, una fragmentació cada vegada major de les audiències, però una concentració econòmica entorn dels grans grups multimèdia. Però no és contradictori: els oligopolis saben que han d'enganxar-se al mercat i vendre productes diferents a

gent diferent. I junt amb això, una societat insatisfeta d'aquests productes va creant petits espais diferenciats de comunicació.

J.M.T. Quin li sembla que és el pes i la vinculació actual dels mercats de consum i els públics audiovisuals amb el desenvolupament de nous moviments socials i la conformació de noves identitats?

M.C. Les identitats, per tal de desenvolupar-se en la vida quotidiana, necessiten existir en un espai audiovisual. Altrament, es converteixen en privades, domèstiques, especialitzades, com succeïa a Catalunya durant el franquisme. La identitat no és una essència, és una pràctica social, i la pràctica social de l'era de la informació té un component fonamental en el món de la comunicació, sobretot audiovisual. S'escriu per Internet, s'escolta música per Internet, però s'escolta la vida a través de la ràdio i es veu el món a través de la televisió.

J.M.T. Algunes recents sentències judicials i la clara consciència de l'aprofitament que les xarxes criminals fan d'Internet han replantejat el debat sobre la conveniència o no d'establir mecanismes de regulació i sobre qui ha d'ostentar l'atribució de responsabilitat sobre els continguts que es posen en circulació. ¿Per on li sembla que cal buscar el difícil equilibri entre la llibertat d'expressió a la xarxa i la protecció d'altres drets i interessos generals?

M.C. Internet és llibertat. Els governs sense excepció volen controlar Internet amb qualsevol pretext perquè fonamentalment saben que el poder es basa en el control de la comunicació i la informació. És evident que hi ha criminals que utilitzen Internet, igual que tota la societat i tota la gent. Internet és comuna a tots. Per tant, s'ha d'aplicar a Internet les mateixes regles que a la resta de la societat, i no regles específiques, però sense un control a priori, per prudència, i sense control judicial. La primera raó és perquè avui no és possible aquest control. I la segona, i més important, perquè una Internet controlada de forma centralitzada ja no és Internet. S'està plantejant una batalla decisiva per a la llibertat a Internet. És l'hora dels hackers i crec que al final seran ells els qui podran guanyar la batalla tecnològica de la llibertat. I per cert, la llibertat d'expressió és un element essencial de l'interès general. No hi ha res, res que justifiqui la censura. És la

base de la societat lliure que tantes lluites ha costat al llarg de la història.

J.M.T. Després de l'11 de setembre i de la reacció antiamericana a bona part del món pobre, preveu un futur de major uniformització i d'aprofundiment de l'hegemonia americana o, contràriament, davant la imatge d'un imperi ferit, creu que assistirem a una eclosió creixent del divers local?

M.C. Ho sento, però em nego sistemàticament a fer prediccions. El que sí puc dir és que hi ha el mite del superpoder americà. Quin és aquest superpoder a qui li poden bombardejar el seu centre militar i el seu centre de negocis, amb milers de víctimes? És clar que hi ha una reacció, i és clar que es poden liquidar militarment els taliban, però el control de les xarxes terroristes és molt més difícil. I aquest control no és solament un tema americà, sinó de tot el món civilitzat. El que sí és cert és que no assistim a la uniformització cultural, sinó al desenvolupament i afirmació creixent d'una diversitat d'identitats que s'afirmen amb diferents mitjans, segons el seu grau de radicalització davant de situacions de marginació cultural.

J.M.T. Com avaluarà el comportament dels mitjans de comunicació, especialment la televisió i Internet, davant la

crisi desencadenada pels atemptats de setembre? Li sembla exagerat considerar el protagonisme de la cadena Al Jazeera com l'oportunitat de disposar per primera vegada, des d'Occident, del punt de vista de "l'altre"? Quin li sembla que ha estat l'impacte de la presència d'Al Jazeera en la construcció de la mirada dels nord-americans i dels europeus sobre la crisi?

M.C. Jo tampoc avaluo res. Això no obstant, analíticament crec que s'ha observat, sobretot als EUA, una tendència a l'autocensura d'alguns mitjans (per exemple, la Fox i la CNN), que és contrària a la professionalitat de la comunicació. Es comença per la raó patriòtica i s'acaba en la propaganda. D'altra banda, l'aparició d'Al Jazeera és interessant perquè mostra la possibilitat de comunicació global des d'altres identitats i cultures. Jo crec que Al Jazeera no ha afectat la mirada americana, i poc l'europea, però ha estat decisiva en la construcció de la mirada àrab de forma autònoma als mitjans occidentals de comunicació global. En aquest sentit, verifica les hipòtesis que la uniformitat cultural només existeix mentre no hi hagi expressió de la realitat identitària contradictòria. Tan bon punt aquesta té els mitjans per expressar-se, observem que el món de la comunicació no és tan unilateral com es pensa. La comunicació expressa la societat en la seva realitat dinàmica i contradictòria.

Nous temps per a les relacions entre la imatge fílmica i els centres d'art contemporani

Xavier Pérez

En els darrers anys, la idea del cinema com a generador i difusor essencial de les ficcions del segle xx ha anat coexistint amb el concepte de cinema com a dipositori privilegiat del fons iconogràfic de la contemporaneïtat. Segons aquesta segona apreciació, l'anomenat setè art no sols seria un transmissor d'històries, sinó un generador d'imatges emblemàtiques, un fabulós arquitecte dels imaginaris col·lectius. La vocació narrativa del cinema, el seu desig d'explicar històries en el temps, acaba generant un singular dispositiu espacial, una sensibilitat territorial que atenyi allò visible. Aquesta naturalesa representacional havia d'acabar trobant, en les sales d'exposició, un aliat imprescindible per explorar les variables visuals de les pel·lícules.

Essencialment vinculades a les belles arts tradicionals, les grans sales d'exhibició dels moderns museus i centres d'art contemporani comencen a modificar l'ús purament il·lustratiu que el cinema tenia per a elles (per exemple, el suport audiovisual en mostres d'arts plàstiques), i passen a reflexionar sobre el paper intrínsec que juguen les pel·lícules en la configuració de la moderna sensibilitat visual. Una aportació magnífica a aquest debat és la que, des de Barcelona, ha ofert, en els darrers anys, el Centre de Cultura Contemporània –ccc–. La seva aposta decisiva pel que fa al tractament del cinema revela el compromís que el centre ha adquirit amb la modernitat iconogràfica, a partir d'una necessitat poderosa de comptar amb la memòria dels films. En aquest cas particular, és important observar com la singularitat del cinematògraf arriba a redimensionar pràctiques pictòriques anteriors. Així s'ha esdevingut, normalment, en exposicions d'ambició interdisciplinària, com les dedicades al cosmos o al concepte

cultural del temps, on la implantació de dispositius audiovisuals constituïa un dels eixos vertebradors de les exposicions respectives. I així va succeir, per citar el cas més remarcable, amb l'exposició sobre el pintor Canaletto, l'obra del qual apareixia contemplada com un visionari precedent de formats fílmics. L'ús dels audiovisuals en el recorregut de l'exposició no era subsidiari, sinó essencialment fundador del discurs que es presentava.

La ciutat dels cineastes

Matèria estricta de cinema ha estat, els darrers mesos, l'exposició *La ciutat dels cineastes*, presentada al cccb. El cinema hi és exposat com a mirall nítid d'un imaginari que alimenta –i del que es retroalimenta–, l'hàbitat dels sers humans en els temps contemporanis. La mostra és la culminació de l'aposta que el cccb ha fet en l'àmbit de les exposicions de cinema. El començament formal d'aquesta aposta podria situar-se, al mateix cccb, sis anys enrere amb *El segle del cinema*, sistemàtica vivisecció dels diferents aspectes creatius del cinema, plasmats en format rememorador, a la frontera mateixa del seu primer segle d'existència. La necessitat de llegir aquell discurs en clau contemporània és la que ha suscitat, avui, *La ciutat dels cineastes*, títol tan suggestiu com ple d'ambigüitat, que sols pot explicar-se del tot després del seu apassionant recorregut, havent transitat per un espai que és una acumulació de llocs viscuts, un teixit d'universos interconnectats que susciten una idea pragmàtica de ciutat cinematogràfica, de magma urbà que sintetitza la vida social dels nostres dies. Tots els àmbits de l'exposició –totes les geographies resultants dels fluxos entre les diferents poètiques que els animen–, constitueixen un hàbitat que bé es pot definir com a ciutat: ciutat dels cineastes on, com en el marc de

Xavier Pérez

Professor de narratologia de la Universitat Pompeu Fabra

l'urbs quotidiana, s'han esvaït definitivament les convencions que feien nítida la frontera entre centre i perifèria, entre pobresa i riquesa, entre llar i espai públic. Una ciutat, sobretot, que no és un ideal noucentista, ni un panteó museístic en format de decorat incorruptible, sinó un teixit superpoblat, ritmat de múltiples respiracions humanes.

Al text de presentació del catàleg (15), Josep Ramoneda, director del CCCB, cita, amb just criteri, al costat de l'esmentada *El segle del cinema*, una anterior exposició organitzada pel Centre Pompidou de París, que pot considerar-se l'altre pas essencial i pioner en aquest contemporani dimensionament de les relacions entre cinema i espais d'exposició. *Cité-cinés*, aventura interdisciplinària que posava el cinema en el centre d'un prestigiós marc museístic, va ser, encara, una exposició de perfil restringit, una mostra sobre decorats que recollia la literal relació que una sèrie de cineastes havien establert amb el marc artificial de les ciutats, proposant, en certa forma, un concepte fetitxista de l'espai. El pas endavant que suposa *La ciutat dels cineastes* és el de la significació abrumadora dels universos cinematogràfics com a categories de l'espai, si ens remetem, com fa el propi Ramoneda, a la revolucionària observació amb què Jordi Balló, un dels comissaris de la mostra –i actual director d'exposicions del CCCB– ha definit el compromís que manté el cinema amb la reflexió contemporània sobre l'urbs.

L'espai imaginari de *La ciutat dels cineastes* s'acosta sempre a l'experiència real de l'urbs, perquè el decorat ja no és el gran protagonista-fetitxe dels films. Els llocs on avui s'articula la ficció –ficció cada vegada més propera al marc creatiu documental– són instruments actius en la negociació social que defineix la cerimònia quotidiana de la vida civil. Aquest imaginari antiplató que la mostra reivindica converteix el cinema en un mitjà privilegiat, a través del qual l'esguard crític dels ciutadans aprèn a posicionar-se dins l'espai. Bé, podem afirmar que la mostra del CCCB ha reprès, amb abassagadora fortaleza demostrativa, una vella afirmació de Wim Wenders: aquella on el director germànic sostenia que la relació essencial que s'estableix entre cinema i arquitectura rau en el fet que totes dues disciplines volen respondre a la pregunta de com hem de viure.

Aquesta ètica de l'espacialitat cinematogràfica situa el cinema en un marc de resistència cultural, de mirada crí-

ca sobre el món, i alhora de reinvençió de l'hàbitat. L'arquitecte Jaume Valor, en un dels textos fonamentals del catàleg, afirma que “les experiències –virtuals però viscudes– dels llocs cinematogràfics influeixen en la nostra percepció de l'entorn amb tanta o més intensitat que les de la vida real” (16). Construir un discurs conscient de les facultats crítiques del cinema a l'hora d'afrontar la nostra relació amb l'espai suposa afavorir la presència d'artistes perifèrics en relació amb una davaluada producció estàndard. Aquests cineastes de la resistència són els que millor permeten aguditzar els sentits per detectar els complexos entramats sentimentals i perceptius que estableixen els nous hàbitats. Els noms d'alguns dels directors triats per a la mostra –José Luis Guerín, Wong Kar Wai, Takeshi Kitano, Abbas Kiarostami, Nanni Moretti, David Cronenberg, Tim Burton, Chantal Akerman, o el mateix Wenders– són significatius d'aquest desplegament de l'art del film cap a un format alternatiu que, de cop, es troba en el centre mateix de la reflexió contemporània. Contra un marc rutinari d'espectacles institucionals que han renunciat a plantejar-se els grans interrogants sobre la construcció de l'hàbitat, la tria de paisatges i territoris a què l'exposició al·ludeix es basa, justament, en la correspondència entre les obres d'aquests autors únics i els problemes essencials de la vida urbana. La privacitat en l'espai públic, la fascinació per la natura i pels viatges fronterers en el marc distòpic a què aboca la ciutat saturada, la presència d'allò abjecte en el thriller i la ciència ficció, la caiguda de fronteres en la consideració contemporània i fluctuant del gueto, l'ambigüitat entre real i virtual en els anomenats no-llocs, l'absència de plató en el rodatge vitalitzat que proposen els nous formats domèstics, són elements dinamitzadors d'una reflexió homogènia sobre els reptes civils a què s'afronta qualsevol discurs que vulgui posar a primer terme la construcció ètica de l'hàbitat. Una homogeneïtat, doncs, en present, per a una exposició que s'allunya de tot ornament nostàlgic.

Hitchcock al museu

L'experiència de passejar per l'interior d'una mostra model·lica com la del CCCB permet descobrir les possibilitats que el cinema ofereix per ampliar la tradicional visió museística de l'art. Si el cinema és, en si, un espai de síntesi i de rela-

ció, tot allò que el concerneix en l'àmbit de les sales d'exposició estimula la remodelació d'aquests espais eminentment claustrals, compartimentats, amb vocació de panteó funerari, que el llenguatge modern de les exposicions ha anat fent entrar en crisi. Qualsevol exposició centrada en un artista del cinematògraf haurà de preveure, amb més motiu, l'establiment d'un discurs relacional que desbordi la pura rememoració enunciativa d'obres mai pensades per a l'exposició estàtica. I que s'allunyi, també, de la temptació nostàlgica. L'any del centenari d'Alfred Hitchcock, el 1999, el Moma de Nova York queia en un bany d'excessiu conformisme fetitxista en consagrar una petita exposició-homenatge a una sèrie de vitrines rememoradores amb pòsters, fotos de rodatge, o cartes, que poc deien de nou sobre un dels artistes imprescindibles de la cultura visual del segle xx. En contrast amb aquella modesta rememoració, una recent exposició ideada i presentada inicialment al museu de Belles Arts de Montréal, que hem pogut veure, redimensionada per a l'ocasió, al Centre Pompidou de París, posa sobre la taula la necessitat d'utilitzar un llenguatge expositiu tridimensional, arquitectònic, i eminentment relacional, quan es tracta de parlar d'un artista del cinematògraf. Aquesta exposició suposa una nova fita en l'experiència museística sobre el cinema, i posa Hitchcock en el lloc imprescindible que li correspon dins la reflexió genèrica sobre les arts visuals del segle xx.

