

QUA-

29

núm. 29
setembre - desembre 2007

DERNS

DEL



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

CAC

www.cac.cat

Regulació i canvi
en l'audiovisual

Quaderns del CAC núm. 29, setembre-desembre 2007

A/e: quadernsdeltac@gencat.cat

Consell editorial:

Victòria Camps i Cervera (editora), Jaume Serrats i Ollé, Dolors Comas d'Argemir i Cendra, Núria Llorach i Boladeras, Rafael Jorba i Castellví, Santiago Ramentol i Massana

Director:

Josep Gifreu

Directora executiva:

Maria Corominas

Coordinadora general:

Sylvia Montilla

Seccions:

Martí Petit (revistes de llibres, de revistes i de webs)

Assessorament lingüístic:

Eva Vigo i Neus Ruiz

Maquetació:

Yago Díaz

Impressió:

Grup 3, S.L.

Dipòsit legal: B-17.999/98

ISSN: 1138-9761

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

President: Josep Maria Carbonel i Abelló

Vicepresident: Jaume Serrats i Ollé

Consellera secretària: Dolors Comas d'Argemir i Cendra

Conselleres i consellers: Victòria Camps i Cervera, Rafael Jorba i Castellví, Núria Llorach i Boladeras, Josep Micaló i Aliu, Santiago Ramentol i Massana, Fernando Rodríguez Madero, Domènec Sesmilo i Rius

Secretari general: Jordi Pericàs i Torquet



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

Entença, 321
08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78
audiovisual@gencat.cat
www.cac.cat

Generalitat de Catalunya

Sumari

■ Presentació	2
■ Tema monogràfic: Regulació i canvi en l'audiovisual	
Contingut de vídeo en línia: regulació 2.0?	3
Una anàlisi en el context de la nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals	
Monica Ariño	
La legislació catalana de l'audiovisual: present i futur	17
Antoni Bayona	
“Vint anys tampoc no són res” en la regulació de la televisió	25
José Carlos Laguna de Paz	
Transformacions en l'ecosistema mediàtic i noves pautes de regulació administrativa del fet audiovisual	35
Andrés Boix Palop	
La Convenció UNESCO sobre diversitat cultural i el dret de l'Organització Mundial del Comerç: conflicte o complementarietat?	51
Laura Gómez Bustos	
Internet: la resposta del dret a l'espai públic virtual	61
Marc Carrillo	
■ Observatori	
La producció informativa a la televisió	69
Rosario de Mateo, Laura Bergés i Marta Sabater	
Els models d'amor en la ficció televisiva seriada.	81
Estudi de cas: <i>Porca misèria</i>	
Pilar Medina, Miquel Rodrigo, Sue Aran, Rosa-Àuria Munté i Joan Tharrats	
La programació de televisió en la transició del segle XXI	91
Jordi A. Jauset	
El deute de Sogecable i Prisa: anàlisi i gènesi d'una estratègia empresarial global d'alt risc	105
Núria Almiron	
■ Agenda	
Crítica de llibres	117
Revista de llibres	123
Revista de revistes	125
Revista de webs	127
Guia per a la presentació d'articles	129

Presentació

La transformació extensa i intensa del sector de l'audiovisual a causa de l'impacte d'alguns factors com ara la convergència tecnològica, la digitalització, l'expansió d'internet i la irrupció del web 2.0, entre d'altres, ha obligat a repensar profundament la regulació jurídica dels mitjans i dels serveis audiovisuals. Després d'un llarg període de consultes, la Unió Europea va adoptar finalment, el desembre de 2007, la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual, la qual, sense abandonar els principis rectors de l'antiga Directiva anomenada de televisió sense fronteres (1989), pretén adequar el marc regulador de l'espai europeu als nous canvis estructurals. També en l'escala inferior dels estats, la dinàmica dels canvis demana una adequació dels marcs de la regulació audiovisual i de la distribució de competències entre sector públic i privat o entre territoris. A Catalunya, l'esforç del legislador en aquest sentit ha estat molt important en els darrers anys, mentre que a l'Estat espanyol només s'han aconseguit reformar la ràdio i la televisió estatals, i han quedat ajornades les lleis de la comunicació audiovisual i de creació de l'autoritat audiovisual de l'Estat.

Aquest número de *Quaderns* ha volgut recollir les col·laboracions d'experts altament qualificats per tal d'oferir un estat de la qüestió i un balanç crític dels principals canvis de la regulació de l'audiovisual durant els darrers anys. La importància de la nova Directiva europea és el tema amb què obre el monogràfic Monica Ariño, assessora de l'autoritat reguladora britànica Ofcom ("Contingut de vídeo en línia: regulació 2.0? Una anàlisi en el context de la nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals"). El professor Antoni Bayona presenta una acurada anàlisi sobre les aportacions i les innovacions de la legislació catalana del 2000 al 2007 ("La legislació catalana de l'audiovisual: present i futur"). Pel que fa als debats sobre la regulació a l'Estat espanyol, el professor José Carlos Laguna de Paz ("Vint anys tampoc no són res" en la regulació de la televisió) i el professor Andrés Boix Palop ("Transformacions en l'ecosistema mediàtic i noves pautes de regulació administrativa del fet audiovisual") argumenten les posicions respectives. Amb perspectives més generals, clouen el monogràfic l'article de la investigadora Laura Gómez Bustos "La convenció UNESCO sobre diversitat cultural i el dret de l'Organització Mundial del Comerç: conflicte o complementaritat?" i el suggestiu treball del professor Marc Carrillo titulat "Internet: la resposta del dret a l'espai públic virtual".

En la secció de miscel·lània de l'"Observatori", oferim diversos treballs de diferents línies de la recerca comunicativa a Catalunya: "La producció informativa a la televisió", de Rosario de Mateo, Laura Bergés i Marta Sabater; "Els models d'amor en la ficció televisiva seriada. Estudi de cas: *Porca misèria*", de Pilar Medina, Miquel Rodrigo, Sue Aran, Rosa-Àuria Munté i Joan Tharrats; "La programació de televisió en la transició del segle XXI", de Jordi A. Jauset, i "El deute de Sogecable i Prisa: anàlisi i gènesi d'una estratègia empresarial global d'alt risc", de Núria Almiron.

Josep Gifreu
Director

Contingut de vídeo en línia: regulació 2.0?

Una anàlisi en el context de la nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals¹

Monica Ariño

- *Aquest article analitza els reptes que afronten els reguladors de contingut a Europa amb vista a l'increment de l'oferta en línia de material en vídeo. El debat sorgeix de la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals adoptada darrerament, que modernitza el marc europeu per a la regulació de contingut i que els estats membres hauran d'implementar al final de 2009.*

Paraules clau

Regulació, audiovisual, vídeo en línia, web 2.0, Directiva de serveis de mitjans audiovisuals.

“El futur no és un salt que descriu un arc en la distància; comença en el present.”

(Daniel Bell, 1967)

Introducció: una convergència centrada en l'usuari

El 2006, la revista nord-americana *TIME* va nomenar “Tu” *Person of the Year* (‘personatge de l’any’), un premi que es concedeix a un home, una dona, una parella, un grup, una idea, un lloc o bé una màquina que “per a bé o per a mal [...] ha protagonitzat els actes més influents de l’any”.³ Per què?

