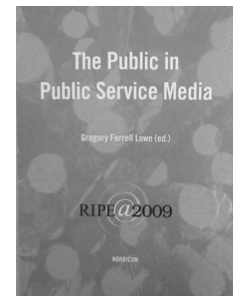


LOWE, G. F. *The Public in Public Service Media*. Nordicom, 2009.
ISBN: 978-91-89471-94-8

PER ROBERTO SUÁREZ CANDEL

Marie Curie Research Fellow

*Hans Bredow Institut für Medienforschung
Hamburg*



Aquest llibre és el quart lliurament de la *Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise* (RIPE, <<http://ripe-at.org>>), una iniciativa liderada pel professor Gregory Ferrell Lowe, catedràtic del Departament de Periodisme i Comunicació de Masses de la University of Tampere (Finlàndia), i el principal objectiu de la qual és fomentar el debat i la col·laboració entre acadèmics, investigadors i professionals interessats en els mitjans de comunicació de servei públic (MSP). RIPE organitza cada dos anys una conferència internacional, patrocinada per un prestador de servei públic, en què s'aborden conceptualment els principals assumptes i reptes que han d'afrontar els MSP. Així mateix, s'hi discuteixen possibles aportacions teòriques i s'hi proposen solucions pràctiques. Com a resultat de cada conferència, RIPE i el Nordic Information Centre for Media and Communication Research (Nordicom) de la Göteborg Universitet (Suècia) publiquen un volum en què en recullen les contribucions més rellevants.

El text ressenyat és fruit del congrés *Public Service Media in the 21st Century: Participation, Partnership and Media Development*, dut a terme l'octubre de 2008 a Mainz (Alemanya) i organitzat pel radiodifusor públic alemany *Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)*, el programa *Mediainelligenz* de la *Johannes Gutenberg-Universität Mainz* i l'*Institut für Mediengestaltung* de la *Universität de Ciències Aplicades de Mainz*. Després dels llibres corresponents a les conferències de 2002, 2004 i 2006, aquest quart volum confirma la consolidació de RIPE com a *think tank* sobre el servei públic als mitjans de comunicació. Sens dubte, tant els debats de la trobada internacional com les publicacions que se'n deriven s'han convertit en un punt de trobada i en una font de referència obligada, respectivament, tant per als acadèmics com per als professionals del sector. A més, es pot destacar el fet que en tots dos casos —conferència i publicació— es combina la participació de persones amb una trajectòria internacional de primer ordre amb la inclusió de joves investigadors que hi aporten noves perspectives.

Aquest quart llibre es titula *The Public in Public Service Media*. El seu objectiu és abordar la conceptualització i el rol

actual de l'audiència, de la ciutadania, en relació amb els mitjans de servei públic, centrant-se en la televisió i en algunes iniciatives en línia. La principal tesi és que en un context de transformació com l'actual, en què la digitalització ha propiciat la creació d'un entorn multiplataforma que comporta, entre altres efectes, una fragmentació inevitable i una segmentació de l'audiència, la legitimació i el desenvolupament futur dels mitjans de servei públic passen inexorablement per la reconceptualització del públic, al qual convé implicar (*engage*), ara de forma activa. Entre altres arguments, s'emfasitza la necessitat d'aprofitar les noves tecnologies per establir nous vincles entre els radiodifusors públics i els seus usuaris, per tal que se'n derivin relacions més col·laboratives. Només d'aquesta manera el servei públic podrà mantenir la seva visibilitat entre una oferta audiovisual cada cop més abundant. Això resulta essencial per assegurar-ne el pes en el mercat audiovisual. A més, aquest *engagement* de l'audiència és clau per assegurar el suport ciutadà que legítimi els MSP. Ambdós aspectes, l'econòmic i el social, són imprescindibles per garantir la continuïtat del servei públic en un escenari en què se'n qüestiona sistemàticament la pertinència i la necessitat.

Com en els volums RIPE anteriors, el llibre està concebut com una antologia. Per això, tenint en compte que cada capítol és autònom i aborda un tema concret, no cal, necessàriament, realitzar-ne la lectura de manera lineal. Això converteix el text en una font de referència pràctica i funcional. El llibre s'organitza en dues seccions. En la primera ("Trends and Theorisation"), l'enfocament és més conceptual i teòric. S'hi analitzen essencialment quines són les necessitats actuals dels mitjans de servei públic, el perquè i quins passos s'han de realitzar per resoldre-les. La segona part ("Audiences and Accountability") se centra en la qüestió de com resituar el públic, com a audiència, persones usuàries o ciutadans i ciutadanes, dins de la redefinició necessària que els MSP requereixen en el nou context. Amb aquesta finalitat, s'ha optat per presentar anàlisis crítiques i comparacions d'experiències implementades en diferents països europeus. Totes dues seccions estan precedides per una extensa introducció a càrrec de

l'editor, que de forma brillant exposa el *statu quo* del servei públic i identifica les preguntes que en marquen l'evolució immediata.