En un text anterior (17), ens hem referit al canvi de discurs a propòsit d'Alfred Hitchcock que representen les successives aproximacions recollides al clàssic llibre-entrevista de François Truffaut *Le cinéma selon Hitchcock* (18) i al capítol "El control de l'univers" que Jean Luc Godard dedica a Hitchcock en les seves revolucionàries *Histoire(s) du cinéma*. En el diàleg entre Truffaut i Hitchcock, la perspectiva –i fins i tot la perceptiva– dramàtica és clara. A pesar de la notable importància que ambdós conversadors adrecen a la construcció d'imatges, aquestes sempre es supediten al traçat argumental de la narració, busquen un sentit en l'interior del relat. La gran mostra Hitchcock et l'art: coincidències fatales s'obria, a París, amb el text alternatiu que Godard dedica a Hitchcock en el capítol esmentat de les *Histoire(s) du cinéma*: En aquest poema-manifest, Godard encerta d'afirmar que els motius i les intrigues dels films hitchcockians s'han oblidat, però la presència de certs objectes i construccions visuals acom-

panyarà sempre la nostra memòria. Moltes imatges emblemàtiques de les pel·lícules de Hitchcock s'han anat separant de la lògica dramàtica que les acollia. Aquestes imatges aïllades poden ara ser objecte perfecte d'una exposició, perquè el llenguatge arquitectònic de les sales d'art permet, justament, convertir aquesta segmentació en un itinerari a la recerca de relacions –i de revelacions– iconogràfiques.

Vindicar el missatge de Godard és una manera idònia d'encetar una exposició que presenta, d'entrada, un bosc de vitrines aollint alguns d'aquests objectes associats per sempre a la memòria dels films hitchcockians: unes tisores –Crim perfecte–, una clau –Encadenats–, un encenedor –Estranys en un tren–, un got de llet –Sospita–, una corda –La soga–, un anell –La finestra indiscreta–, un collaret –Vertigen–. Però aquí, la proposta desborda feliçment el fetitxisme. En fer emergir aquests objectes de la quotidianitat, com a artilugis estètics que, seguint el discurs de Godard, contenen un univers complet, l'art de Hitchcock entronca plenament amb una de les claus del desenvolupament de l'art al segle xx: l'autonomia de l'objecte com a referent estètic, i el poder oníric i simbòlic que, des dels anys vint (des del surrealisme i els seus derivats) s'apropia de la sensibilitat espacial del segle.

Enfrontar-se a Hitchcock en una sala d'exposició té, d'altra banda, alguna cosa de tautològic: una eina essencial de Hitchcock era el travelling, i caminar per una instal·lació museística que el rememora és fer, també, un travelling de travellings, desplaçar-se per una guia traçada, accomplir un disseny de tridimensionalitat, de viatjar endavant, que les pel·lícules de Hitchcock convoquen sempre. I un travelling, en Hitchcock, mai no s'exhaureix en l'objecte: sempre ens interroga sobre el que amaga dins, i sempre suscita relacions amb els altres objectes.

El recorregut expositiu de Hitchcock et l'art és, en el seu conjunt, un provocatiu travelling relacional que sintetitza la memòria visual del segle. En ell, l'art de Hitchcock no es veu essencialment influenciat per, sinó confluent amb les grans línies estètiques de la modernitat. La recerca de relacions no és, aquí, qüestió de genealogia, sinó d'afinitats paral·leles, de necessitat –fatalitat, com el títol evoca– entre l'obra d'un artista visionari i els moviments artístics que el circumden. El caràcter del cinema com a síntesi de les arts –i el caràcter central de Hitchcock com a resum de to-

tes les poètiques cinematogràfiques– ens trasllada a un espai de polivalència significativa i representacional.

El pas per les diverses seccions de la planta superior del Centre Pompidou s'inicia a les acaballes del XIX rememorant la sensibilitat preraphaelita de les muses evanescents que obsessionen els herois hitchcockians, muses perdudes indefectiblement en els abismes aquàtics com ofèlies mortes, i també criatures somnàmbules, entre vida i mort, a la manera d'Edgar Allan Poe, tan ben visualitzat pel desassossegador clarobscur simbolista d'Odilon Redon o d'Alberto Martini (Hitchcock, no ho oblidem, va permetre's dir una vegada: "It's because I liked Edgar Allan Poe's stories so much that I began to make suspense films" (19).

La immediata citació de l'entorn expressionista, i l'agitada vida ciutadana on neix la concepció moderna i anònima del crim, (el crim com una forma de deterior social constitutiva de la identitat del segle), connecta les primeres obres de Hitchcock –el Hitchcock que filma a Anglaterra– amb les pintures de Grosz i, en clau més general, a altres referències plàstiques al cabaret, el music-hall i el teatre de màscares. És potser, aquest període britànic, el que encara permet parlar d'un cert teixit d'influències. A partir de l'arribada a Hollywood, el Hitchcock que hi destaca després de l'èxit inaugural de Rebecca, revela, en les coincidències fatals que l'exposició va assenyalant, la capacitat d'aquest artista del cinematògraf per compendiar les grans obsessions visuals del ser contemporani. La figuració surrealista i l'abstracció, la composició geomètrica i el collage, l'art òptic i l'hiperrealisme tridimensional coexisteixen en el repàs per la cronologia visual d'un autor que es va mostrar sempre tan proper a Dalí com a Paul Klee; a la calidesa domèstica d'un Vuillard i a l'erotisme escultural d'August Rodin; a les màscares turmentades d'Edward Munch i a les inquietuds de Max Ernst i Magritte; que es mostrava, en fi, tan capaç de recrear l'atmosfera malencònica d'un Edward Hopper com apostar en clau cinemàtica per l'abstracció cubista d'un Braque o un Delaunay.

Però el recorregut espacial per Hitchcock et l'art –i aquest és el secret de la seva oportunitat– no resulta mai eclèctic. Apuntaríem, en aquest sentit, que l'experiència final de l'exposició evoca inevitablement una radical atracció pel buit, una obsessió per captar el pols d'aquell abisme que puja i es desborda, que Eugenio Trias va resumir magistralment en la seva forma de recordar la fundadora

rememoració filosòfica de Vertigen (20). ¿I no és aquest, potser, un dels motius màxims de l'atenció de l'art al llarg del segle d'incertesa existencial i destrucció de tota jerarquia de certeses, en què Hitchcock va viure i treballar? Que aquest autor hagi estat capaç de traspassar el seu missatge a un context genèric de formulació realista –això és, a un espai tridimensional com el dels escenaris plens de profunditat de camp en què discorre l'acció dels seus films– és una de les troballes figuratives essencials per considerar-lo, avui, un artista plàstic revolucionari. El missatge xifrat dels objectes hitchcockians, les atmosferes opressives dels seus films, les arquitectures desproporcionades per on fugen els seus protagonistes en miniaturitzadors picats, el passatge apocalíptic i punyent, però sempre quotidià, de Psicosis i Els ocells, denoten una forma contemporània de cantar la fragilitat del subjecte. En l'obra de l'autor britànic, l'onirisme despoblat de De Chirico ha donat pas a un reconeixible malson realista, l'obra d'un poeta del seu temps capaç de reinventar la realitat fins a tornar-la estranya. Mèrit de l'exposició Hitchcock et l'art ha estat la de permetre'ns endinsar-nos en aquest camp objectual per viure, des de dins, l'experiència del laberint que abraça la seva obra.

Hitchcock i l'art contemporani

Totes aquests intuïcions posen Hitchcock al centre d'un debat artístic que és lluny de ser exhaurit. En l'exposició del Centre Pompidou, les implicacions literals de la seva obra amb el treball concret d'artistes contemporanis són tot just insinuades. Aquestes resulten, en canvi, protagonistes de la mostra que, quasi en paral·lel, ha estat oferta pel Centre Cultural de la Fundació la Caixa a Lleida. L'exposició Encadenats: Alfred Hitchcock i l'art contemporani "encadena", si se'ns permet la redundància, amb la mostra del Pompidou, pel fet que evidencia fins a quin punt les intuïcions plàstiques de Hitchcock han arrelat en els artistes plàstics posteriors a ell. L'exposició és el resultat d'una iniciativa del Museum of Modern Art d'Oxford, que va encarregar en uns casos, i seleccionar en d'altres, obres directament relacionades amb el cinema de Hitchcock.

Un dels elements fonamentals d'aquesta mostra és l'assoliment d'alteracions perceptives sobre la matèria dels

films, una resposta sensorial que –una vegada més– l'arquitectura de l'exposició permet remodelar. Una obra ja clàssica en aquesta revisió de la matèria espaciotemporal hitchcockiana és la famosa 24 Hours Psycho de l'artista escocès Douglas Gordon, que ofereix el clàssic hitchcockià, en una pantalla gegant, amb una lentitud aproximada a la d'un dia sencer de projecció: hi ha aquí un doble procés d'agegantament i d'intensificació del teixit audiovisual de la pel·lícula. D'una banda, les dimensions en què se'ns ofereix el film (en una sala relativament petita) ens obliguen a assumir la magnitud còsmica de l'espai macabre del motel Bates. D'altra banda, la percepció lentíssima del moviment arriba a convertir una seqüència tan arxicelebrada com la de l'assassinat a la dutxa en una arquitectura sinistral de contorns inèdits.

A escala més modesta, però amb el mateix gust per l'estranyament d'allò ja conegut, el francès Pierre Huyghe presenta una altra obra famosa, *Remake*, plagiat descarat, pla a pla, de *La finestra indiscreta*, rodada en condicions domèstiques i amb actors desconeguts: una experiència de superposició provocativa i reveladora, que trobaria un eco atzarós, recentment, en el remake de *Psicosi* realitzat per Gus Van Sant.

Aquest camí de revisió estranyadora, de ser i no ser alhora en l'obra de Hitchcock, constitueix un camp de conreu de l'art posthitchcockià. La reescriptura i el collage abunda en l'art contemporani dedicat al cinema, i troben en l'obra hitchcockiana una insistència significativa. *Vertigen* –potser el film més citat, al costat de *Psicosi*– és un autèntic territori de revisió plàstica. En una exposició recent a la Fundació Tàpies de Barcelona, vam poder veure l'extraordinari vídeo de Víctor Burgin, *Venècia*, fèrtil sobreposició de la memòria de París i de Marsella (les dues ciutats on transcorre la novel·la de Boileau i Narcejac *D'entre les morts*), creuada constantment amb la laberíntica ciutat-panteó que és San Francisco en la hitchcockiana versió fílmica. *The Bridge*, aportació plàstica que Burgin presentava a Lleida, seguia aquest camí de recuperació del símbol hitchcockià revisitat, a partir de la imatge fundadora del Golden Gate. Chris Marker, al fragment projectat de *Sans Soleil*, revisita també l'espai hitchcockià, estimulant aquesta fuga tridimensional que apareix en altres obres de l'exposició: així, *L'habitació de Scottie* reinventada i manipulada pel novaiorquès David Reed; o el bosc tridimensional

amb què el californià Cindy Bernard rememora i vivisecciona l'espai de sequoies de *Vertigen*; o, en fi, les extensions videogràfiques i fotogràfiques amb què el cineasta Atom Egoyan o la fotògrafa Cindy Sherman revisiten la quotidianitat maligna en obres implícitament deutores del cànon hitchcockià.

Queda, finalment, la necessitat de recuperar i de redefinir a través del modern llenguatge de les exposicions, la pura fascinació que transmeten les imatges intrínseques dels films hitchcockians. L'associació temàtica o figurativa entre fragments variats de l'obra hitchcockiana que hem pogut veure en diferents obres, reafirmen la unitat del seu projecte iconogràfic: a l'exposició de Lleida, dos artistes alemanys, Christoph Girtardet i Matthias Müller, descobreixen una cadena seriada de motius associables: alguns són ja evidents (les dones del muntatge *Bedroom*, l'estranyesa paranoica dels espais oberts de la peça *Rutland*, les mares de *Why Don't You Love Me?*). Altres suposen aportacions més inesperades (l'ús dels dits resseguint plans de detall d'agendes, teclats o guies telefòniques a l'extraordinari compendi que proposa *Burden of Proof*). Sempre, l'obsessió per la perfecció de Hitchcock en el disseny del pla i en el contorn de l'objecte és remarcable. I també aquí, el disseny volumètric, tridimensional, relacional, del dispositiu, és perceptible. El visitant es deixa seduir per la força del detall, per la pregnància inesborrable de l'instant volumètric de l'angoixa i el dubte que fonamenta l'obra hitchcockiana. Però la modèlica instal·lació d'aquestes obres al Centre Cultural de la Fundació La Caixa, a Lleida, posa sempre, a més, aquests plans en una vertiginosa perspectiva relacional, crea una fascinant arquitectura d'associacions, i contemporanitza sincrèticament l'espai hitchcockià, a través del llenguatge tridimensional de les videoinstal·lacions artístiques. És la més contundent demostració de la necessitat mateixa de la mostra, el reclam d'aquestes imatges plenes de modernitat per ser estèticament revisitades.

I és que és aquest avui l'imperatiu d'exigència que estableix el cinema amb les sales d'art. Hitchcock, epicentre de l'univers visual del segle xx, facilita les aspiracions contemporànies dels creadors, programadors i visitants dels centres d'exposició per redimensionar l'univers figuratiu de les pel·lícules, i introduir-les definitivament en el llegat de les arts plàstiques. L'exemple complementari del Centre Pompidou i de la Fundació La Caixa converteix el treball expo-

sitiu sobre el cineasta en una demostració cabdal de la centralitat dels fenòmens cinematogràfics en la història de l'art contemporani. En la mateixa mesura, La ciutat dels cineastes al CCCB desborda la temporalitat linial i el pla-superfície de les pel·lícules, per activar un debat arquitectònic en el

qual el film no és pas il·lustració, sinó substància germinal. Amb aquestes mostres interdisciplinars, la ciutadania té a l'abast una xarxa d'itineraris reveladors que perpetuen la memòria del cinema, les imatgeries abismals del segle xx, i els camins de les arts visuals al segle que encetem.