“Per haver agafat les regnes dels mitjans de comunicació globals, per fundar i construir la nova democràcia digital, per treballar per a no-res i per superar els pros en el seu propi negoci.”

Es tractava d'un reconeixement de l'impacte que el fenomen anomenat web 2.0 (que es pot descriure com la segona generació de serveis d'internet que impulsen la

- 1 Aquest article es basa en una publicació anterior: ARIÑO, M. “Content Regulation and New Media. A case study of online video portals”. A: *Communications & Strategies*, núm. 66. França: IDATE, 2007. P. 115-135.
- 2 Monica Ariño treballa com a assessora de política internacional a l'Ofcom, el regulador de les comunicacions i dels mitjans de comunicació del Regne Unit. Els punts de vista que s'expressen en aquest article són els de l'autora, i no tenen el suport de l'Ofcom ni tampoc no en reflecteixen necessàriament les posicions en cap de les qüestions que s'hi debaten.
- 3 *TIME. Person of the Year: 75th Anniversary Celebration*. Edició especial per a col·leccionistes. Nova York: Time Books, 2002.

Monica Ariño

Assessora de política internacional a l'Ofcom²

col·laboració i els intercanvis en línia de les persones usuàries) ha tingut en l'arquitectura de les comunicacions i dels mitjans de comunicació en general i, per extensió, en la manera en què els ciutadans d'arreu del món es comprometen amb la societat i hi participen.

La idea bàsica del concepte de web 2.0 és que els usuaris no tan sols facin un cop d'ull al contingut i el consumeixin tal com es fa en els mitjans de comunicació tradicionals, sinó que hi participin, hi col·laborin, en creïn, el reutilitzin, li donin un nou ús, el classifiquin, el connectin i en comparteixin amb altres usuaris, generalment a escala global. A tall d'exemple, podem observar llocs de xarxes socials (MySpace i Facebook), viquis, llocs d'intercanvi que permeten als usuaris carregar-hi fotografies (Flickr), perfils de música (Last.fm), les pàgines preferides (del.icio.us) o vídeos (YouTube o Dailymotion) i *mashups*. Bàsicament, les aplicacions i els serveis no són competidors, sinó que es complementen mútuament (un 40% dels vídeos de YouTube són a MySpace). El fet que els consumidors "busquin" activament el contingut en lloc d'esperar a ser-hi "empesos", que no només consumeixin contingut, sinó que també en creïn, n'intercanviïn i en comparteixin ha dut cap a tota una nova perspectiva del potencial de convergència. Això il·lustra el paper central que se suposa que l'usuari –més que no pas el proveïdor o el mecanisme– té en un entorn convergent. Tal com suggereix John Naughton (2006), en un món "basat en la xarxa", el consumidor mana.

Així, la convergència i la ubiqüitat d'internet estan canviant els fonaments de la informació i dels intercanvis de comunicacions, i proporcionen un mitjà nou i potent de llibertat d'expressió, fomenten l'increment de la participació en els processos democràtics i contribueixen al desenvolupament d'una esfera pública nova i diferent. Mentre la penetració de la banda ampla d'alta velocitat creix, les xarxes de nova generació es van desenvolupant i l'espectre es liberalitza per a usos nous i variats, la integració, la combinació de serveis i de plataformes, i l'abast del poder dels consumidors continuaran augmentant.

En aquest context, aquest article té en compte els reptes

que afronten els reguladors de contingut tradicionals per mitjà d'un estudi de cas de portals de vídeo en línia que, a grans trets, es defineixen com els llocs web o les aplicacions que permeten accedir a serveis de televisió o bé a material en vídeo, que pot ser d'una naturalesa professional, semiprofessional o bé pot estar creat per les persones usuàries, i que generalment es visualitza en un PC. El debat es limita a enfocaments reguladors a Europa, i sorgeix a partir de la nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals (SMA), que revisa la Directiva de televisió sense fronteres, amb la voluntat de modernitzar-ne la normativa respecte de la provisió transfronterera de serveis de radiodifusió televisiva i amb l'objectiu d'afrontar els reptes plantejats pel nou subministrament de contingut de vídeo.⁴ Malgrat l'acord al qual s'ha arribat amb l'ampliació de l'abast de la Directiva, encara hi ha algunes qüestions pendents de resoldre amb relació al tractament dels serveis audiovisuals, que són fora de l'abast de la Directiva. Aquestes preguntes són cabdals, ja que hi ha estats membres que s'estan plantejant transposar la Directiva al dret intern i aplicar-la. Això genera una oportunitat per reflectir si els enfocaments tradicionals a la regulació de contingut (incloent-hi els acords institucionals actuals) són aptes per a aquest objectiu.

Després d'una descripció breu de les tendències actuals en el consum i en la distribució de contingut audiovisual a la xarxa, parlarem sobre els reptes per regular el contingut en un entorn nou de mitjans de comunicació, i posarem l'èmfasi en les dificultats entorn de l'aplicació pràctica dels criteris que haurien de determinar la "regulabilitat" (és a dir, la possibilitat d'escollir la regulació específica de cada sector) dels serveis de vídeo en línia. S'utilitza com a punt de partida per a l'anàlisi la Directiva de SMA, però la discussió pretén tenir un abast més ampli per tal d'alliberar-se del perill de convertir-se en distincions artificials entre serveis, amb vista a la base definitiva de la regulació.

Des del meu punt de vista, les eines i els instruments reguladors tradicionals són inadequats, a banda que, probablement, no podran ser un mitjà eficaç per protegir el

4 Directiva 2007/65/CE del Parlament Europeu i del Consell, d'11 de desembre de 2007, per la qual es modifica la Directiva 89/552/CEE del Consell sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva, DO L 332/27, de 18 de desembre de 2007.

subministrament en l'entorn de vídeo en línia, especialment si els consumidors no són conscients d'on comença la protecció reguladora i d'on acaba, i en quin punt se n'haurien de fer més responsables. Fins i tot, malgrat que la manca d'adequació dels models tradicionals sigui cada cop més acceptada, encara s'ha de traduir a la pràctica reguladora. A més, la qüestió de quins mecanismes alternatius s'haurien d'utilitzar per a la protecció encara és objecte de debat i de controvèrsies. En el nou entorn, els reguladors també haurien d'adaptar els seus papers i haurien de centrar els esforços a facilitar un diàleg entre els diversos actors, fomentant una implicació més gran i més informada dels usuaris i cooperant amb els seus homòlegs internacionals. Sempre hi haurà un "nou YouTube" que posarà a prova les solucions reguladores i qüestionarà els principis fonamentals. La credibilitat dels sistemes reguladors dels mitjans de comunicació depèn bàsicament de si superen aquesta prova.

Portals de vídeo en línia. I aleshores es va fer el vídeo...

Mentre que fa tot just alguns anys la demanda de contingut de vídeo en línia tenia limitacions tècniques i hi havia poc contingut de masses legalment disponible, avui dia sembla pràcticament impossible parlar de regulació de contingut sense esmentar YouTube, el paradigma de la distribució de vídeo en línia. Tanmateix, els portals de vídeo en línia són un fenomen relativament nou. YouTube mateix va ser creat el febrer de 2005, però es va llançar oficialment el desembre de 2005, el mateix mes en què la Comissió publicava les propostes per a una nova directiva.