Quant al contingut dels capítols, convé fer-ne un seguit de puntualitzacions. En primer lloc, hi ha notables diferències en la qualitat formal dels diversos capítols. Mentre que alguns es llegeixen de manera fluida i l'organització de les idees estimula la curiositat, d'altres compten amb un llenguatge excessivament confús i una retòrica complexa que dissuadeixen el lector (és el cas del capítol de L. Jackson sobre audiències participatives i mitjans socials als MSP). Així mateix, mentre que en algunes aportacions l'anàlisi efectuada és brillant i il·lustradora i proporciona al lector arguments que li permetran reflexionar en profunditat sobre el tema tractat i confrontar les seves pròpies conclusions amb les dels autors, altres contribucions són poca cosa més que meres descripcions d'experiències nacionals en què se sol recórrer de manera gairebé compulsiva a presentar xifres que, a falta d'una contextualització adequada, no aporten gran cosa. En aquests casos, la manca d'una anàlisi elaborada del que es descriu deriva en conclusions que, de vegades, poden resultar una mica arbitràries o qüestionables (com ara la contribució d'I. Costanera sobre la qualitat televisiva als PSM). Així, el lector pot tenir la impressió que un cas ha estat escollit simplement perquè es volen fer públics els resultats d'una recerca, independentment de la seva notorietat o adequació al tema tractat al llibre (n'és un exemple el capítol firmat per D'Arma, Enli i Steemers, en què s'analitza com els PSM serveixen a l'audiència infantil).

En segon lloc, el volum peca d'un biaix geogràfic que no era d'esperar a hores d'ara per part de la iniciativa RIPE, en què ja participen investigadors i professionals d'origen molt divers. Essencialment, s'hi tracten els casos nacionals paradigmàtics (Regne Unit i Alemanya) i s'efectua un recorregut pels països nòrdics (Suècia, Noruega i Finlàndia). S'hi afegeixen Holanda i Itàlia i, com a nota de color, els Estats Units. S'han deixat de banda les experiències de països mediterranis i d'Europa de l'Est que també van ser presents a la conferència i podrien aportar-hi resultats i idees interessants. A més, tampoc no es posa atenció a la realitat regional d'Europa o al desenvolupament del concepte de servei públic en altres zones del món.

Un cop s'han apuntat aquests matisos, de les aportacions de la primera part, se'n pot destacar, per la seva qualitat, les de Josef Trappel, Richard Collins i Minna Aslama. El primer efectua una revisió sistemàtica dels reptes del servei públic i identifica les oportunitats que el nou context tecnològic genera per renovar-ne la legitimitat. Per la seva part, Richard Collins també aborda la pèrdua aparent de legitimitat del servei públic i reflexiona sobre com internet pot contribuir a solucionar-ho. Quant a l'aportació d'Aslama, realitza una interessant aproximació al concepte de participació de l'audiència i als mètodes per vehicular-la. De la segona part del llibre, en destaquen els capítols d'Uwe Hasebrink, A. Leurdijk i M. Leendertse, i Hans Kleinsteuber. Hasebrink aporta un marc teòric d'una gran solidesa sobre la conceptualització dels rols que les persones

espectadores assumeixen davant dels mitjans públics. Proposa un model que posteriorment és validat de manera efectiva mitjançant un cas d'estudi centrat en Alemanya. Per la seva part, Leurdijk i Leendertse hi contribueixen amb una interessant reflexió en què qüestionen algunes de les idees preconcebudes sobre els efectes de la tecnologia en les actituds de l'audiència davant dels mitjans. La seva aportació resulta interessant per tal de reconsiderar alguns dels principis que molts radiodifusors i professionals estan seguint cegament en el desenvolupament de nous serveis. Quant a Kleinsteuber, mitjançant una crítica àcida i una ironia subtil, desconstrueix un dels mites del servei públic alemany: la pertinència i eficàcia dels consells interns dels radiodifusors públics com a eina de representació dels interessos de la societat.

A tall de conclusió, convé remarcar que, malgrat els matisos assenyalats, aquest volum de 2009 de la sèrie RIPE és un text molt valuós per al debat i la reflexió sobre els mitjans de comunicació de servei públic. Cobreix una gran amplitud de temes i d'experiències que proporcionaran dades d'interès a lectors molt diversos, des d'acadèmics i professionals fins a estudiants interessats en el futur dels mitjans de comunicació públics.