Bibliografia

- 1 RAMONEDA, Josep, «L'espai del cinema», catàleg de l'exposició La ciutat dels cineastes, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 2001, pàg. 6.
- 2 VALOR, Jaume, «Llocs públics, vides privades», Op. Cit., pàg.36.
- 3 BALLÓ, Jordi, PÉREZ, Xavier, Temps de vida, temps de cinema, catàleg de l'exposició Art i temps, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 2000, pàg. 64.

- 4 TRUFFAUT, François, El cine según Hitchcock, Alianza, Madrid, 1974.
- 5 GOTTLIEB, Sidney (Ed.), Hitchcock on Hitchcock, Faber and Faber, Londres, 1995, pàg. 143.
- 6 TRÍAS, Eugenio, Lo bello y lo siniestro, Seix Barral, Barcelona, 1982.

Darreres tendències de la televisió pública actual: Crònica del Miniput 2001

Glòria Salvadó

Una televisió activadora del pensament

Que entre 250 i 300 professionals i estudiants de la televisió es reunissin quatre jornades seguides per parlar i discutir sobre aquest mitjà, a partir d'una selecció de programes de diverses televisions públiques del món, no només suposa un gran èxit per a la salut, sinó sobretot de la televisió, dels seus professionals.

Amb una història ja de vuit anys i a partir d'una iniciativa de la Universitat Pompeu Fabra i de Televisió de Catalunya, es duu a terme a Barcelona el MINIPUT, un conjunt de debats centrats en la qualitat de la televisió pública que es generen a partir de materials visionats a l'INPUT (1) (International Public Television Screening Conference). En els darrers tres anys, s'han unit i s'han convertit en coorganitzadors del MINIPUT el Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, Televisió Espanyola a Catalunya i Barcelona Televisió. Són diversos els MINIPUTS que s'han consolidat a distintes ciutats del món, Ciutat del Cap, Montreal o Copenhague, a més de Barcelona. Aquests fòrums volen apropar a l'àmbit local els temes que preocupen i que es generen a l'última edició celebrada de l'INPUT, enguany duta a terme a Ciutat del Cap (Sud-àfrica).

En aquesta conferència anual i, per tant, en el MINIPUT de Barcelona, no es projecten els "millors" programes de televisió, sinó que es veuen peces que es consideren innovadores perquè troben o intenten cercar nous mecanismes de treball efectius i, sobretot, intel·ligents. Això duu a prendre riscos i a trencar convencions (2). Aquest fòrum de te-

levisió analitza tendències del mitjà i, en conseqüència, de la societat actual, atès que l'objecte de debat té una gran incidència social. D'aquesta manera, proposa una televisió activadora del pensament, motor de processos crítics, com a contraforça de la televisió banal. Es defensa la televisió mirall, que fa una lectura honesta i esforçada del món, enfront de la televisió espectacle.

Les quatre sessions que s'han presentat enguany al MINIPUT 2001 de Barcelona, dut a terme a l'Institut d'Educació Continuada de la UPF del 12 al 15 de novembre i que resumim en el quadre següent, són una mostra de la programació que es va oferir a la conferència INPUT 2001 celebrada a Ciutat del Cap.

Alguns dels temes de les sessions que s'havia previst de discutir es van convertir en polèmiques d'actualitat arran de les notícies generades en les últimes setmanes a partir dels atacs terroristes de l'11 de setembre. Aquest fet generarà punts de contacte amb debats organitzats dins el fòrum internacional sobre notícies Newsworld (3) (amb quins criteris cal transmetre la informació d'una catàstrofe com la de l'11 de setembre als EUA i com han de treballar els reporters de guerra) que també se celebrà a Barcelona aquella setmana (4).

Relectures històriques

Erik Gandini i Tarik Saleh, realitzadors de *Sacrificio: Who betrayed Che Guevara?*, van obrir el primer debat, «L'irresistible encant del revolucionari mort», amb una de les peces més aclamades a l'INPUT de Sud-àfrica, un documental suec que dissectiona la història oficial de la mort de Che Guevara a partir del testimoni de Ciro Bustos, l'home considerat el delator i el culpable de la seva mort, i narra la història des d'una altra perspectiva, a partir d'una exhaustiva

Glòria Salvadó

Professora ajudant de comunicació audiovisual
de la Universitat Pompeu Fabra

Sacrificio: Who betrayed Che Guevara?

(Suècia, SVT / ATMO Media Network, 58')

Documental suec que relleix la mort de Che Guevara a partir de noves informacions i entrevistes amb alguns dels implicats més directes. Ciro Bustos n'és la peça fonamental.

Assassination in the colonial style

(Alemanya, WDR, Colònia / Con Voi Film, Berlín, 45')

Peça documental que obté declaracions inèdites, cruels i esfereïdores, en primera persona dels assassins de Patrice Lumumba, un dels líders de la descolonització del Congo Belga.

Dimarts, 13 de novembre: ***Àfrica Indaba***

Cry Freetown (Gran Bretanya, Insight News TV, CBC/SRC, Ch 4, CNN1, 27')

Retrat de la cruesa i de les conseqüències del conflicte bèl·lic de Sierra Leone durant l'hivern de 1999 dut a terme per Sorious Samura, un càmera autòcton.

Yizo Yizo 2 (Àfrica del Sud, SABC Education, 50')

Sèrie de ficció encarregada des del Ministeri d'Educació sud-africà per combatre la crisi escolar que s'està patint entre la població negra. Violència, sexe, drogues... són alguns dels elements utilitzats.

Dimecres, 14 de novembre: ***A Càmera oberta***

Mi cámara y yo: Nueva York despierta (Espanya, Telemadrid, 20')

Sèrie documental que apropa la realitat a partir de l'experiència personal d'un periodista que sol amb la seva càmera, de tecnologia lleugera digital, s'introdueix en el lloc dels fets.

Fugint del futur (Espanya, Televisió de Catalunya, 42')

Reportatge insòlit i arriscat del 30 minuts, en el qual es presten dues càmeres de vídeo a dues noies conflictives perquè enregistren el desacord amb el seu entorn.

Such is my karma (Polònia, Televisió Polonesa, 29')

Realització polonesa on un realitzador deixa la seva càmera de vídeo als nens del barri marginal on viu perquè expliquin com viuen i com veuen la vida.

Dijous, 15 de novembre: ***La Construcció de la realitat***

A high level delegation (Bèlgica, RTBF, 50')

Retrat hilarant del viatge oficial d'una delegació de polítics belga a Corea del Nord. L'equip de la mítica sèrie Strip tease realitza una mirada a la dictadura coreana que acaba retornant un retrat dels polítics belgues.

Waiting for Godot at De Gaulle (Finlàndia, YLE TV2, 52')

Documental sobre els mitjans de comunicació, a partir del cas d'Alfred, un personatge que ha viscut durant 11 anys a l'aeroport Charles de Gaulle per un error burocràtic.

recerca de documentació i contrast d'informacions, algunes d'elles aportades per primer cop.

Aquest documental i *Assassination in the colonial style*, l'altre programa que confegia la sessió, basat en la figura de Patrice Lumumba, un dels líders del procés de descolonització del Congo belga, tenen tres aspectes en comú, segons Joan Úbeda i Manel Arranz, moderadors de la sessió: el fet de centrar-se en personatges històrics assassinats per motius polítics, haver estat filmats per equips molt reduïts i haver obtingut testimonis de primera mà. En canvi, les dues peces presenten un concepte formal contraposat, ja que la primera segueix un ritme trepidant propi d'un esport o d'un videoclip i la segona utilitza, amb rigor i minuciositat, els procediments formals d'un documental clàssic.

La SVT (Sveriges Television), televisió pública sueca, des d'un bon principi va donar suport a Gandini i Saleh per confegir un documental que inicialment pretenia abordar la vida dels immigrants i dels exiliats sud-americans a Suècia (5). L'aparició de Ciro Bustos, que pertanyia a aquest grup, i les contradiccions entre la seva versió i l'oficial –la instaurada històricament– de la mort de Che Guevara van interessar tant els dos realitzadors que van abandonar la idea inicial del projecte per reconduir-la cap a Bustos i la seva implicació en la mort del Che. D'aquesta manera van dur a terme el que ells anomenen un document històric alternatiu, tenint en compte que els realitzadors consideren que la temàtica de *Sacrificio: Who betrayed Che Guevara?* no és tant el Che com una crítica als mètodes de la historiografia. Gandini i Saleh van remarcar l'aïllament i la incomprensió social que ha sofert Ciro Bustos durant els darrers trenta anys; per aquest motiu, ells van voler formular les preguntes que ningú no havia gosat fer en aquest temps. Les seves entrevistes amb Bustos s'allarguen trenta hores. I el seu contacte amb Régis Debray consisteix en una única conversa de pocs minuts que no aconsegueix desvelar per què el francès no vol parlar dels fets que van ocórrer a Bolívia ni de Ciro Bustos. Per a Gandini, el fet que no respongui cap de les seves preguntes és clau per al documental. Al debat de la sessió es va destacar que els dos realitzadors es comprometen, ja que la seva peça suggereix que Debray és el veritable traïdor i culpable de la mort del Che. Saleh va destacar que tothom necessita tenir un culpable i que probablement el mateix els havia succeït a ells, tot i que pretenien abordar el tema de manera neutra.

Pel que fa al contingut d'*Assassination in the colonial style*, Thomas Giefer, el realitzador, va explicar que actualment el Parlament belga està revisant tots els fets al voltant de l'assassinat de Patrice Lumumba i que cal veure si acceptarà oficialment la intervenció del Govern en l'afer. Tot i que aparentment el documental segueix una factura clàssica, es va destacar que era molt innovadora la relació amb els entrevistats perquè Giefer aconsegueix que s'expressin amb un cinisme, una fredor i una brutalitat esfereïdors. Que la filmació fos duta a terme per un equip familiar (la dona de Giefer era l'operadora de càmera i el seu fill feia el so), segons el realitzador, va marcar un to de confiança amb els testimonis. Una xerrada prèvia al moment de filmar i el fet d'encetar la conversa recordant el temps del seu ascendent durant el colonialisme, va generar una intimitat que va donar resultats com les confessions esqueixades dels assassins. Giefer remarca que “volia” explicar aquesta història, no jutjar-ne els culpables. Que els fets siguin narrats pels propis assassins li atorga una força que impel·lí Giefer a descartar una gran quantitat de material redundant procedent de persones clau en el procés. Només contrasta la versió dels assassins amb la dels fills de Lumumba. Thomas Giefer remarca que *Assassination in the colonial style* ha estat possible perquè es tractava d'un encàrrec de la WDR, el primer canal de la televisió alemanya. Per al realitzador, l'objectiu del film és mostrar com es repeteix la història: considera que els EUA sempre han estat presents en els conflictes bèl·lics que els han interessat amb una actitud excloent envers altres opinions. Giefer destaca que ell volia reconstruir amb aquest documental el model polític que es va aplicar al Congo belga i que s'ha repetit a Xile, Cuba, Vietnam i ara a Afganistan. Lumumba i Guevara són les figures concretes a partir de les quals els realitzadors de *Sacrificio* i d'*Assassination in the colonial style* rellegeixen la història dels anys 50 i 60 com a referent causal immediat dels nostres dies.

El risc de mostrar

“El que és realment perillós no és arriscar la vida per mostrar les coses, sinó no mostrar-les”. Amb aquestes paraules de Miquel Gil, fotoperiodista català i un dels millors càmeres del món, que va morir en un parany a Sierra Leone

el maig del 2000, iniciaven Lurdes Cortès i Miquel Garcia, moderadors, la segona sessió del MINIPUT 2001, Àfrica Indaba.

Com a prèvia a aquesta sessió, es va projectar España, frontera sur, del fotoperiodista Javier Bauluz (Premi Pulitzer 1995), que dedica aquesta primera peça en vídeo, finalista al Rory Peck Award (6) , a Gil, guanyador d'aquest premi el 1988. Aquest documental emès per Telecinco dins dels seus espais informatius, fa un seguiment dels emigrants subsaharians i magrebins quan arriben a les costes de Tarifa. Després d'una pacient espera de quaranta dies, Bauluz, que ha estat en conflictes bèl·lics de Sud-amèrica, Àfrica i Orient Mitjà entre d'altres, va aconseguir el material que volia mostrar. Amb una càmera digital petita es va poder introduir amb facilitat en la intimitat dels personatges. La lleugeresa i la qualitat de l'equip (620 línies), possible gràcies a les noves tecnologies digitals, obren un nou camí, segons Bauluz. De tota manera, el fotoperiodista no va renunciar a la seva càmera de fotos habitual ja que, com va apuntar Joan Úbeda, la televisió no capta amb la mateixa intensitat que una fotografia una determinada situació perquè no aconsegueix condensar el moment en una imatge única. Bauluz, tot i que inclou algunes de les seves fotos en el documental (7), va optar pel vídeo perquè creia que les imatges fixes, sense les veus dels personatges, no podien transmetre el que passava a Tarifa i perquè l'impacte televisiu sempre és més gran que el de la premsa escrita.

El fotoperiodista Gervasio Sánchez va tornar, després de passar sis setmanes a l'Afganistan, per presentar –el mateix dia que era assassinat Julio Fuentes, corresponsal d'El Mundo a Afganistan– el llibre escrit amb Manuel Leguineche, Los ojos de la guerra, centrat en les figures dels periodistes Miquel Gil i Kurt Schork, assassinats a Sierra Leone mentre exercien la seva feina. Sánchez, convidat en aquesta sessió del MINIPUT, va destacar que si España, frontera sur s'havia dut a terme era únicament per la perseverància del seu realitzador, atès que aquest tipus de projectes no interessen en principi a cap televisió ni productora. És a posteriori, un cop han estat filmats i muntats quan, si hi ha sort, són emesos per alguna cadena de televisió i reconeguts amb alguns premis. Bauluz va afirmar que els mitjans de comunicació a l'Estat espanyol estan en estat "catatònic", ja que cada vegada són més comercials. Ell defensa que va filmar aquesta història perquè creu que

actualment s'ha de parlar de la immigració i de la globalització, i de les seves conseqüències. Creu que un periodista ha de ser curiós, fer una funció social i aconseguir "fer interessant el que és important".