Durant els darrers dos anys, els videoblocs (diaris en línia on els individus envien vídeos personals juntament amb un text), els portals de vídeo en línia i els llocs web per compartir vídeos que permeten als usuaris penjar i compartir vídeos, música, fotografies i altres tipus d'informació han proliferat per tot arreu i la seva popularitat està augmentant ràpidament. YouTube, amb seu a Califòrnia i amb menys de cent treballadors, el 2007 va rebre al voltant de 70.000 noves càrregues per dia i més de cent milions de descàrregues, amb vídeos d'una durada des dels 5 segons fins als 20 minuts.

No tots els portals de vídeo són fruit de la inspiració californiana. YouTube és probablement el més popular dels milers de serveis que distribueixen contingut en línia, però evidentment no és l'únic. Entre els més importants hi ha Dailymotion, un portal de vídeo amb seu a França que es tradueix a sis llengües i que ofereix opcions de cerca i de zoom. Metacafe, un web israelià especialitzat en vídeos sorprenents o especialment provocadors, també ofereix un altre tipus de contingut com ara jocs o galeries d'imatges. Hi ha altres llocs per compartir vídeos com ara Google Video, VideoEgg, Guba, Grouper, Blip.tv, Gotuit, iFilm, Neave.tv o Veoh Networks. També hi ha agregadors de vídeo com ara Mefedia que no ofereixen pròpiament continguts, sinó que ajuden les persones usuàries a navegar i a trobar contingut en altres fonts. Mentre que n'hi ha moltes que són grans plataformes per subministrar contingut amateur, n'hi ha d'altres que aspiren a proporcionar una experiència de visionament com la de la televisió, i estan començant a oferir contingut professional i de primera qualitat. A més, els llocs de webs de contactes socials com ara MySpace, Facebook o Bebo estan oferint cada cop més característiques per compartir vídeos i s'estan plantejant anar més enllà de les pantalles informàtiques i arribar als telèfons mòbils.

Si no els pots vèncer, uneix-t'hi

Hi ha diverses empreses de radiodifusió tradicional, d'impressió i de telecomunicacions que estan responent a aquests desenvolupaments i s'estan acollint a la filosofia i a les tecnologies del web 2.0. Al Regne Unit, per exemple, els radiodifusors s'estan expandint cap al mercat de distribució de contingut en línia. El Media Player interactiu de la BBC utilitza la tecnologia d'igual a igual (P2P) per tal que les persones usuàries puguin recuperar els programes de televisió i de ràdio que no hagin pogut veure fins al cap de set dies després d'haver-se emès. Sky Anytime ofereix als abonats *premium* accés a la carta a 400 pel·lícules, butlletins de notícies i contingut de pagament per visió (*pay-per-view*), mentre que Channel 4 i ITV també estan fent que la majoria de la seva producció sigui descarregable.

Tot plegat il·lustra el fet que les empreses de radiodifusió tradicionals consideren que aquests nous mitjans de comunicació són una oportunitat i no tan sols un repte. Tot i que inicialment les empreses de mitjans de comunicació conso-

lidades ho percebien com una amenaça, ja que temien la pirateria i consideraven que els portals per compartir vídeos facilitaven la còpia il·legal, sembla que les indústries televisives i cinematogràfiques hagin après de l'experiència en el sector de la música i estan procurant desenvolupar serveis innovadors dissenyats per satisfer la demanda de contingut en vídeo descarregable sense violar els drets de propietat intel·lectual. Els mitjans de comunicació consolidats també s'han beneficiat del fet de treballar amb partenariat amb els nous mitjans de comunicació, i han arribat a tractes i acords contractuals per tal de millorar la distribució i la promoció del seu contingut a través de noves sortides (per exemple, l'NBC i la BBC amb YouTube, o l'MTV amb iFilm).

Juga i cobra

En l'entorn web 2.0, els models de negoci se centren principalment a fer contingut disponible o serveis gratuïts, amb cada cop més publicitat inserida. Per exemple, Grouper ofereix més de 100 clips de pel·lícules de Sony, i insta les persones usuàries a incorporar-ne d'altres, compartir-ne i enviar-ne als altres usuaris. Al final de cada videoclip hi ha un anunci que anima els usuaris a comprar tota la pel·lícula, com també un enllaç a la botiga en línia de Sony. Però no es tracta només d'un mercat basat en els anuncis, sinó que hi ha un bon nombre d'actors que hi intervenen i generen ingressos per mitjà de vies que no són les tradicionals. Hi ha diversos portals de vídeos comunitaris com ara Eefoo o Revver que darrerament han començat a compartir els beneficis amb els propietaris que penguen els vídeos al lloc web. LuluTV, per exemple, posa un 80% dels beneficis del web generats en publicitat en un fons i paga els creadors de vídeos segons la seva quota de trànsit. Metacafe també paga els productors més importants i manté un registre dels qui guanyen més del web en la pàgina d'inici.

Regular el nou contingut de mitjans de comunicació: la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals

La nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals representa, en part, la voluntat europea d'afrontar els reptes reguladors plantejats pel nou contingut de vídeo. L'objectiu és proporcionar el marc regulador bàsic per als nous serveis audiovisuals, de manera convergent i tecnològicament neutra. La Comissió Europea també pretén aconseguir un "principi d'igualtat de condicions" entre organismes radiodifusors tradicionals i prestadors de serveis de televisió a la carta, fins ara classificats com a "serveis de la societat de la informació" per la Directiva de comerç electrònic⁵ i, per tant, exclosos de l'aplicació de la normativa de contingut mínim.

Inicialment la Comissió proposava ampliar l'abast de la Directiva per tal de cobrir els "serveis de mitjans de comunicació audiovisual" i els definia com qualsevol servei que proporciona imatges en moviment, amb so o sense, amb l'objectiu d'informar, entretenir o educar el públic general per mitjà de xarxes de comunicació electròniques.⁶ Es tractava d'una definició molt àmplia, que podria haver acabat amb l'ampliació de la regulació molt més enllà de la radiodifusió de televisió tradicional, fins a arribar a una àmplia varietat d'altres serveis de contingut, incloent-hi els videoblocs els o llocs web que ofereixen o que comparteixen contingut generat per l'usuari, les aplicacions de multimèdia mòbils, i fins i tot els jocs en línia o els webs d'apostes. Després de discutir-ne profusament tant en el Consell com en el Parlament, l'abast de la Directiva s'ha limitat als anomenats serveis "semblants a la televisió". Dit d'una altra manera, la Directiva només cobreix els serveis que són similars en forma i en contingut a la radiodifusió televisiva, tret que es lliuren a la carta, i respecte dels quals els usuaris poden esperar algun tipus de protecció reguladora. La Directiva té l'objectiu de ser neutra tecnològicament, i cobreix alguns serveis, sense tenir en compte la tecnologia utilitzada per

5 Directiva 2000/31/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 8 de juny de 2000, relativa a determinats aspectes dels serveis de la societat de la informació, en particular, el comerç electrònic en el mercat interior.

6 Article 1 de la Proposta de directiva del Parlament Europeu i del Consell per la qual es modifica la Directiva 89/552/CEE del Consell sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva, COM(2005) 646 final.

difondre'ls o la plataforma a través de la qual s'hi accedeix.

Partint de la base que els usuaris tenen un gran poder d'elecció i de control en les ofertes a la carta, la Directiva distingeix entre serveis lineals i no lineals, i hi aplica requisits reguladors diferents: els serveis lineals es defineixen com a anàlegs a la radiodifusió televisiva, amb el contingut planificat "empès" pel radioemissor cap a l'espectador, mentre que els serveis no lineals els "estira" l'espectador. La Directiva aplica un grau més elevat de controls reguladors als serveis lineals, similars als que actualment s'apliquen en la radiodifusió televisiva, per bé que amb una petita liberalització de les restriccions de publicitat (per exemple, la supressió del requisit que transcorrin vint minuts entre els talls publicitaris) i la col·locació de productes, permesa en alguns gèneres (com ara les pel·lícules cinematogràfiques i les sèries fetes per a la televisió) i amb unes condicions determinades (per exemple, indicant-ne els requisits i sense una prominència excessiva). Els serveis a la carta, d'altra banda, estan subjectes a nivells de regulació baixos, dissenyats bàsicament per protegir els menors del contingut que podria perjudicar-los seriosament (posem per cas, contingut per a adults i contingut extremadament violent), es prohibeix el contingut que incita a l'odi sobre la base del sexe, la religió, la raça i la nacionalitat, es promou la producció i la distribució d'obres europees, es fomenta l'increment de l'accés a serveis per part de persones amb minusvalidesa, i es garanteix que el contingut compleixi unes regles de publicitat qualitatives mínimes (p.e., prohibició general d'anunciar de tabac i restriccions d'anunciar d'alcohol a menors).

Finalment, la Directiva posa un èmfasi especial en l'autoregulació i la coregulació com a mitjans eficaços per a la implementació del sector no lineal, i reconeix que en l'entorn dels nous mitjans de comunicació, en què la tecnologia i els mercats canvien ràpidament i els espectadors cada cop es responsabilitzen més dels mitjans que consumeixen, l'autoregulació i la coregulació poden demostrar que són un mitjà més adequat i més flexible de proporcionar un grau elevat de protecció dels consumidors. Els debats encetats al Consell i al Parlament també subratllaven la importància de l'alfabetització dels mitjans de comunicació, entesa com les habilitats, el coneixement i la comprensió que permet que les persones puguin utilitzar els mitjans de comunicació eficaçment. En aquest sentit, l'alfabetització audiovisual es

considera una condició imprescindible perquè les iniciatives d'autoregulació i de coregulació siguin efectives.

Aplicació en els estats membres

Finalment, la Directiva es va adoptar el desembre de 2007, i estipula un període de dos anys per transposar-la al dret intern. Els legisladors i els reguladors afronten molts reptes, i molt diversos. En lloc de ser una pràctica clara, l'aplicació nacional probablement plantejarà, de nou, més preguntes sobre la conveniència o no de regular el contingut audiovisual d'internet.

La Directiva només n'estableix uns requisits mínims, però els estats membres poden anar més enllà i poden adoptar regles més estrictes d'acord amb els seus interessos nacionals i la seva cultura (tal com ho han fet majoritàriament en l'àmbit de la radiodifusió). La Comissió Europea ha instat a dur-ne a terme una implementació "flexible", amb l'esperança que els estats membres no en facin una aplicació exhaustiva i dura, com la que es fa actualment en relació amb la televisió. Tot i que, naturalment, s'hi dóna la benvinguda, caldrà veure si, en efecte, el disseny detallat de la normativa nacional aplicable a aquesta nova categoria de serveis reflectirà la diferència en les pautes de consum, com també el grau més elevat d'elecció i de control exercit per les persones usuàries.

De ben segur que els enfocaments variaran arreu d'Europa com a resultat dels diferents marcs constitucionals i de les composicions institucionals. En la majoria dels països europeus (incloent-hi Espanya), la televisió a la carta actualment només està regulada per l'aplicació del dret comú, mentre que, en d'altres països (com ara el Regne Unit), s'ha creat un cos autoregulator del sector (Association for Television on-Demand, ATVOD) que funciona des de fa alguns anys. S'espera que, en la majoria d'estats membres, la legislació s'adoptarà per tal d'ampliar la competència dels reguladors de radiodifusió i, d'aquesta manera, es pugui cobrir el contingut a la carta. En alguns països, com ara Alemanya, el marc regulador ja inclou el contingut a la carta i, més àmpliament, el contingut d'internet, però només en tot allò que fa referència a la protecció de menors i se n'han delegat el monitoratge diari i l'aplicació a un cos autoregulator independent (Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia),

creat pel sector en línia i amb les garanties formals acreditades per atendre les qüestions relacionades amb el material nociu i il·legal de la xarxa.⁷

És important que els estats membres facin una consideració prudent de l'ampliació de les competències dels reguladors de radiodifusió, no només a causa dels reptes pràctics que s'hi associen, sinó també perquè, inevitablement, crearà un risc de controlar progressivament el contingut de vídeo d'internet de manera més general, una qüestió que, tal com explicarem posteriorment, és problemàtica tant en la teoria com en la pràctica.

Quins criteris s'han d'aplicar per a la regulabilitat?

Quins criteris haurien de determinar la regulabilitat d'un servei de mitjans de comunicació audiovisual?⁸ Per tal de respondre aquesta pregunta, hem de fixar-nos en l'article 1 de la nova Directiva i els considerants que l'acompanyen. Si les analitzem conjuntament, aquestes provisions defineixen quins serveis es troben dins del seu abast.

En primer lloc, ens hem de plantejar si l'objecte específic de l'atenció reguladora és el vídeo (imatges en moviment, amb so o sense). En la majoria de casos, especialment a mesura que anem avançant, cada cop hi haurà més serveis d'internet que inclouran algun component audiovisual. En segon lloc, hem de tenir en compte si el vídeo es pot descriure com a possible programació de televisió, en altres paraules, si el contingut és d'un tipus i té una forma adequada per ser radiodifosa per televisió o té característiques per ser-ho. La idea és que la presentació, la disposició i la forma dels programes s'ajustin al que s'identifica com a radiodifusió televisiva. Per exemple, el programa té títols de crèdit inicials i finals, i la narrativa al programa, i es presenta com un element individual. La Directiva proporciona alguns exemples de programes com ara pel·lícules d'una llargada especial, esdeveniments esportius, comèdies de situació, documentals, programes infantils i teatre original. En tercer

lloc, hem d'identificar on és la responsabilitat editorial del servei (i no necessàriament del contingut). La responsabilitat editorial es pot definir com l'exercici de control previ i continuat tant sobre la selecció dels programes com sobre la seva organització, tant en una programació cronològica com en un catàleg. Els conceptes de responsabilitat editorial i servei estan intrínsecament relacionats, i conjuntament identificaran el "proveïdor de serveis de mitjans de comunicació" que pot ser objecte de l'adaptabilitat reguladora. Així mateix, cal proporcionar el servei per mitjà de les xarxes de comunicacions electròniques. S'hi inclouen les xarxes per cable, per satèl·lit, terrestres, sense fil i les xarxes d'IP. Finalment, fins i tot si arribem a la conclusió que és un servei per emetre programes de televisió, hi ha un prova més, cabdal, que cal comprovar: la provisió de programes és l'objectiu principal d'aquell servei, o bé és simplement secundària?