La sessió Àfrica Indaba va iniciar-se amb la projecció de Cry Freetown. Aquesta producció i Yizo, Yizo 2 mostren l'Àfrica des del punt de vista dels africans. Ambdós programes aporten imatges d'una gran cruesa: el primer, com a documental, se centra en la violència ferotge i irracional del conflicte bèl·lic de Sierra Leone i el segon, com a sèrie de ficció, palesa l'agressivitat quotidiana a les presons i a les escoles d'Àfrica del Sud.

En aquesta sessió es va abordar la violència i el tractament de les víctimes a la televisió, temes de gran vigència a causa dels atemptats de l'11 de setembre d'enguany. Les víctimes d'aquests atemptats no van ser mai mostrades per televisió, encara que la cobertura informativa era total. Sierra Leone, en canvi, ni mostrant les víctimes no interessava. Del gener al març de 1999, mentre milers de persones morien en aquest conflicte, tots els mitjans de comunicació del món miraven cap al procés del Senat sobre l'afer Clinton-Lewinsky i cap a la guerra de Kosovo. Sorious Samura, realitzador de Cry Freetown, filmava el que passava al seu país amb l'esperança d'emetre-ho algun dia per televisió. Samura va reivindicar que els africans que treballen com a periodistes en conflictes bèl·lics de l'Àfrica estan acostumats que la seva feina es consideri "una guerra més" i, també, un conflicte "entre les últimes persones d'aquest planeta".

Samura va voltar durant dos anys despatxos de televisions de tot el món fins a aconseguir emetre Cry Freetown, ja que arreu es considerava el seu material esplèndid, però massa explícit. Finalment, Channel 4 i la CNN van emetre el seu documental. Joan Manuel Tresserras, conseller del CAC, en una intervenció posterior, va comentar la complicació de donar llum verda a l'emissió d'aquest tipus de peces, només possible si es contextualitzen degudament i s'adverteix de la cruesa de les seves imatges. Gervasio Sánchez va destacar que no hi ha cap diferència entre les imatges crues d'aquest documental de Sierra Leone i les imatges d'Afganistan que actualment es passen pels teletotals. Tanmateix, a les guerres del continent africà generalment es permet la filmació d'escenes més explícites perquè la població africana, més endarrerida a nivell comunicacional, no és conscient de l'impacte ni de la reper-

cussió d'aquelles imatges. Sánchez també va denunciar que a la cruesa de la guerres i a la passivitat de l'opinió pública, s'hi havia d'afegir l'immobilisme i l'incompliment de la professió dels mitjans de comunicació que sovint eludeixen de l'agenda periodística informacions sobre guerres per parlar de fets absolutament banals i intrascendents (8). Samura va apuntar que, des de l'emissió de Cry Freetown per la CNN, la facilitat amb què abans es podia filmar els conflictes de l'Àfrica ha disminuït. Considera que a l'Àfrica tenen periodistes autòctons que poden explicar el que hi passa, i que Occident té infraestructura per produir aquestes històries. Només cal que es creï un nexe d'unió entre els dos mons per poder treure a la llum aquests fets i evitar així que la història d'Àfrica sigui narrada per tothom menys pels africans. En aquest sentit, va denunciar que en anteriors ocasions, abans de ser un realitzador premiat, havia tingut molts problemes per desplaçar-se a Occident i mostrar les seves imatges, a causa de la ignorància i del poc interès de molts països occidentals. Sánchez va tancar el debat amb la confirmació que la guerra d'Afganistan forma part de la tragèdia mediàtica, ja que durant 10 anys els mitjans de comunicació han oblidat un país que ha estat 23 anys immers en un conflicte bèl·lic, i ara, de sobte, l'han convertit en el centre del planeta.

La condició de sèrie educativa de Yizo, Yizo 2 va ocupar en gran mesura el debat sobre aquest programa, ja que les imatges explícites i violentes que mostren sexe, violacions, armes o drogues a la presó, a l'escola o a casa semblen el menys adequat per educar una població de raça negra adolescent, tenint en compte que és una ficció que s'adreça als 11 milions d'estudiants de Sud-àfrica. Teboho Mahlatsi, el seu realitzador i guionista, va explicar que es tracta d'una sèrie produïda pel canal educatiu de la SABC (9) i que s'ha dut a terme perquè les famílies prenguin consciència de la violència que les envolta i s'enceti un diàleg entre pares i fills. És un projecte encarregat des del Ministeri d'Educació per afrontar la crisi escolar de la població negra de Sud-àfrica. S'hi retraten els joves sud-africans de l'època postapartheid. I és el primer cop que això es vehicula a partir de temes quotidians. L'equip de guionistes va fer una recerca exhaustiva per documentar-se i generar les trames de la seva història, totes fictícies. Es dona suport a allò que es vol transmetre amb una revista educativa, que dona respostes i aprofundeix en temes que la sèrie només

planteja, i amb merchandising molt divers. La primera temporada va obtenir un alt nivell d'audiència, amb moltes crítiques per part dels adults. Per primera vegada es tractava la població negra sense frivolitat i des del punt de vista d'un autor negre. Es van generar, però, alguns canvis a la segona temporada, perquè els pares de la sèrie tinguessin més protagonisme i així augmentar l'audiència adulta.

La intimitat de la tecnologia lleugera

La sessió de dimecres, A càmera oberta, va mantenir la línia iniciada en edicions anteriors, de programar peces locals no projectades a l'INPUT, però que reunissin les característiques pròpies d'aquests programes i tinguessin interès per ser discutides.

L'intent de crear un dispositiu per arribar a altres formes d'intimitat o a altres formes d'expressar la realitat és, segons Jordi Balló i Cristina Hernández, moderadors de la sessió, el tema central i el vincle d'unió dels tres programes que es van projectar a la sessió de dimecres 14: Mi cámara y yo: NY despierta, Fugint del futur i Such is my karma cerquen la manera d'expressar un fet a través d'equips lleugers. A partir de la innovació tecnològica volen aprofitar-se a la realitat de manera diferent. Són programes que neixen del suport que ofereix la pròpia cadena de televisió des d'on es generen, tot i que tinguin aspecte de produccions independents.

Rafa Jaén, subdirector d'informatius de Telemadrid, i Carolina Cubillo, directora de Mi cámara y yo, van explicar la lluita per iniciar aquest projecte des de la pròpia televisió, en contra de la rigidesa de la gestió i del funcionament intern de la cadena autonòmica, per evitar, així, que s'encarregués a una productora externa. Alguns professionals de TVE van corroborar la dificultat que suposava introduir nous formats en el funcionament d'una televisió pública i van destacar la importància i la significació d'haver-ho aconseguit. Mi cámara y yo neix de la voluntat de cercar noves formes d'expressió periodística des de la redacció d'informatius de Telemadrid; de l'interès per abordar temes de manera més fresca; i de la recerca per trencar la distància que es genera entre el periodista i l'espectador, de manera que s'aconsegueixi traslladar el que succeeix al carrer més enllà de la pantalla.

Els rols inintercanviables dels professionals de la televisió pública no permeten que sigui el periodista qui dugui la càmera, per això han optat per dramatitzar algunes situacions. *NY despierta* narra el viatge de 24 hores d'un periodista de Telemadrid a NY tres dies després dels atemptats de l'11 de setembre. Es tracta d'un episodi excepcional ja que no és habitual que la sèrie tracti temàtiques que no estiguin relacionades amb la Comunitat de Madrid. *Mi cámara y yo* s'emet els divendres en prime-time. La seva elaboració es duu a terme en una única setmana durant la qual es filma, s'edita i s'emet; mai no s'inclou cap veu en off externa a la banda sonora de la filmació que, en algunes ocasions, inclou comentaris fets in situ pel periodista autor de la peça. Jaén i Cubillo consideren que aquest nou format no substitueix els documentals clàssics filmats amb equips més pesats, sinó que crea un nou espai televisiu.

Francesc Pou, realitzador, i Carles Porta, periodista, van formalitzar una proposta arriscada amb la peça *Fugint del futur*. TV3 va deixar dues petites càmeres de vídeo a dues adolescents amb problemes diversos perquè filmessin la seva realitat quotidiana. Unes brevíssimes indicacions tècniques ("utilitzeu poc el zoom") i de contingut ("no graveu res que sigui delictiu", "no expliqueu només que la vida és una merda; parleu de la feina, del sexe, dels amics") són les úniques instruccions que van rebre les noies, que participaven en un projecte educatiu. L'equip del 30 minuts volia retratar un grup d'adolescents conflictius que es passen el dia al carrer, però les dues protagonistes, Naïs i Yasmine, van focalitzar la història en elles dues, característica que atorga una gran intensitat al documental.

Pou va admetre que havien patit d'excés de responsabilitat a l'obtenir un material tan sincer i personal. Tothom a la sala va coincidir en l'estratificació d'autories que es desprèn del documental, atès que les noies duen la càmera, que els periodistes produeixen la peça, i que les educadores supervisen el material i donen el vistiplau definitiu. Abans de començar el projecte s'havia pactat que per ser emès calia que les tres parts implicades acceptessin el resultat final ja que els periodistes accedien a les nenes a través de les educadores. Pou afirma que van perdre el 40% de l'autoria de la filmació, però no la del muntatge ni la de la idea. Tot i així, valora positivament el treball ja que s'aconsegueix el que sovint es busca en aquest tipus de reportatges i és que no s'evidenciï la

presència del periodista. Les entrevistes amb les educadores s'inclouen per mantenir el to habitual del 30 minuts, per facilitar la narrativitat del fil argumental i per emfasitzar algunes idees.

Fugint del futur és una peça excepcional que planteja el dilema del punt de vista d'un documental on la subjectivitat de les imatges pot més que l'estructura rígida institucional.

El mateix succeeix amb el documental polonès *Such is my karma*, retrat de nens i adolescents d'un barri marginal de Varsòvia realitzat també a partir d'imatges filmades per ells mateixos. Durant el debat, es va remarcar que aquest format generat per punts de vista tan diversos (des dels propis personatges que es filmen al realitzador que edita les imatges) demana d'entrada unes regles del joc molt clares. Que les televisions públiques assumeixin aquest gènere d'autor, creat pels productors independents, i el converteixin en un format habitual evidencia un canvi radical d'actitud. Rafa Jaén va observar, però, que al cedir la càmera al ciutadà cal redefinir el paper del periodista.

El fora de camp de la informació

Marisol Soto i Mercè Camins, moderadores, definien La construcció de la realitat com una sessió per parlar de la "cara oculta del material dels telenotícies".

A high level delegation, un dels programes estrella d'INPUT 2001, presenta el seguiment d'una delegació de polítics belgues en viatge oficial a Corea del Nord. Es tracta d'un retrat de la dictadura nord-coreana que s'acaba constituint com a decorat del retrat de la pròpia delegació. És una mirada crítica i irònica feta des de la històrica sèrie de televisió belga *Striptease*.

Phillipe Dutilleul, realitzador de la peça, va estar un any i mig negociant amb els diversos partits polítics belgues perquè designessin els candidats d'aquesta delegació, a més d'haver de pactar amb els representants de Corea del Nord perquè autoritzessin la filmació del viatge. L'objectiu del programa era mostrar en la seva totalitat la realitat quotidiana de la delegació belga a Corea fent un seguiment constant amb la càmera. La reacció a l'emissió de *A high level delegation* va ser molt crítica per part de la majoria dels polítics belgues i de Corea. El públic va condemnar l'actitud prepotent dels seus polítics.

Durant el debat es va destacar que l'emissió d'aquest tipus d'imatges disminueix la credibilitat dels telenotícies ja que palesa que darrere d'una notícia d'un minut i mig molts aspectes informatius queden velats. Dutilleul va afegir que la televisió està molt banalitzada i que actualment ens trobem a l'era de la comunicació però no de la informació i que és important que aquest tipus de programes de qualitat rebi el suport d'una televisió pública.

La projecció de *Waiting for Godot at the Gaulle* va crear polèmica ja que el realitzador defensava que havia dut a terme aquest documental per ajudar Alfred, el protagonista de la història, a sortir, després d'11 anys d'espera, de l'aeroport Charles de Gaulle. La negativa d'Alfred a acceptar aquesta ajuda sembla que va provocar que el tema inicial del documental d'Alexis Kouros s'esvaís i ell optés per filmar l'actitud dels altres mitjans de comunicació cap a un desconegut que es convertia en una figura mediàtica a causa d'un problema burocràtic. D'aquesta manera realitza una reflexió sobre la professió de periodista. La majoria de públic assistent al MINIPUT va considerar que ajudar i filmar alhora és deshonest ja que són dos objectius incompatibles. No és habitual que la televisió mostri una realitat més directa que la que es presenta als informatius.