Fins ara, l'anàlisi no divergeix pas gaire de la pràctica actual dels serveis de radiodifusió televisiva tradicionals. Tanmateix, quan ho transposem a l'entorn dels nous mitjans de comunicació descrits anteriorment, l'aplicació d'aquests criteris no és tan clara. Serà complicat emetre una opinió sobre els serveis en línia –per oposició als serveis de televisió a la carta que s'emeten via un cable o bé una xarxa d'ADSL–, que són els que probablement proporcionaran alguna combinació de text, gràfics i continguts de vídeo, i en què les distincions sobre què és "el servei" es dilueixen fàcilment (per exemple, el servei és tot el lloc web o bé només les pàgines URL que ofereixen el contingut de vídeo?).

Inevitablement, s'instarà els reguladors a aplicar algun tipus de criteri regulador. Per fer-ho, s'haurien de basar en tres criteris addicionals que s'han reflectit en la Directiva. Primer, cal considerar si el servei és de mitjans de comunicació de massa. La regulació específica del sector dels mitjans de comunicació ha estat justificada, en part, sobre la base del domini dels mitjans i el seu impacte en la societat

7 Per a una informació més exhaustiva sobre el sistema de coregulació alemany, vegeu Palzer (2003), i Schulz i Sheuer (2004).

8 *Regulabilitat* significa, en aquest context, l'acompliment d'uns criteris determinats que estableixen la naturalesa d'un servei i, per tant, la pertinença de la normativa sectorial aplicable per tal de complir els objectius de política pública específics. No implica la possibilitat pràctica de regular els serveis d'una manera efectivament executable.

i en el debat públic. En un context sense barreres significatives a l'entrada, la regulació específica d'alguns serveis de contingut (més enllà del que exigeix el dret comú) només es justifica si els serveis pretenen tenir un impacte clar en una proporció significativa de la població i és probable que l'hi tinguin. Els reguladors hauran d'avaluar si és adequat interpretar-ho sobre la base de la quota d'audiència, l'objectiu, la naturalesa, i/o el públic objectiu del servei. En segon lloc, el regulador haurà de valorar si el servei és "com un servei de televisió". La idea és la d'escollir serveis que siguin similars o idèntics a la televisió pel que fa a la naturalesa, el contingut i la presentació. En tercer lloc, i relacionat amb el que dèiem més amunt, l'esborrany de la directiva fa referència a la naturalesa i als mitjans per accedir al servei (en altres paraules, el context i no només el contingut), que raonablement poden crear expectatives d'una protecció reguladora per part dels consumidors. Quan el contingut bàsic de l'oferta és similar al que la persona usuària ha experimentat prèviament mitjançant les emissions de televisió, l'usuari pot transmetre, com a mínim en les etapes inicials, algunes de les seves expectatives preexistents pel que fa a la regulació des del context de l'emissió fins al de no-emissió (per exemple, podria esperar una separació clara entre material editorial i material publicitari).

Aquesta darrera consideració és essencial a l'hora de determinar quin és el model regulador més adequat per a un entorn en línia. Les expectatives dels consumidors amb relació a la protecció reguladora variaran a mesura que els serveis evolucionin. Així, en un entorn principalment a la carta, els consumidors no esperaran ser protegits per un *watershed*⁹ que restringeixi quines hores del dia poden veure el contingut (encara que no és del tot desmesurat pensar que s'apliquin algunes restriccions de temps). Si ens centrem en les expectatives dels consumidors i el seu grau d'alfabetització audiovisual cal tenir en compte el grau de flexibilitat necessari en la regulació, i la possibilitat que s'adapti a mesura que els serveis es desenvolupin, que canviïn les actituds del consumidor i els patrons de consum, i que augmenti el grau d'alfabetització audiovisual.

Tots els criteris esmentats més amunt s'han de tenir en

compte conjuntament, i no es poden prendre decisions sense haver mesurat exhaustivament tots els elements i els aspectes del servei. Tanmateix, potser no cal donar el mateix pes a tots els criteris (i, de fet, no s'hauria de fer), i n'hi ha alguns que n'haurien de tenir més (per exemple, l'existència de responsabilitat editorial).

Fins i tot malgrat que l'abast dels criteris actuals sigui, en certa manera, clar, i esdevingui una guia útil per determinar si un servei és dins de l'abast de la Directiva o en queda fora, l'aplicació no serà, de ben segur, gens clara, especialment en àrees subjectes a ràpids canvis tecnològics. A més, els governs i els poders públics encara afronten reptes amb relació a serveis que són fora de l'abast de la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals. La propera part d'aquest article planteja alguns d'aquests reptes.

Més enllà de la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals. Reptes de definició futura i de regulació

Un *continuum* dels serveis "semblants a la televisió"

Hem vist més amunt que els models de producció de continguts, de distribució i de consum en el nou entorn de mitjans de comunicació varien a bastament. Alguns serveis, com ara el BBC iPlayer al Regne Unit, Imagenio a Espanya o Fastweb a Itàlia, que actualment proporcionen programes de televisió a la carta és probable que siguin coberts per les futures regles. N'hi ha d'altres, tanmateix, que s'hauran d'analitzar amb més atenció.

En primer lloc, en molts casos no és gaire clar com n'ha de ser d'important l'element econòmic per a aquests portals per tal de ser considerats "serveis". Tal com hem explicat més amunt, la majoria d'aquests llocs estan desenvolupant alguna mena de mecanisme per generar ingressos, ja sigui per mitjà de publicitat general o bé específica, o mitjançant models de repartiment dels ingressos. Això els fa un "servei" per a la regulació? Tots els usuaris estan carregant contingut de vídeo i els estan pagant com a "radioemissors" potencials? El contingut generat per l'usuari, quan es converteix en contingut "professional"? Hi ha un llinard d'in-

9 Terme que s'utilitza per definir quan comença la programació televisiva per a adults. (N. de la t.)

gressos mínims que determini la naturalesa econòmica del servei?

De fet, en la majoria d'aquests casos, i fins i tot encara que el servei incorpori alguns elements econòmics, el contingut de vídeo no es qualificaria estrictament com a programa de televisió amb relació a la regulació. Així mateix, sembla força clar que els vídeos d'un usuari individual penjats en un lloc per compartir vídeos s'exclourien de l'abast de la regulació no tan sols a causa de la naturalesa del contingut, sinó també perquè l'entitat que gestiona el portal no exerceix un control previ en els vídeos (i per això no en té responsabilitat editorial). Tampoc no podríem esperar que els usuaris individuals exercissin aquest control editorial, del que fixa el dret comú. Per tant, potser no seria escaient responsabilitzar aquests portals del seu contingut, a banda del que exigeix el dret comú.

Són força més problemàtics els webs que posen l'èmfasi en les característiques "com la televisió" del servei (principalment per objectius de màrqueting). Veoh Networks, per exemple, es descriu com una "xarxa de televisió d'internet", i gaudeix del suport de noms importants del sector dels mitjans de comunicació (incloent-hi Time Warner i l'exconseller delegat de la Disney Michael Eisner). Així mateix, Gotuit Media, un actor consolidat de vídeo a la carta, ha llançat un portal de vídeo amb components diferents, com material generat pels usuaris, sistemes de cerca dins del vídeo, un espai bloc, i accés directe gratuït a una gran varietat de contingut (música, notícies, esports i entreteniment) d'Universal Music, Warner Brothers, Reuters i similars (GotuitTV). Quin és "el servei" en aquest cas? Només ho és GotuitTV, o bé és la combinació de serveis oferts pel portal? Neave.tv ofereix un servei alimentat per YouTube, Google Vídeo, Blip.tv i d'altres en què els usuaris gaudeixen d'una experiència com la de la televisió, en què els clips es reproduïxen automàticament a pantalla completa. Tanmateix, és complicat dir-ne "programes", o bé defensar que Neave.tv té una responsabilitat editorial plena amb relació al contingut enllaçat des d'altres webs.

A l'altra banda de l'espectre d'internet hi ha els serveis, sovint proporcionats per radiodifusors consolidats, que prometen oferir una experiència de visionament per internet com la de la televisió (per exemple, 4oD, Sky o Anytime, o el BBC iPlayer). El juny de 2007 es va fer pública una nova iniciativa britànica anomenada "Projecte cangur". Té l'objec-

tiu d'aplegar els diversos serveis a la carta individuals, és a dir, incloure el contingut televisiu dels principals radiodifusors del Regne Unit (la BBC, ITV i Channel 4, així com d'altres actors) i oferir-lo en línia en una plataforma única que utilitzi la mateixa base d'igual a igual (P2P) que actualment utilitza l'iPlayer, amb la possibilitat d'expandir-se cap a un servei de televisió digital.

N'és un altre cas interessant Joost, un servei interactiu que distribueix més de 20.000 programes de televisió a internet utilitzant la tecnologia P2P, amb una qualitat semblant a la resolució d'una televisió estàndard. Joost ha estat llançada per Janus Friis i Niklas Zennstrom, els dos creadors de Kazaa i d'Skype, i ofereix uns 20 canals, amb contingut de plataformes semblants com ara Endemol, September Films, Warner Music i Viacom. Es pot veure de manera gratuïta, i els beneficis s'obtenen dels anuncis. Els canals són com llistes de vídeos, i els usuaris poden fer-hi zàping, o bé poden utilitzar una guia de programa. Els espectadors també poden accedir als blocs mentre veuen els canals, o fins i tot en poden crear un de propi. Així, Joost pretén ser una xarxa de televisió per si mateixa, tot gaudint dels avantatges de la interactivitat i de la creativitat propis de l'entorn en línia. Hi ha d'altres serveis que estan seguint aquest model, com ara Babelgum, un web de contingut en vídeo a la carta que ofereix tant contingut per a un públic específic com per a un públic massiu, i no és estrany esperar que, en un futur proper, es desenvolupin més serveis com aquests.

Tot plegat indica que els portals de vídeo en línia no són d'un únic tipus, sinó que hi ha un *continuum* de serveis de contingut que proporcionen combinacions diferents de material lineal, no lineal, professional i material generat pels usuaris. Els proveïdors de serveis estan exercint graus diferents de responsabilitat editorial, des de webs de "descàrrega completa" fins a serveis de descàrrega de pel·lícules completament controlats, amb graus diferents de producció i de control editorial, i amb models de negoci molt diferents. És probable que, en algun punt d'aquest *continuum*, els proveïdors de serveis puguin ser ben a prop de la idea tradicional d'un radiodifusor com a seleccionador (*gatekeeper*), selector i organitzador de contingut.

Tanmateix, quan el contingut audiovisual no el generen les empreses de mitjans de comunicació consolidades ni els negocis consolidats, sinó que el generen individus privats,

noves empreses (*start-up*) i empreses petites per distribuir-lo per internet o bé plataformes d'accés lliure per compartir-lo i sovint per ser modificat posteriorment per d'altres usuaris, és difícil determinar qui n'assumeix la responsabilitat editorial del contingut. En aquest *continuum* de serveis, hi ha diferències en el grau de control exercit per l'amfitrió o pel proveïdor de serveis. Per exemple, mentre que YouTube és bàsicament un organitzador de contingut, n'hi ha d'altres com ara Gotuit o iFilm que estan assumint més responsabilitat i que comercialitzen amb el contingut professional. El fet que alguna cosa es descriu o s'anuncii com a "televisió" per a objectius de màrqueting no ha de confondre els reguladors ni els ha d'incloure a qualificar el servei com a servei de televisió en termes de regulació. Si l'aplicació de la normativa és massa rígida o estricta, instarà els operadors a estructurar el seu servei per tal de "jugar" amb els criteris definidors i eludir la regulació. A més, si la regulació vol ser eficaç, els criteris de regulabilitat haurien de dur a aplicar coherentment la normativa en la part implicada que es troba en una situació millor per complir-la. Es tracta d'un repte encara més important per a un entorn en línia, on, a diferència de l'entorn televisiu tradicional, en què hi ha un lloc clar de regulació (per exemple, el canal), no és pràctic o no és possible assenyalar una entitat única o un centre de regulació només en un nivell. Si en fem una anàlisi crítica, molts d'aquests serveis s'adrecen a audiències globals, no nacionals, i plantegen qüestions sobre si és pràctic regular-los sobre una base nacional.

En el nou entorn de mitjans de comunicació, les portadores, els proveïdors de serveis d'internet, els proveïdors de contingut, els proveïdors d'accés i els usuaris de serveis en línia tenen papers diferents, graus d'influència diferents i responsabilitats diferents. Per aquesta raó, qualsevol solució reguladora ha d'incorporar incentius per a tots aquests actors per tal de cooperar a complir els objectius de polítiques públiques, fins i tot encara que, estrictament, només se n'identifiqui un o fins i tot cap amb "responsabilitat editorial" en el sentit regulador de la paraula.

Models oberts i tancats

En aquest punt, caldria diferenciar entre models de negoci oberts i models tancats. En models tancats o de "jardins vallats", es controla el contingut que se subministra i la presentació, que no són pas gaire diferents dels de la indústria

de radiodifusió. Els operadors de cable, de satèl·lit i de plataformes d'IPTV com ara Virgin Media, Sky o Telefónica que ofereixen de xarxes patentades tancades, gestionen la interfície juntament amb el consumidor i, en fer-ho, controlen la presentació i la navegació del contingut. Així doncs, no sembla estrany demanar-los que controlin com es presenta el contingut i com es posa a la disposició dels consumidors. Bàsicament, els operadors de plataformes acostumen a ser dins de l'abast competencial de les autoritats reguladores.

Per contra, en els models oberts d'internet, el repte és més gran, i està relacionat amb la manca de relació bàsica entre aquella entitat única que sempre és dins de la competència del regulador (l'ISP) i el proveïdor de contingut que es pot situar virtualment en qualsevol lloc d'arreu del món. Això planteja la qüestió del paper dels intermediaris, principalment dels proveïdors d'internet (ISP) a l'hora de controlar o de supervisar el contingut legal que pot perjudicar alguns usuaris. Tot i que aquests intermediaris sovint exerceixen poc control sobre el contingut que transmeten o que posen a la disposició o no n'exerceixen gens, els poders públics haurien d'estar predisposats a centrar-se en els ISP i en d'altres intermediaris.