Aquest MINIPUT 2001 de Barcelona ha estat marcat per moltes intervencions de caràcter ètic, però ha mostrat que hi ha alternatives vers una televisió que no és ni moralista ni superficial. S'ha pogut constatar com s'estan generant noves realitats televisives, ja sigui per l'ús de tecnologies digitals o pel nou enfocament de continguts. A més, totes les peces programades enguany són obres destacades per la seva qualitat –moltes han rebut premis i s'han emès en cadenes de tot el món– i que han obtingut grans èxits d'audiència. Com va dir Philippe Dutilleul a l'últim debat, "si s'ofereix un producte de qualitat que sorprèn, el públic el tria"

Notes:

- 1 Vegeu la web oficial d'INPUT: www.input-tv.org
- 2 Es tracta de treballs televisius que presenten formes o continut innovadors, provocadors o experimentals, poc habituals en la programació de les televisions i sovint polèmics. En efecte, són peces que accepten reptes tecnològics i generen propostes noves en el camp dels gèneres, de les formes o dels continguts als quals l'espectador no està acostumat.
- 3 Vegeu la web de Newsworld: www.newsworld.co.uk
- 4 L'objectiu del MINIPUT és oferir un espai per contrastar opinions entre persones vinculades a la televisió per parlar de les perspectives de futur de les televisions públiques al món i analitzar l'estat actual del sector a l'Estat espanyol, especialment a Catalunya i a Barcelona.
- 5 Aquest país practica una política exterior oberta que afavoreix la immigració en els suburbis de les seves ciutats; es tracta d'immigrants provinents en la seva majoria de revolucions sud-americanes.
- 6 Premi concedit per l'Associació de càmeres free-lance al millor treball anual.
- 7 El mateix dia d'aquesta sessió del MINIPUT es va fer públic que la Fundació Comte de Barcelona havia concedit el premi Godó de Fotoperiodisme a Javier Bauluz pel reportatge fotogràfic sobre immigrants dut a terme a Tarifa.
- 8 Com a exemple, va citar diversos diaris internacionals com el britànic *The Independent*, els americans *The NY Times* i *Time*, i l'italià *Il Corriere de la Sera*, a més d'agències de notícies com *Associated Press*, que marxaven de Sierra Leone perquè des dels seus països d'origen es deia que allò no interessava.
- 9 *South African Broadcasting Corporation*.

Crítica de llibres

La programación en televisión

José Miguel Contreras / Manuel Palacio

Madrid. Síntesis, 2001

per Josep Gavalda,

Professor de comunicació audiovisual, Universitat de València.

La investigació sobre la comunicació mediàtica compta, a hores d'ara, amb una sèrie de parcel·les ben delimitades. A més del desenvolupament de les corresponents línies d'investigació, ha estat decisiva, en la majoria dels casos, la seua presència en els plans d'estudis universitaris. Des de les pàgines de *La programación de televisión*, José Miguel Contreras i Manuel Palacio insisteixen en les mancances que encara avui patiria, tant en l'àmbit docent com en el de la investigació, una parcel·la, la de la programació. La magra aportació bibliogràfica constituïria, sens dubte, un clar indicador.

La programació, sobretot dins l'àmbit europeu, ha estat objecte d'importants anàlisis comparatius. En aquest sentit, caldria destacar els treballs realitzats des de les universitats catalanes. Han estat, en el seu conjunt, aportacions importants per a la identificació dels gèneres sobre els quals s'aixeca la graella televisiva, per a la definició d'algunes de les característiques més emblemàtiques dels diferents formats, sobretot, en els àmbits de la ficció i de la informació. D'altra banda, el concepte de programació ha constituït un dels eixos vertebradors destudis sobre el fenomen televisiu realitzats des de diferents disciplines i paradigmes teòrics, des de l'economia a la sociologia, des dels cultural studies a l'anàlisi del discurs.

Podria dir-se que allò que mancava, sobretot en la producció bibliogràfica dedicada a aquesta parcel·la, és la reflexió sobre les "rutines productives", sobre les rutines de la producció programàtica, sobre el seu organigrama i els principals perfils professionals, sobre les fases del seu procés de producció. La ràdio oferiria, en aquest sentit, un important contrapunt, i una bona referència a l'hora d'esbrinar algunes de les raons que explicarien aquest estat de

coses. Els models de programació radiofònica, emprant el títol d'un valuós estudi, han estat objecte, a casa nostra, de reflexió i anàlisi. Caldria, arribats a aquest punt, fer una doble precisió, cronològica i geogràfica. Dins l'àmbit europeu, la ràdio s'avança a la televisió en el procés de desregulació. El territori radiofònic experimentà, fa ja un temps considerable, les urgències de les noves necessitats programàtiques, la disjuntiva entre programacions generalistes i programacions temàtiques. D'altra banda, la gènesi i la història del model televisiu nord-americà explicaria el fet que la seua investigació sobre les rutines del mercat programàtic tingue un altre calendari. A Europa, la desregulació del sistema televisiu té encara una curta història, de només una dècada en el cas de l'Estat espanyol. Aquest procés de privatització, de constitució d'un mercat televisiu europeu, ha fet que el disseny d'estratègies programàtiques, dels corresponents moviments tàctics, esdevingue cabdal en la definició dels projectes empresarials del sector de la televisió.

L'estudi de J. M. Contreras i M. Palacio constitueix una valuosa aportació des d'un punt de vista historiogràfic. Existeixen importants estudis sobre la història de la ràdio i de la televisió. L'especificitat d'aquest treball rau, però, en l'anàlisi que es fa dels primers dissenys de programació radiofònica, dels seus factors determinants des del punt de vista de la producció, i dels seus vincles, sobretot en el cas nord-americà, amb els primers dissenys de programació televisiva. Serà, justament, l'abandonament d'aquests vincles, motivat per un conjunt de factors lligats a l'àmbit de la producció, allò que marcarà, als Estats Units, la configuració d'una nova estructura televisiva que redefineix les seues relacions amb el mercat publicitari.

Davant la llarga història del mercat televisiu nord-americà, al si del qual han anat prenent cos les corresponents rutines de producció programàtica, el mercat europeu es trobaria immers, amb diferents calendaris, en l'abandonament de les rutines programàtiques característiques de l'etapa dels "monopolis públics" de televisió. Com és sabut,

el treball historiogràfic té molt a veure amb la representació del futur. En aquest sentit, el llibre de J. M. Contreras i M. Palacio participa d'aquesta operació de reescriptura de la història dels "serveis públics essencials" europeus segons la qual aquests esdevindrien objecte de les més diverses sospites i motor de les més abjectes perversions. L'entusiasme pel mercat fonamentaria l'avaluació retrospectiva; en aquest cas, caldria afegir, a més, la utilització d'una sèrie de categories polítiques que han estat extrapolades a l'anàlisi televisiva des de punts de vista diversos. És el cas de les referències al "despotisme il·lustrat" i a la "dictadura de les minories", al telecomandament i a la "dictadura de la majoria"; en definitiva, a valoracions retrospectives i prospectives que exigirien, certament, una referencialització teòrica més ampla.

Si la primera part del llibre està dedicada a l'anàlisi historiogràfica i teòrica de la programació, la segona s'ocupa de les "tècniques de programació". El text fa un acurat diagnòstic de l'entorn en què se substancien avui aquestes tècniques, de la conjuntura del mercat televisiu espanyol i de les tendències que poden marcar el futur més imminent. Pel que fa al primer aspecte, es destaca la complexitat del mapa televisiu generalista a l'Estat espanyol i alguns dels conflictes, més que empresarials, que han presidit l'expansió del mercat televisiu digital, així com els aspectes més definitoris de l'oferta programàtica del mercat espanyol. Pel que fa al futur, s'apunten les novetats més significatives que pot aportar, d'una banda, la televisió digital terrestre i, d'altra, el desenvolupament de les xarxes i la convergència tecnològica.

Des d'aquestes coordenades, a la segona part del volum es fa una aportació a l'anàlisi de les rutines de la producció programàtica que constitueix una eina força interessant tant per a la docència com, els autors ho assenyalen, per als professionals del mitjà. En opinió de J. M. Contreras i M. Palacio, tant la definició de l'estructura de l'organigrama de l'àrea de programació com la definició dels perfils dels professionals responsables de les distintes parcel·les del procés de producció programàtica continuen plantejant interrogants, sobretot a casa nostra. Si el panorama internacional no ofereix, en absolut, una referència homogènia, la situació aquí s'agreuja pel fet que ni des del punt de vista empresarial ni des del punt de vista acadèmic es compta amb pautes suficientment consolidades. En

aquest sentit, La programación en televisión fa un repàs exhaustiu de totes les parcel·les que hauria d'integrar l'àrea de programació i dels perfils més adients dels seus responsables.

Els dos capítols finals s'ocupen de la "tècnica de la programació" generalista i temàtica. L'anàlisi més exhaustiva està dedicada, òbviament, a la programació generalista, a les fases de construcció de la seua graella, als procediments d'estructuració vertical i horitzontal, a les tàctiques d'atac i contraatac en la batalla per l'audiència, als "mecanismes" de contraprogramació. Pel que fa a la programació temàtica, a la "creació de graelles de programes", l'estudi se centra, sobretot, en l'anàlisi de les estratègies de comercialització més consolidades dins el mercat de la televisió digital.

La programación en televisión s'obre amb una bateria de refutacions pertinents. Els autors passen revista a algunes de les desqualificacions de la televisió més acreditades. La crítica d'aquestes donarà pas a la definició del concepte de programació. Tot i que els autors no oblidem la referència publicitària a l'hora de fonamentar la seua definició de la programació, considero que no queda suficientment precisada la funció de la determinació publicitària en la definició de les estratègies programàtiques, en la inscripció d'aquestes dins l'estructura del sistema televisiu, cosa que afectarà a les valoracions de caràcter més general sobre els vincles entre operadors i audiència, sobre el pacte pragmàtic que vertebrava aquesta interacció comunicativa, i sobre les línies de desenvolupament més definitòries de la graella generalista en el marc de la desregulació.

Informe de la comunicació a Catalunya 2000

Maria Corominas/Miquel de Moragas (editors)

Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2000

per Joan M. Corbella, Professor associat del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

En temps de canvis és molt important disposar d'una informació de qualitat i abundant per poder prendre decisions encertades. Quan la tecnologia no deixa de proposar noves possibilitats de desenvolupar serveis, quan les tendències internacionals condueixen a l'establiment de noves polítiques d'actuació governamental i empresarial, i quan l'entorn econòmic es mostra inestable i pot afectar els resultats de les accions estratègiques de les empreses, disposar de la informació sobre el que succeeix en un sector és imprescindible per a la presa de decisions de tot ordre.

Evidentment, sempre és necessari tenir la màxima informació sobre els diversos aspectes del sector de la comunicació social (empreses que hi participen, propietaris, activitats que desenvolupen, quotes de mercat, fonts de finançament, etc.), a més de constituir un deure de transparència en una democràcia que vulgui complir amb les obligacions inherents, que passen per saber qui i com controla el flux informatiu cap al conjunt dels ciutadans. Però en moments de grans moviments, d'inestabilitat, en el sector cal extremar aquesta preocupació.

En un marc com aquest es mou actualment el paisatge comunicatiu català, com l'espanyol i el de la majoria dels estats occidentals. És un paisatge configurat per unes possibilitats tecnològiques immenses per crear nous actors, serveis i formats de comunicació; unes empreses llançades a una cursa accelerada per adquirir la musculatura suficient per sobreviure en el mercat i liderar els moviments en el sector o defensar-se'n; una crisi econòmica incipient que capgira radicalment l'entorn econòmic i frena una de les fonts de finançament que el sustenten, la publicitat; unes polítiques públiques que els darrers anys han anat orientades al foment de la competència en els mercats, la privatització dels serveis i l'explotació intensiva de les possibilitats tecnològiques; i una ciutadania que assisteix entre encuriosida i poc preparada per absorbir aquests canvis tecnològics, de serveis i empresarials.

En conseqüència, la necessitat de disposar d'instruments de coneixement i avaluació del sector és ara més gran que mai. Però a Catalunya, dissortadament, en els darrers anys hi ha hagut una mancança d'estudis del tipus anàlisi sectorial, prospecció de tendències o comparacions amb altres països.

Mentre per al conjunt d'Espanya les fonts estadístiques, els treballs d'anàlisi i les publicacions periòdiques que s'hi refereixen són suficients, a Catalunya hem patit els darrers anys una sequera d'informació sòlida. No hi ha una producció estadística sobre comunicació prou extensa per a l'anàlisi, i tampoc no s'han generat gaires estudis sobre el tema (només els inclosos en perspectives més àmplies sobre la societat catalana). A canvi, l'espai català –entès, de fet, com el mercat català– ha quedat inclòs/reclòs en els estudis del paisatge espanyol, i la pràctica totalitat dels qui tenim interès en la matèria hem hagut de recórrer sistemàticament a les fonts espanyoles per disposar d'una informació mínima sobre les empreses, els resultats o els indicadors referits a Catalunya.

D'aquí que valorem com un pas molt positiu la iniciativa de l'Informe de l'Institut de la Comunicació (INCOM) de la Universitat Autònoma de Barcelona: la voluntat d'anar publicant periòdicament un informe sobre l'estat de la comunicació a Catalunya. El primer, corresponent a l'any 2000, estableix un punt de partida per poder anar acumulant reflexions, anàlisis, descripcions, indicadors i estadístiques de situació que amb els anys han de ser d'utilitat per a tots els qui hem de tenir contacte amb els mitjans.

Amb encerts notables, amb algunes solucions discutibles d'ordenació i selecció de continguts, amb més o menys dades originals, el recorregut pels capítols ens presenta una panoràmica força acurada del paisatge comunicatiu català, no de forma mecànica sinó des d'una perspectiva interpretativa, que dóna més força i coherència als textos dels nombrosos autors i autores que hi han participat. I si en algunes ocasions les línies de força poden no coincidir amb els plantejaments previs dels lectors sobre un tema, la contrastació de punts de vista amb els dels autors resulta sempre més ric que el simple relat de fets i l'acumulació de dades.

D'altra banda, aquest informe posa en evidència el problema a què m'he referit: la pobresa de la informació estadística sobre comunicació i mitjans a Catalunya. En molts

casos les magnituds econòmiques, d'inversió publicitària, d'audiència, de difusió de la premsa, etc., s'han de referir al conjunt espanyol per extreure, quan hi ha disponible la desagregació, les corresponents a Catalunya. En cas que no sigui possible, obliga els autors a limitar-se a fer estimacions validades per la seva experiència i autoritat en la matèria. Alhora, la dependència de la informació produïda des del i per al mercat espanyol genera unes pràctiques estadístiques sobre els mitjans que no representen l'estructura territorial i social de Catalunya amb els matisos necessaris per a una informació de qualitat.

És el cas, per exemple, de la difusió de la premsa diària controlada per l'ORD, que circumscriu la distribució geogràfica de la difusió als àmbits provincial, de comunitat autònoma, Estat i estranger. Divideix, per tant, Catalunya en quatre províncies, i només voluntàriament algunes publicacions ofereixen dades per comarques. El resultat d'aquest procediment no té en compte altres estructures de mercat existents a Catalunya, amb una premsa comarcal molt arrelada en un territori molt delimitat, la premsa de municipi o fins i tot la que es distribueix en comarques administrativament corresponents a dues províncies o més.