Tanmateix, la regulació del contingut no hauria de comportar (i en moltes ocasions no ho pot fer) ampliar les responsabilitats per monitorar el contingut, ni tampoc no podria exigir la imposició de sancions per dany i infracció en l'àmbit dels ISP. No es pot demanar que els ISP monitorin prèviament el contingut, ni tampoc que es pugui jutjar el "context" del consum de contingut. Es tracta d'un camí per recórrer extremament perillós, i és probable que plantegi preocupacions serioses respecte de la responsabilitat i la legitimitat. Tanmateix, això és, en cas que s'apliqui fins a les últimes conseqüències, cap a on hauria de dur la nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals (SMA).

Neutralitat de les plataformes: una utopia?

En aquest context, s'ha convertit en un repte important la identificació del principi de neutralitat tecnològica (els serveis similars s'haurien de regular d'una manera similar, sense tenir en compte la tecnologia que s'utilitza per subministrar-los: cable, satèl·lit, terrestre, xarxes sense fil o xarxes d'IP) amb el principi de "neutralitat de plataformes".

El principi de neutralitat tecnològica reflecteix l'objectiu

que la regulació no s'hauria d'imposar ni de discriminar en favor de l'ús d'un tipus de tecnologia particular, com també que es tracta d'un principi bàsic per al model establert pel Marc regulador per a les comunicacions electròniques i els serveis.¹⁰ Així mateix, també és al centre de l'apropament horitzontal de la Unió Europea a la regulació de les comunicacions. Així, la regulació s'estructura en línies d'activitat, a diferència de les indústries. Aquesta idea de regular d'una manera tecnològicament neutra és molt atractiva, i ha estat vital per a l'èxit del model regulador europeu de les xarxes electròniques i els serveis.

Quan ho traslladem a l'entorn de la radiodifusió, el principi podria suggerir que un canal de televisió s'hauria de regular d'una manera similar, independentment de si se subministra mitjançant una xarxa de cable o bé a través d'internet. Aquest és l'enfocament pel qual opta la nova Directiva de SMA. L'objectiu és proporcionar un principi d'igualtat de condicions entre els operadors existents i els nous, i reduir la possibilitat per es produeixi un arbitratge regulador. Tanmateix, si s'aplica estrictament al contingut, el concepte de neutralitat de plataforma implica que la mateixa peça de contingut o de servei s'hauria de regular d'una manera similar, sense tenir en compte la plataforma o el mecanisme a través del qual es consumeix o les condicions en què té lloc el consum. Aquesta idea no s'ajusta al principi bàsic que les regles de contingut s'han d'aplicar en un context, i que el grau de protecció (i, per tant, de regulació) que es podria exigir depèn, bàsicament, de les condicions d'accés i d'ús del servei de contingut (per exemple, tant si el contingut s'ofereix després del *watershed* com si hi ha instal·lats sistemes de protecció PIN). Avui dia, la mateixa peça de contingut està subjecta a una gamma àmplia de controls reguladors diferents segons si s'emet en una televisió de lliure difusió o bé de pagament, si s'ofereix com a televisió a la carta, si es ven en una botiga de DVD o es mostra en un cinema. En conseqüència, les restriccions (incloent-hi les restriccions publicitàries) que s'adeqüen a les plataformes de radiodifusió televisiva de lliure difusió podrien ser inadequades per a plataformes a la carta (en línia, mòbil, etc.), en què l'experiència dels consumidors és diferent. De fet, ja es dona el cas que les expectatives dels consumidors

respecte de la protecció difereixen segons la plataforma que estan utilitzant per accedir al contingut.

Tot plegat insta a una conciliació del principi de neutralitat tecnològica i el principi de regulació "en context", i podria exigir un determinat grau de discreció del regulador segons la plataforma que s'utilitza. En general, el principi de neutralitat tecnològica no s'hauria de considerar com un principi absolut, sinó com un principi director, ja que encara hi ha diferències en tecnologies que els reguladors han de tenir en compte (per exemple, una autorització del múltiple específic, l'ús d'un espectre específic). Regular per a la convergència no hauria de significar substituir una estructura vertical rígida per un marc horitzontal rígid. Els principis d'horitzontalitat i de neutralitat tecnològica no haurien d'instar els reguladors a ignorar les diferències entre les xarxes i les plataformes, especialment pel que fa a l'impacte social.

Tornar als principis bàsics: per què regular-ho?

Tradicionalment, el procés d'incrementar la regulació de la radiodifusió televisiva cap a un estàndard més estricte i més elevat que en d'altres mitjans de comunicació com ara la premsa o d'altres formes d'expressió artística es fonamentava en dos àmbits. En primer lloc, hi havia un fonament tecnològic: l'espectre necessari per a la distribució terrestre era tant un recurs públic com una mercaderia escassa, i això en justificava una intervenció pública dissenyada per aconseguir una distribució eficaç de les freqüències. A més, per tal d'evitar la interferència de senyals i el caos, es considerava necessari aplicar alguna regulació o organització de les ones hertzianes. En segon lloc, hi havia un fonament d'interès públic relacionat amb la immediatesa i el domini del mitjà audiovisual (Feintuck 1999; Tambini [et al.] 2001). La televisió es considerava un medi potent amb una posició privilegiada en termes d'accés a les audiències de masses, i amb una capacitat reconeguda d'influir en el debat públic i, per tant, d'afectar directament els processos polítics i democràtics (Barendt 1995). També s'al·lega que la cobertura de la televisió pot perjudicar els individus (i, especialment, els menors) per mitjà, per exemple, de la representació

¹⁰ <http://europa.eu.int/information_society/policy/ecomm/todays_framework/overview/index_en.htm>

injusta de punts de vista, de la representació de material extremament violent o bé material sexual i d'intromissió en la vida privada.

Mentre que tots aquests arguments es poden transposar al nou entorn de mitjans de comunicació convergents (o s'hi haurien de transposar), encara cal resoldre una qüestió força controvertida. La Directiva de SMA parteix de la premissa que a mesura que la televisió evolucioni cap a d'altres plataformes, la regulació de la televisió l'hauria d'acompanyar. Pel que fa a aquest argument, però, la realitat és molt més complexa. Tal com s'ha exposat, la televisió no només s'està movent cap a d'altres plataformes, sinó que també està canviant al llarg del camí, i convergeix amb uns altres mitjans de comunicació. La qüestió que ens hem de plantejar és, per tant, si els enfocaments reguladors dissenyats per a l'entorn televisiu hi escauen o bé si caldria donar prioritat a uns altres enfocaments reguladors, amb un disseny més acurat per afrontar els reptes plantejats per les noves tecnologies convergents.