Aquest problema es reflecteix en les pàgines de l'informe de l'INCOM dedicades a la premsa, que ha de recórrer a segmentar provincialment la difusió de les publicacions per acostar-se una mica a l'estructura del consum de diaris a Catalunya.

En la ràdio el problema és semblant. La mesura estadística de l'audiència més acceptada, l'Estudio General de Medios (EGM), està fonamentada en una base estatal i sovintegen les crítiques d'emissores i cadenes a la seva validesa per a àmbits territorials més reduïts. Per tant, es repeteix la impossibilitat d'estudiar amb fiabilitat les estructures d'audiència i acceptació a l'interior de Catalunya per la migradesa de la informació disponible i la seva procedència.

Amb la televisió podríem fer plantejaments semblants, que ens porten inevitablement a remarcar que aquest Informe de l'INCOM té, entre d'altres, una virtut immensa: exhibeix la pobre base documental existent per conèixer el mercat de la comunicació a Catalunya.

En coherència, obliga a reivindicar més cultura d'informació pública sobre el sector, amb més inversió (pública?) en la producció d'estadística i coneixement dels hàbits de la població i, en la mesura del possible, la col·laboració en-

tre empreses, administració pública i universitats i centres de recerca per superar aquesta mancança. No només se'n beneficiaria la societat en conjunt, en poder conèixer millor el seu sistema de comunicació, sinó també els responsables de les polítiques públiques de comunicació i les pròpies empreses, ja que tret de les més grans, que elaboren o encarreguen els seus estudis d'ús intern, no tenen capacitat per invertir en coneixement del mercat i les seves perspectives.

La manca d'informació sobre el sector a Catalunya és reflex, però, d'una situació clara. El teixit empresarial, polític i social accepta l'estat actual de les coses i no té un interès especial per a la construcció o el desenvolupament de l'espai comunicatiu propi de Catalunya. Per part de les empreses, els moviments de participació alhora en l'àmbit català i espanyol ho posen de manifest. El sistema polític, després del Ple del Parlament de desembre de 1999 dedicat a l'audiovisual, amb el corol·lari de la nova regulació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, s'ha encallat en la revisió de La llei sobre la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i la hipotètica Llei catalana sobre l'audiovisual. I les ensopegades en la política sobre el cable i l'autisme aparent sobre ràdio i televisió digital diuen poc a favor de la sensibilitat envers l'aprofitament de les tecnologies per desenvolupar un sistema comunicatiu català. Exactament igual, però, que la sensibilitat social envers el tema.

La manca d'estudis concrets i la manca de base documental sobre els indicadors d'ús i estat dels mercats, finalment, porten a suggerir que massa sovint les accions en polítiques de comunicació a Catalunya es fonamenten sobretot en la voluntat, en el desig de modificar l'estat de les coses (que ja és important) més que en les possibilitats reals que es puguin dur a terme, simplement perquè esdevé impossible preveure els resultats amb les poques dades que hi ha.

Paral·lelament, és legítim formular-se la pregunta de si els empresaris catalans apostarien per enfortir l'espai comunicatiu català si disposessin d'un coneixement més gran del sector, de la demanda social que hi pot haver i la seva estructura territorial amb estudis propis no tributaris dels estudis d'àmbit espanyol. O, per exemple, si hi hagués més dades sobre quanta publicitat generen els anunciant de Catalunya i el flux Catalunya-Estat en la publicitat, en la línia del que estudia el capítol dedicat a la publicitat en l'informe de l'INCOM.

Mentre el desplegament del sector de la comunicació a Catalunya es mou entre voluntats i intuïcions, el mercat espanyol de la comunicació aprofita els instruments que disposa per identificar necessitats, expectatives i oportunitats, i les autoritats públiques i les empreses poden afinar millor els seus moviments.

Tot plegat influeix en el fet que en aquests moments de grans terratrèmols (especialment pel que fa a compres i fusions entre grups) en el paisatge comunicatiu es parli molt d'Espanya i poc –molt poc– de Catalunya. Juntament amb una dependència de les polítiques estatals de comunicació i de defensa de la competència, i paral·lelament als interessos dels grups empresarials espanyols d'exercir un domini més gran de l'escenari català, mentre els grups catalans, que durant un temps van apostar per participar en l'espai espanyol i després es van replegar a Catalunya a l'espera de millors ocasions, ara sembla que tornen a llançar-se –de manera tímida i potser del braç d'altres– al mercat espanyol. Caldrà veure què en surt de tot plegat.

L'informe de l'INCOM

El treball col·lectiu de l'INCOM aporta la panoràmica més completa de com està el sistema comunicatiu català a l'inici del segle XXI, és un treball ambiciós i modest alhora. Ambiciós, perquè vol abordar tots els mitjans i des de força perspectives i amb profusió de continguts. És modest, però, perquè no té més remei que adaptar-se a l'escassetat de fonts i recursos de què disposem sobre els mitjans de comunicació a Catalunya.

Per això, tot i esdevenir a partir d'ara l'obra de referència a Catalunya sobre la matèria, no es pot pretendre equiparar-la amb els informes anuals que per al cas espanyol elabora des de fa anys el professor Díaz Nosty, que han esdevingut una referència ineludible per als estudis sobre estructura del sector al conjunt espanyol. El seu plantejament és un altre, per diversos motius, i sense que això comporti cap valoració negativa per a l'informe de l'INCOM, ni molt menys.

El primer motiu és que es tracta d'una obra col·lectiva, en què cada tema és elaborat per autors/autores diferents, que hi aporten els criteris i plantejaments respectius per articular els textos i incloure o deixar de banda els aspectes que creuen convenients. Així, la multiplicitat d'autories facilita la presència de punts de vista diferents i enriqueix l'informe, davant dels treballs de responsabilitat d'una sola persona.

El segon motiu és l'abast que vol tenir. Mentre que l'informe de Díaz Nosty és exhaustiu en detalls, amb l'exploració intensiva de les fonts documentals existents per a Espanya, però centrat en un esquema convencional construït sobre els mitjans convencionals (premsa, ràdio, televisió) i la publicitat, bo i que apareixen també el tema d'Internet i el de la concentració empresarial, el treball de l'INCOM va més enllà. L'informe INCOM aborda tots aquests temes i integra també els de les indústries culturals tradicionals (editorial, cinematogràfica, fonogràfica) i els de les més noves (mitjans de comunicació de masses) i s'estén fins a les telecomunicacions, sense oblidar afegir perspectives transversals a tots els mitjans, molt importants per a la caracterització del paisatge comunicatiu de Catalunya: la llengua i l'espai local de comunicació.

El plantejament de l'INCOM és d'oferir més amplitud de continguts, a canvi de sacrificar profunditat en el tractament. Aquesta estratègia li permet afrontar una realitat inqüestionable: la dinàmica de les empreses, de la tecnologia i de les polítiques de regulació estan provocant que les fronteres entre les activitats del sector de la comunicació siguin difuses, i els seus actors es despleguin sobre un mapa que no es limita ni de bon tros a la premsa, la ràdio i la televisió, sinó que estén els dominis i integra la indústria de la música, del cinema i en general de tot tipus de continguts susceptibles de ser combinats amb les activitats originàries.

Una altra diferència, ja esmentada, és la profusió de dades. Malgrat les virtuts de la perspectiva àmplia adoptada per l'INCOM, el seu informe queda lluny de l'exhaustiu treball de Díaz Nosty per a Espanya. Evidentment, la llarga trajectòria del seu treball li ha permès anar millorant i perfilant les estratègies de tractament de la informació. Per aquest motiu, considero que podria constituir una bona referència per a posteriors edicions de l'estudi de l'INCOM, sempre que no comporti sacrificar l'amplitud temàtica que té, i acceptant la dificultat afegida de la manca de dades de qualitat sobre el cas de Catalunya.

Entrant en els continguts de l'informe de l'INCOM, destaca una absència, que comparteix curiosament amb molts dels treballs anteriors a Catalunya i a Espanya sobre la matèria: no es tracta en cap moment el tema de les agències de notícies. L'estructura dominant per mitjans provoca la mateixa absència d'aquest component fonamental en el sistema

de comunicació, i es troba a faltar almenys per dues raons. La primera perquè en el debat polític i comunicatiu a Catalunya apareix com un tema recurrent de forma periòdica l'existència d'una agència catalana de notícies. Per il·luminar aquest debat, fóra bo que s'afegís la presentació de l'estat de la qüestió. I la segona perquè les agències de notícies, que van ampliant el seu ventall de serveis, se sumen a una indústria cada cop més rellevant en l'organització del sistema de comunicació: els proveïdors de continguts desvinculats orgànicament dels operadors de televisió convencional i per plataformes, premsa, ràdio i Internet.

Aquest segment d'activitat de provisió de continguts és cada cop més present en tots els mitjans, i els informes ho han de recollir, per la seva transcendència en la forma de prestar els serveis dels operadors de mitjans convencionals dins la reorganització actual del sistema productiu de la comunicació.

Tret d'aquestes mancances –sempre a criteri del qui escriu–, el contingut de l'Informe respon a un esquema funcional que facilita l'accés a la informació concreta que el lector busca, amb l'únic inconvenient –difícilment evitable, d'altra banda, per la decisió lògica de donar-los un tractament específic– d'haver de recórrer a diversos capítols per trobar els aspectes corresponents a la llengua i a l'espai local de comunicació.

Globalment, els capítols dedicats als mitjans convencionals i les indústries culturals compleixen la funció de síntesi prevista, sense sorpreses i amb les dades principals per justificar-hi les tendències que s'apunten. Així, en la premsa se centra en els principals resultats de difusió de les capçaleres, tot i que hauria estat útil completar-ho amb les magnituds econòmiques de les empreses i les seves connexions o derivacions cap a altres mitjans. En la ràdio es sistematitzen els diversos aspectes, com la caracterització empresarial de l'oferta, la programació, perfils d'usuaris, audiències, i inclou una referència a l'economia del mitjà a partir de les poques dades disponibles. També oferta, programació i finançament configuren el capítol sobre televisió, juntament amb les principals magnituds d'audiència. I pel que fa a cinema, música, llibre i vídeo, l'Informe ofereix en poques pàgines però de molta utilitat la caracterització fonamental de cada sector i les seves magnituds principals a Catalunya.

Entre les aportacions originals, cal agrair dins el capítol dedicat a la publicitat l'esforç per mesurar la dimensió eco-

nòmica de la publicitat generada a Catalunya i la que va destinada als mitjans catalans, ja que es tracta d'una línia de treball que aporta informació fins ara inexistent.

Cal destacar també el fet que es dediqui un capítol a la indústria dels mitjans de comunicació de masses i Internet, per la novetat que representa en aquest tipus de treballs. Un sector en expansió i que s'interrelaciona amb els mitjans convencionals tant pel que fa als continguts com per la rivalitat/complementarietat de cara als usuaris havia de figurar en un informe sobre la comunicació, malgrat que el nivell de dades disponibles sigui encara baix.

L'apartat de telecomunicacions, en canvi, queda desconectat del conjunt, a causa de la voluntat de ser exhaustius en la presentació de totes les línies d'activitat i serveis. Atesa l'orientació i els destinataris de l'informe, probablement hauria donat més rendiment centrar el capítol en els aspectes de les telecomunicacions directament relacionats amb els mitjans convencionals (transmissió de televisió, cable, etc.) per explicar la situació a Catalunya de la profetitzada convergència tecnològica entre sectors.

La primera part de l'informe es completa amb una sèrie de capítols que travessen horitzontalment l'estructura dels anteriors, amb enfocaments puntuals: l'ús del català en els mitjans, els circuits de la comunicació local en tots ells, els grups empresarials de la comunicació i les polítiques de comunicació a Catalunya i l'entorn espanyol. Aquest últim capítol i un altre sobre l'articulació entre premsa i Internet obren el pas a la segona part del volum, dedicada a la prospectiva, que busca ampliar els horitzons que ofereixen els informes sectorials anteriors.

Són nou articles en total, d'experts reconeguts en les respectives matèries i majoritàriament aliens a la UAB, que aborden un ventall temàtic molt obert, que abasta des de l'ètica periodística fins al control democràtic de la televisió, però amb un predomini de les aportacions que s'acosten a les oportunitats, imatge i reptes de l'era digital en la comunicació social.

En total, 44 persones han participat en la redacció dels informes, articles i el repertori documental final. Un bon punt de partida per a un projecte que, si es manté i va perfilant els seus continguts, pot acabar sent el punt de referència dels estudis de situació sobre la comunicació a Catalunya.

No-Do, el tiempo y la memoria

Rafael R. Tranche i Vicente Sánchez Biosca

Madrid: Cátedra 2001

per Àngel Quintana, Professor de cinema de la Universitat de Girona.

La memòria simbòlica del franquisme

No hi ha cap dubte que No-Do constitueix el fons documental d'imatges cinematogràfiques més important que es conserva dels anys del franquisme. Entre el gener de 1943, data del seu primer número, fins l'any 1978, quan en plena transició es varen desmantellar els seus caducs serveis, el noticiari no va deixar de ser present setmanalment –i de forma obligatòria– a tots els cinemes de l'Estat espanyol. Al llarg d'un ampli període pretelevisiu –recordem que la televisió no arribarà fins l'any 1957– el No-Do va convertir-se, malgrat el seu format atemporal de revista setmanal, en el més potent mitjà de comunicació del franquisme, el qual enlloc d'estar pendent de la informació del present va dedicar-se a edificar alguns dels mites claus per a la persistència del franquisme, creant uns paràmetres informatius que tenen poc a veure amb els nostres paràmetres informatius habituals.

La prova de la importància o vigència actual de No-Do la podem veure reflectida en els diversos –i qüestionables– exercicis d'evocació nostàlgica, que esporàdicament duen a terme les nostres televisions, i que remetent, sense cap reflexió, a l'arxiu de les imatges de No-Do, a la locució emfàtica de la seva veu over i al paisatge grisós que evocuen unes imatges que actuen com a element referencial d'un temps perdut. El lema de No-Do va ser “El mundo entero al alcance de los españoles” i actualment, encara que en les seves imatges no s'hi projecti el món sencer, sinó un món petit, raquític i prepotent, la seva funció fantasmagòrica, com a evocació d'un temps de morts, continua sent fonamental. Donada la importància del llegat –actualment conservat a Filmoteca Española– es feia evident que algun historiador havia de fer-se càrrec del seu estudi i que aquest treball exigia la seriositat que algú es situés més enllà de les perilloses evocacions i de les lectures rànies.

Després de tot treball arqueològic de restitució de la història cal que algú dugui a terme una història analítica que plantegi de quina forma les figures del passat van articular uns determinats processos de sentit. El llibre No-Do, El

tiempo y la memoria resulta envejable no només perquè és l'estudi més ambiciós i sistemàtic que s'ha dut a terme sobre aquell noticiari obligatori, sinó perquè en el seu interior sap compaginar la història restitutiva amb la història analítica, sense que hi hagi una inferència entre els dos aspectes. Moltes vegades, aquest fet no és fàcil, sobretot perquè l'historiador restituti, convençut de la certesa de les seves dades, desconfia del treball analític, mentre que l'estudiós analític convençut del relativisme del context històric prefeix creure només en la importància del text.

De fet, No-Do, el tiempo y la memoria es presenta com un sol llibre amb dos llibres separats, amb un títol propi per a cadascun i dos pròlegs perfectament delimitats. El primer llibre, titulat “No-Do: memorial del franquismo”, ha estat escrit per Rafael R. Tranche i tracta sobre la història dels 35 anys del noticiari, la constitució de l'organisme i l'estudi dels seus components. El llibre ha estat escrit amb voluntat restitutiva, convertint-se en un ordenat i exhaustiu treball de recerca de dades sobre la història d'un dels òrgans de poder clau del franquisme, sobre la seva evolució i sobre la seva funció en la societat de masses que estava prefigurant el règim. El segon llibre porta per títol “No-Do: el tiempo, la memoria, la historia y el mito” i ha estat escrit per Vicente Sánchez Biosca i es presenta com un estudi analític de les seves imatges per tal d'esbrinar el concepte d'història que s'amaga en el seu interior. Sánchez Biosca parteix de la idea clarivident –moltes vegades oblidada pels historiadors generalistes– que les imatges no són el reflex del món, sinó una determinada construcció subjecte a diferents exercicis de retòrica. A partir d'aquesta premissa, més d'un lector pot esperar que l'anàlisi es centri en la forma com No-Do articula un discurs de propaganda franquista, seguint els models establerts amb la propaganda nazi. Un dels aspectes més intel·ligents del treball radica en el fet de no centrar-se en l'estudi unidireccional de la retòrica franquista, tant pel que fa a les imatges com pel que fa a la locució de la veu over, sinó en intentar buscar a partir de No-Do les claus de la vida simbòlica de l'Espanya oficial franquista, de les seves fractures i de les seves apostes.

No-Do és, evidentment, un instrument de propaganda, però aquesta propaganda no es construeix només a partir de la visió parcial d'una realitat orientada cap a un cabdillatge, sinó a partir de la constitució d'un discurs mític.

L'aspecte més interessant del llibre resideix doncs, en l'estudi de dos conceptes determinants: la construcció d'un temps cíclic i la creació d'uns espais de la memòria. El temps cíclic vindria determinat per la circularitat dels temes dels noticiaris, per l'observació de com aquests no plantegen una lectura de la història com a progrés, ni tan sols serveixen per mostrar les mutacions del franquisme, ja que l'aposta essencial resideix en la repetició d'uns temes tradicionals –inauguracions, festes de Nadal, processons de Setmana Santa, competicions esportives– i en l'abandonament de la reproducció de qualsevol conflicte –no només intern–, sinó d'ordre extern. A diferència de les notícies televisives, on els conflictes no deixen de sobreposar-se, a No-Do la història té una forma ritual, cíclica, no avança perquè està eternitzada en un règim que ha sotmès el país en una mena de llimb, darrere del qual no es filtra cap realitat possible. Els espais de la memòria són alguns espais emblemàtics del franquisme –el Alcázar de Toledo, el Valle de los Caídos– que varen ser erigits com a construccions simbòliques de la ahistoricitat del règim i com a dipòsit d'una història llegendària de lluita contra el desordre de la democràcia i les seves manifestacions. El No-Do juga a donar rellevància a aquests espais, els emfatitza i acaba concedint-los la seva veritable projecció pública, com a projecció ritual del propi règim.

Els nombrosos suggeriments i línies d'actuació que apunta i desenvolupa "No-Do. El tiempo y la memoria" de Rafael R. Tranche i Vicente Sánchez Biosca amaguen també un interessant debat disciplinari que afecta tant la posició dels historiadors generalistes davant els fenòmens culturals que exigeixen una lectura mítica allunyada de les dades empíriques, la funció dels historiadors de la cultura de masses davant dels fenòmens pretelevisius que escapen dels mitjans ortodoxos –ràdio, premsa, etc.– i el paper dels historiadors del cinema davant d'un material que no pertany al territori de la ficció, ni a cap àmbit volgutament artístic. El treball de Tranche i Sánchez Biosca ens demostra com No-Do forma part de la història del franquisme, de la història dels mitjans de comunicació espanyols i de la història del cinema, però que per conèixer-lo a fons no cal refugiar-se en la metodologia de cadascuna d'aquestes àrees de coneixement, sinó que cal establir punts de contacte buscant una aproximació interdisciplinària que rebutgi els límits de les històries autofundades i les capelletes metodològiques.

La violència en la mirada. L'anàlisi de la violència a la televisió

Aran, S.; Barata, F.; Busquet, J.; Medina, P.
Barcelona: Trípod, 2001 (Papers d'estudi, 6)

per Albert Sáez, Professor de Periodisme de la Universitat Ramon Llull, Barcelona

Repensar la violència

La violència a la televisió ha estat a casa nostra un tema més habitual en el debat públic que no pas en l'estudi acadèmic. Els fets relacionats amb l'assassinat de les nenes d'Alcàsser van provocar un autèntic esglai social que es va traduir en una pluja d'informes pseudocientífics, articles efectistes i jornades de debat populista. Fins i tot el Senat espanyol va organitzar una ponència que va contribuir a esperonar els retrets entre professionals i polítics a propòsit dels continguts violents a la programació televisiva i la seva presumpta influència en el comportament de les noves generacions. Val a dir que, com recorda el professor Miquel Rodrigo al pròleg d'aquest llibre, el debat s'ha polaritzat a nivell popular fent-se ressò de les dues grans tradicions de pensament que han organitzat la recerca en aquest punt fronteres enllà: els que culpen els mitjans de comunicació de la violència que hi ha a la societat i els que culpen la societat de la violència que hi ha als mitjans de comunicació. Però en la majoria de casos, a l'Estat espanyol i a Catalunya, s'han traslladat al debat popular els resultats de la recerca sobre violència televisiva feta en altres contextos culturals i històrics sense cap mínim esforç per adaptar-los a la nostra realitat.

El temps acadèmic no és ni pot ser el mateix que el temps polític i mediàtic governat per l'imperi efímer de l'actualitat. La violència en la mirada és una resposta a la preocupació social sobre la violència televisiva feta des del rigor científic. És també en la seva gènesi una bona mostra dels efectes beneficiosos de la creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya que, més enllà de dirimir les picabaralles dels polítics, ha impulsat un treball acadèmic sobre un assumpte que inquieta una part molt important de la societat amb referència a l'activitat dels mitjans de comunicació audiovisuals. El CAC va donar suport a la creació d'aquest equip de recerca sobre violència i televisió a la Universitat Ramon Llull que ara presenta una part del seu treball en forma de llibre, que té una virtut en una de

les seves limitacions: no es proposa tancar el debat sinó impulsar noves vies per continuar-lo i, sobretot, per aprofundir-lo.

De fet, el llibre no satisfà plenament l'encàrrec del CAC que consistia a establir un mètode d'observació del grau de violència present en els programes televisius. Era una demanda lògica d'acord amb la manera com s'havia establert socialment un problema que el CAC havia de respondre com a organisme de supervisió del sistema audiovisual. Però l'equip coordinat pel professor Jordi Busquet proposa en el llibre que tot mètode d'anàlisi de la violència a la televisió té un anclatge en un concepte específic de violència i, sobretot, en una concepció predeterminada dels efectes dels mitjans de comunicació en les societats avançades. Per això el llibre és una llarga i documentada introducció al mètode d'observació de la violència televisiva que finalment proposa tot i expressar-ne moltes prevencions.

Aquesta llarga introducció no és especialment original pels temes que aborda: definició de violència, els processos d'influència dels mitjans, el periodisme de successos i la violència com a element de ficció audiovisual. Podríem estar davant d'un simple reader de les aportacions més destacades que s'han fet en la segona meitat del segle xx sobre aquests temes. I ens hi trobem però fet des d'una perspectiva inèdita fins ara com és la interdisciplinària. Molt sovint la posició dels autors respecte els dos pols de la polèmica sobre aquest tema depèn de la seva adscripció científica. Dit ras i curt, els psicòlegs tendeixen a donar molta importància als mitjans de comunicació i els comunicòlegs a relativitzar-la. L'equip format per Aran, Barata, Busquet i Medina ha integrat els sabers de les diverses disciplines en un sol debat, cosa que els ha obligat a un important esforç, diria que superat amb èxit, de consens conceptual i metodològic. Els dos primers capítols del llibre i, sobretot, el propi mètode proposat, ratllen aquell ideal que semblava inassolible de la transdisciplinarietat, tal com va assenyalar el mestre Moragas. No és fàcil d'aconseguir-ho i òbviament comporta algunes imperfeccions, però el mètode que proposen els autors integra en una única proposta les preguntes que sobre violència i televisió es farien totes les disciplines implicades en dir-hi alguna cosa significativa. Un altre problema, que el llibre no resol, és el tipus de vincles que cal establir entre les diverses disciplines no a l'hora de plantejar el problema sinó en el moment

de solucionar-lo o de donar resposta concreta i científica a les inquietuds socials que desvetlla. Amb tot, La violència en la mirada trenca dues dinàmiques habituals en aquest tipus d'estudis com són el diàleg de sords entre perspectives científiques diferents i la incapacitat de transformar la interdisciplinarietat teòrica en una transdisciplinarietat operativa. Caldrà veure en el futur quin resultat està donant al mateix grup i al CAC l'aplicació del mètode proposat i, sobretot, de quina manera els resultats obtinguts obliguen a replantejar en part la teoria publicada fins ara.

De fet, la proposta d'aquest equip de recerca incideix plenament en un debat de més profunditat que afecta el conjunt de la investigació sobre la comunicació mediàtica. Ens referim a la manera com vincular l'estudi dels textos mediàtics amb l'anàlisi dels seus contextos de producció, consum i anàlisi. L'estudi de la violència a la televisió ha estat fins ara summament descontextualitzat. Comptar cops de puny és relativament fàcil. Afirmar que els productors els inventen per forjar un determinat model de societat encara ho és més. I pensar que els nens són més vulnerables als cops de bastó dels dibuixos animats que als dels contes pràcticament no ha estat ni discutit. Però llegint el treball que ens ocupa ens adonem de la precarietat intel·lectual d'aquests plantejaments perquè de fet la preocupació generalitzada per l'excés de representació social de la violència és un fenomen propi de societats menys violentes. Passa com en el cas dels maltractaments, l'augment de les denúncies és un índex de progrés en la consciència social contra les pallisses a les dones. Per tant, diríem que els mitjans de comunicació són massa violents per a unes societats que estan deixant de ser-ho. Tot un cop de bastó contra les teories pessimistes al respecte. Però el llibre ens aporta igualment la necessitat de buscar nous elements contextuais que poden incidir en el text mediàtic sobre la violència.

En aquest punt és especialment interessant el treball que es fa sobre els gèneres televisius com a origen del meta-discurs compartit per productors i consumidors en el moment de codificar i descodificar un determinat programa televisiu. Dit col·loquialment, vint-i-cinc bastonades no provoquen el mateix efecte en l'espectador d'un documental històric que en el d'un telenotícies o que als dibuixos animats. Emissors i receptors defineixen el significat a partir de les imatges que comparteixen però també a par-

tir de les convencions de gènere que, entre d'altres coses, les contextualitzen.

Estem, doncs, davant d'una primera aproximació que intenta reconduir des de l'àmbit acadèmic un debat social molt intens però massa sovint carregat de tòpics presumptament científics que han estat superats de fa temps més enllà de les nostres fronteres. Uns tòpics que sovint presentaven com a contradictòries posicions científiques

que simplement responien a marcs disciplinars diversos que els autors d'aquest llibre han fet l'esforç d'interrogar a partir d'un mètode d'observació únic però compartit. Com tota obra científica rigurosa obre més interrogants dels que tanca, però la premsa és mala companya científica sobretot quan es tracta d'analitzar processos socials complexos com el de la violència televisiva.

Revista de revistes

Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura

2001, núm 27, Bellaterra (Barcelona)
Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació
280 pàgines
ISSN: 0211-2175

Aquest número de la revista és un monogràfic sota el títol general de "Imatge i coneixement", que ha coordinat el professor Josep Maria Català Domènech. El número estudia el retrocés que està experimentant la paraula com a agent gestor de la realitat, un procés que sembla culminar amb el tan injuriat adveniment d'una era de la imatge. La recerca ancestral d'una comprensió del món, intrínseca a tota cultura, ha deixat pas a una desenfadada confiança en la feina dels experts que, a canvi d'aquesta fe, ens assegurin el seu correcte funcionament en dimensions absolutament alienes a la vida quotidiana. Entre els articles d'aquest número, cal destacar els escrits per Romà Gubern, Elisenda Ardèvol, Santos Zunzunegui, Àngel Quintana, Domènec Font, Lorenzo Vilches i altres. El número es complementa amb un "encontre" amb Rafael Argullol i la reproducció d'un text de Jan Patocka, un deixeble de Heidegger.

Comunicación y sociedad

Vol. XIV, núm 1, juny 2001
Pamplona: Facultat de Comunicació
200 pàgines
ISSN: 0214-0039

En aquest número de la revista que publica la Universitat de Navarra destaquem tres articles. Un treball de Marta Martín Llaguno i Maria Rosa Berganza Conde sobre "Votantes y medios de comunicación en las elecciones nacionales españolas de 1996: ¿exposición selectiva o influencia mediática?", en el qual s'analitzen dues hipòtesis. En la primera, s'exploren les relacions entre el record del vot i el consum de mitjans de difusió, és a dir, la tendència dels ciutadans a preferir els mitjans que són consonants amb la seva ideologia. La segona està dirigida a comprovar que els mitjans espanyols posseeixen una agenda altament polititzada, mitjançant l'anàlisi del contingut en diversos diaris. L'article de Mercedes Montero, "La tensión entre colaboracionistas y opositores a Franco en Editorial Católica, editora del diario Ya (1945-1958)" en el qual es reflecteixen fets cabdals en la història del periodisme sota la dictadura franquista. Finalment, l'article de Julian Rodríguez Pardo, "El derecho de autor en la Sociedad de la Información" estudia i analitza les accions que, en aquesta era de comunicació global, estan posant en marxa tant la Unió Europea com l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual per protegir la creació i els creadors.

Comunicar

Segon semestre de 2001, núm 17
Revista científica iberoamericana de comunicació i educació
Huelva: Grupo Comunicar. Colectivo Andalúz para la educación en Medios de Comunicación
214 pàgines
ISSN: 1134-3478

Aquesta revista andalusa dedicada a la investigació sobre l'educació i la comunicació publica una sèrie d'articles entre els quals destaquem els següents: "Aprender a ver y analizar la información audiovisual"; "La competencia educativa en el entorno tecnológico: desafío para la enseñanza". "Adolescentes: entre la escuela y el cibercafé"; "Información, ficción y pedagogía en el fútbol televisado"; "Comunicación web: el valor de los contenidos de la Red"; "Infancia y televisión educativa en el contexto multimedia"; "La socialización medial"; "Violencia, juventud y medios de comunicación"; "Apuntes sobre la violencia en los programas de televisión".

Communication Theory

Agost de 2001, volum 11, núm. 3
Los Ángeles: University of Southern California
124 pàgines
ISSN: 1050-3293

Aquest lliurament de la revista californiana publica una sèrie de treballs sobre teoria de la comunicació, com ara "Dialogic Civility as pragmatical ethical praxis: an interpersonal metaphor for the public domain" i "From distance and uncertainty to research and pedagogy in the borderlands: implications for the future of intercultural communication". La revista es completa amb una interessant i extensa selecció de llibres sobre comunicació.

Dossiers de l'Audiovisuel

Setembre-octubre 2001, núm 99
París: Institut National de l'Audiovisuel (INA)
72 pàgines
ISSN: 0767-4775

La revista proposa un dossier sobre el tema de la publicitat a la televisió, en el qual s'analitza, en primer terme, el lloc que ocupa la publicitat televisada a França; es fa referència, després, a les estratègies dels actors i l'impacte dels missatges. Finalment, s'analitzen les formes, les normes i els continguts de la publicitat. Aquest número dels Dossiers de l'Audiovisuel es complementa amb una completa bibliografia sobre el tema, així com un llistat de llocs web sobre publicitat televisiva.

European Journal of Communication

Desembre 2001, vol.16, núm 4
Loughborough (UK)
ISSN: 0267-3231
www.sagepub.co.uk

En aquest número destaquem l'article "Defining European Public Service Broadcasting", en el qual s'analitza com la Comunitat Europea reconeix el servei públic de radiotelevisió com un bé públic que cal protegir, juxtaposant-lo als requeriments d'una política de competència. També cal destacar un article sobre la influència dels mitjans en la política mundial, sota el títol "Theorizing the influence of media on world politics: models of media influence on foreign policy".

Journal of Communication

Setembre 2001, vol. 51, núm 3
Austin: International Communication Association, pàgines 453-629
ISSN: 0021-9916

Aquest lliurament de la revista tracta, en un número especial, de la incertesa, l'avaluació i la comunicació. Hi ha un article sobre "Uncertainty Reduction, Problematic Integration, Uncertainty Management and other curious constructs", que compara les diferents teories sobre la incertesa. Destaquen també els articles "A normative approach to the study of uncertainty and communication" i "Building a mystery: toward a new theory of communication and identity". La revista es complementa amb un assaig sobre "risc i cultura" i amb l'habitual ressenya de llibres.

Media, Culture & Society

Setembre 2001, vol. 23, núm. 5
Londres
ISSN: 0163-4437
www.sagepub.co.uk

Entre els articles d'aquest lliurament de la revista destaquem "Argentina versus England at the France '98 World Cup: narratives of nation and the mythologizing of the popular" en el qual s'estudien els estereotips sobre la nacionalitat a través del futbol i el seu reflex en els mitjans de comunicació. I també destaquem "Symbiosis: mass media and the Truth and Reconciliation Commission of South Africa" en què s'explica l'important paper que van tenir els mitjans de comunicació, especialment la ràdio i televisió, en la denúncia de les violacions dels drets humans.

Revista de Webs

Webs de revistes de comunicació

American Communication Journal

<http://www.acjournal.org/index.htm>

Revista publicada per l'American Communication Association; dona accés a tots els articles de tots els números, a partir del primer (setembre del 97).

Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura

<http://kane.uab.es/revistaanalisi/>

Versió electrònica de la revista que publica el Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en línia des del número 19 (1996).

Capçalera

<http://www.periodistes.org/capçalera/index.htm>

Versió electrònica de la revista bimensual que publica el Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Communication Theory

<http://ct.oupjournals.org>

Publicada per Oxford University Press; l'últim número de la revista es pot consultar on-line

Electronic journal on Virtual Culture

<http://www.monash.edu.au/journals/ejvc>

Revista australiana de cultura virtual, de la qual es poden consultar tots els articles, emmagatzemats des del 1993.

En.red.ando

<http://www.enredando.com>

Setmanari dedicat a la xarxa i la societat de la informació, en versió castellana, catalana i anglesa.

Formats

http://www.iaa.upf.es/formats/menu_c.htm

Revista electrònica de la universitat Pompeu Fabra, especialitzada en comunicació audiovisual. Es poden consultar els articles sencers.

Journal of Communication

<http://www3.oup.co.uk/jnlcom/>

Revista publicada per Oxford University Press, editada per la International Communication Association. Pot consultar-se on-line l'últim número, i els índexs i abstracts dels articles dels números anteriors.

Public Opinion Quarterly

<http://www.journals.uchicago.edu/PDQ/journal/home.html>

Publicació editada per la Universitat de Chicago, i feta per la American Association of Public Opinion Research. Es poden accedir als textos íntegres de la revista.

Sage Publications Journals

<http://sagepub.co.uk>

Conté els enllaços a totes les revistes que publica, de les quals hi ha moltes sobre comunicació i mitjans. Des d'aquests enllaços es té accés a tots els abstracts dels articles.

Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació

<http://www.blanquerna.url.es/cat/publicacions/tripodos/INDEX.HTM>

Versió electrònica de la publicació de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Ramon Llull. Està disponible on-line l'últim número, en PDF.

Zer. Revista de Estudios de Comunicación

<http://www.ehu.es/zer/>

Versió electrònica de la revista que edita la facultat de comunicació de la Universitat del País Basc.

Sol·licitud d'articles originals

La televisió de qualitat

La reclamació d'una televisió de qualitat comença a ser àmpliament sentida en un entorn mediàtic caracteritzat per l'opulència de canals i d'ofertes de televisió. Però definir què entendre per televisió de qualitat o per qualitat a la televisió remet a un debat multidimensional, en el qual estan implicats interlocutors molt diversos: polítics i professionals, intel·lectuals i artístics, els públics de la televisió i la societat en general.

La revista Quaderns del CAC vol dedicar un tema monogràfic pròxim a tractar en profunditat els termes i l'abast d'aquest debat. Per això convida els investigadors, intel·lectuals, experts i professionals interessats en aquest concret debat, a enviar articles originals per ser avaluats i publicats. Els articles seran avaluats per un comitè de lectura. Seran benvingudes les col·laboracions des de qualsevol disciplina i/o enfocament que pugui aportar elements pertinents de reflexió, de crítica i de valoració de l'objecte d'interès.

Els originals hauran de ser enviats a la direcció de Quaderns del CAC sense que consti l'autoria en el text a fi que pugui seguir el procés anònim d'avaluació d'originals. El nom, els cognoms i l'adreça hauran de figurar en un sobre a part. Els originals, que s'hauran d'adequar a les instruccions de la revista per a la presentació de textos, no superaran les 6.000 paraules.

El termini per a l'admissió d'originals per a aquest tema monogràfic és el dia 1 de juny de 2002. Caldrà adreçar els originals a:

Josep Gifreu
Director de Quaderns del CAC
c/ Entença, 321
08029 Barcelona
e-mail: jgifreu.cac@correu.gencat.es

Sol·licitud d'articles

Crítica de llibres

Quaderns del CAC obre una secció de Crítica de Llibres on vol deixar constància de les novetats rellevants que es publiquin sobre comunicació i cultura audiovisuals. Per això convida especialment als investigadors, experts i professors, a enviar a la revista breus articles crítics sobre les novetats editorials que siguin dels seu interès. Els articles de crítica de llibres s'ajustaran a les instruccions generals per a la presentació d'originals i no podran superar les 2.500 paraules.

No hi ha termini d'entrega d'articles.

Els articles s'adreçaran a:

Martí Petit,
Cap de redacció de Quaderns del CAC
c/ Entença, 321
08029 Barcelona
e-mail: mpetit.cac@correu.gencat.es

Guia per a la presentació d'articles a la revista Quaderns del CAC

Presentació dels articles

L'article ha de presentar-se en suport informàtic (preferiblement PC i en format Word), acompanyat de còpia impresa. Cada pàgina ha de tenir unes 30 línies aproximadament i en cos de lletra 12. L'extensió màxima dels articles serà de 5.000 paraules.

En la primera pàgina de l'article, hi constarà el títol, el nom de l'autor, càrrec en què ha de constar, la seva adreça i correu electrònic. Juntament amb l'article s'ha d'adjuntar un resum de 90/100 paraules en la llengua original de l'article i en anglès, un llistat de paraules clau i un breu currículum de l'autor.

S'acceptaran articles en català, castellà, anglès, francès, italià i portuguès. Eventualment, i sempre que la qualitat de l'escrit així ho justifiqui, es considerarà la possibilitat d'acceptar un article escrit en una altra llengua oficial de la Unió Europea. En qualsevol cas, les llengües de difusió seran el català, castellà i anglès.

Els articles no encarregats han de portar el nom de l'autor en un full a part per tal que els avaluadors no en coneguin el nom.

Bibliografia i notes de referència

La bibliografia ha d'anar situada al final de l'article. El model de citació haurà de seguir els criteris establerts pel TERMCAT (Institut d'Estudis Catalans), que són l'adequació dels estàndards ISO 690 i ISBD.

Adreça electrònica de consulta:

http://www.termcat.es/termgia/criteris/cr_bibl.htm

Exemples:

• Llibres

DE MORAGAS, M; PRADO, E.

La televisió pública a l'era digital

1ª ed. Barcelona: Pòrtic, 2000.

(Col·lecció Centre d'Investigació de la Comunicació; 4)

ISBN 84-7306-617-0

El régimen jurídico del audiovisual.

Madrid-Barcelona: Marcial Pons- Institut d'Estudis

Autonòmics, Generalitat de Catalunya, 2000.

• Articles a revistes

HOFFNER, C. [et al.].

"The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Television Violence".

A: Journal of Communication.

Cary [Regne Unit]: Oxford University Press, juny 2001, vol. 51, núm. 2, p. 283-299.

ISSN 0021-9916

• Contribucions en llibres

CAMAUËR L. "Women's Movements, Public Spheres and the Media: A Research Strategy for Studying Women's Movements". A: SREBERNY, A; VAN ZOONEN, L., eds. Gender, Politics and Communication. 1ª ed. Cresskill [New Jersey, EUA]: Hampton Press, 2000, p. 161-182.

ISBN 1-57273-241-5

Les notes de referència dins del text s'han de presentar entre parèntesi amb el nom de l'autor, l'any de la publicació i la pàgina o pàgines corresponents.

Taules i il·lustracions

Les taules han de tenir títols curts i descriptius, i han anar numerades amb xifres aràbigues en un arxiu a part. Totes les notes i fonts corresponents a les taules es col·locaran al peu de cada taula.

No s'admetran il·lustracions.

Drets d'autor

La presentació dels articles ha d'anar acompanyada d'una carta en què l'autor faci constar la seva autorització per a la difusió de l'article en versió impresa i electrònica.

Els articles han d'anar adreçats a:

Josep Gifreu

Director de Quaderns del CAC

c/ Entença, 321

08029 Barcelona

e-mail: jgifreu.cac@correu.gencat.es

ÍNDEX

■ Presentació	2
■ Tema monogràfic: El pluralisme informatiu als mitjans audiovisuals	
Informe relatiu al pluralisme informatiu dels mitjans de ràdio i televisió de Catalunya	3
Pluralisme en els mitjans audiovisuals? Joan Botella	27
Radiotelevisió pública i pluralisme a Catalunya Maria Corominas	37
Recomanació del Consell d'Europa sobre el pluralisme als mitjans de comunicació	47
■ Observatori	
Conversa amb Manuel Castells Joan Manuel Tresserras	49
Exposicions de cinema. Nous temps per a les relacions entre la imatge filmica i els centres d'art contemporani Xavier Pérez	53
Darreres tendències de la televisió pública actual: Crònica del Miniput 2001 Glòria Salvadó	59
■ Agenda	
Crítica de llibres	66
Revista de revistes	76
Revista de webs	78
Sol·licitud d'articles originals	79
Gua per a la presentació d'articles a la revista <i>Quaderns del CAC</i>	80



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença 321
08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25
Fax 93 363 24 78
E-mail: audiovisual@correu.gencat.es

 **Generalitat
de Catalunya**