Atès que la digitalització elimina els límits de capacitat, el domini, l'impacte i la influència del mitjà televisiu es converteixen en el fonament regulador més significatiu. Tanmateix, la qüestió bàsica –i que encara no ha obtingut cap resposta– és si els nous serveis de mitjans de comunicació audiovisual, especialment els que s'ofereixen a internet, són d'un tipus similar des del punt de vista de l'impacte i de la influència en la societat. Per tal d'il·lustrar aquest punt, establirem una comparació amb la premsa. La justificació original de la manca de regulació de la premsa estava vinculada amb la idea que hi havia un nombre relativament elevat de publicacions independents que coexistien i cobrien una ventall ampli de punts de vista polítics i ideològics, i que es podia entrar i competir en el “mercat de les idees”. S'afirmava que mentre que els diaris eren comercialment competitius, altres veus i altres interessos podrien contrarestar les diferents parcialitats. Per això, la tasca dels governs en els mitjans de comunicació impresos es limitava, d'una banda, a permetre la llibertat d'expressió dels punts de vista oposats (més que no pas a proporcionar una plataforma única per expressar un consens nacional) i, de l'altra, a evitar una concentració excessiva de poder. Tanmateix, només hi havia un nombre

limitat d'emissores de televisió, i era físicament impossible transmetre més d'un missatge en la mateixa freqüència d'emissió sense que hi hagués interferències. Una altra raó d'aquest tractament diferent (i deferent) de la premsa està relacionada precisament amb la immediatesa i el domini del mitjà audiovisual. Mentre que els lectors, que són conscients que els diaris inclouen informació políticament pertinent i parcial, han de “buscar” el contingut imprès, la televisió està disponible immediatament prement un botó.

Es pot argumentar que, tret d'un conjunt mínim de serveis audiovisuals que són idèntics a la radiodifusió televisiva però que s'emeten utilitzant tecnologia IP, la majoria dels materials disponibles actualment en plataformes d'internet, de fet, els usuaris els consumeixen i els perceben com si fossin premsa, més que no com un mitjà televisiu. En navegar pel web i baixar-se el contingut, els usuaris estan “estirant” activament el contingut i, en la majoria dels casos, el contingut amb què es troben no els sorprèn ni els impressiona. Aquesta consideració, com a mínim posa en dubte la suposició que els nous serveis d'internet necessiten estar subjectes als estrictes controls reguladors imposats tradicionalment a les emissions televisives. Més aviat sembla que s'hagi de reconsiderar com es pot regular millor la radiodifusió, atesos alguns objectius permanents, com ara la protecció dels menors o els controls de publicitat qualitativa. En un futur no gaire llunyà, el comportament de l'espectador trencarà inevitablement l'hegemonia de la televisió (tret, probablement, dels actes en directe). Els espectadors podran continuar consumint el mateix contingut, tal com ho fan amb el cinema o els diaris, però ho faran en temps diferents i des de fonts diferents. En aquest context, les eines de navegació, com també les tecnologies de personalització i de recomanació que permeten que els usuaris prenguin consciència del laberint del contingut, esdevenen un element fonamental de l'experiència del consum de mitjans.

Bàsicament, a l'hora de tenir en compte l'ampliació de la regulació cap a d'altres formes de mitjans de comunicació no s'hauria d'oblidar que qualsevol intervenció en aquest sector constitueix una restricció del dret fonamental a la llibertat d'expressió expressat en l'article 10 de la Convenció europea de drets humans.¹¹ Qualsevol limitació d'aquest

11 Roma, 4 de novembre de 1950.

dret bàsic s'ha de fonamentar de manera convincent, ha de ser proporcional a l'objectiu, i ha d'estar estrictament supervisada. Des d'aquesta perspectiva, l'autoregulació i la coregulació semblarien no només una manera més eficaç de proporcionar un grau elevat de protecció dels consumidors (vegeu més avall), sinó també una alternativa reguladora més adequada i proporcionada.

Regular-se

Tot el que hem assenyalat més amunt no significa que les entitats que no són les responsables principals de regular el contingut (per exemple perquè no entra en l'abast de la Directiva) no han d'intervenir en la protecció dels consumidors. Amb relació al material il·legal, la Directiva de comerç electrònic requereix d'intermediaris per despenjar el material dels servidors quan en són alertats, encara que no s'espera que en controlin el contingut per endavant.¹² Un cop es constata que el contingut és il·legal, les línies permanents autoritzades (com ara la Internet Watch Foundation, al Regne Unit) enviaran "avisos per despenjar" als proveïdors de serveis, instant-los a eliminar el contingut il·legal dels servidors. A més, els ISP poden blocar voluntàriament els llocs il·legals proveïts des de l'estranger.¹³ A escala europea, l'Inhope (International Association of Internet Hotlines) pretén liminar la pornografia infantil d'internet i protegir els joves d'usos nocius i il·legals, com també facilitar el debat dels proveïdors de línies permanents per compartir l'experiència i desenvolupar procediments efectius comuns per rebre i processar els informes.

La indústria també té un paper important a l'hora de protegir els usuaris del contingut "nociu i ofensiu" i generalment ha estat proactiva a desenvolupar les eines que permeten filtrar el contingut que es considera inadequat per als menors. Els creadors de contingut que produeixen material poden etiquetar-lo i introduir-hi metaetiquetes,¹⁴ que es po-

den utilitzar per filtrar directament el contingut. Hi ha motors de cerca, com Google, que han desenvolupat opcions "de cerca segura" amb què els usuaris poden fixar les seves preferències per tal de blocar uns resultats determinats, com el contingut explícitament per a adults. A més, algunes ISP ofereixen pàgines web amb el servei de filtratge com a valor afegit, en què els subscriptors individuals en poden escollir la composició (per exemple, les tres opcions d'AOL o els controls per als pares: "només nens", "adolescents", "joves"). Finalment, els usuaris individuals poden instal·lar programari als seus ordinadors per tal d'ajudar-los a filtrar el contingut.

L'actuació del sector s'ha complementat i ha estat fomentada per les institucions nacionals i europees. El 1999, la Unió Europea va llançar el Pla d'acció per a una internet més segura, i el seu successor, el Pla d'acció plus per a una internet més segura, el 2005. Té l'objectiu de promoure una millora en l'ús d'internet, com també de lluitar contra el contingut il·legal i nociu de les xarxes globals. El pla promou uns esquemes de control del contingut del sector, especialment del contingut que tracta de la pornografia infantil i el discurs de l'odi, i fomenta el desenvolupament de les eines de filtratge i els mecanismes d'avaluació. Fins ara, ha tingut un paper molt important en la promoció de la cooperació internacional amb relació al contingut il·legal i inadequat.

Hi ha un reconeixement creixent que qualsevol ecologia reguladora necessàriament haurà de dependre, en un grau significatiu, de les iniciatives de l'autoregulació i de la coregulació combinades amb esquemes d'alfabetització audiovisual per tal d'atorgar més poder de decisió als usuaris finals, en lloc de la legislació primària. Avui dia, el debat no se centra en els mèrits de l'autoregulació i de la coregulació dels nous mitjans de comunicació, sinó en com es poden dissenyar millor els règims d'autoregulació i de coregulació que compleixen amb èxit els objectius de les políti-

¹² Articles 14 i 15 de la Directiva de comerç electrònic (Directiva 2000/31/CE del Parlament Europeu i del Consell de 8 de juny de 2000 relativa a determinats aspectes jurídics del comerç electrònic en el mercat interior).

¹³ Al Regne Unit, la IWF sempre ha tingut molt d'èxit, i avui dia els servidors del Regne Unit proveeixen menys d'un 1% de contingut il·legal, respecte del 18% del 1997.

¹⁴ Les metaetiquetes són etiquetes d'informacions de text que inclouen informació sobre, entre d'altres, el tipus de contingut, el *copyright* o bé la propietat.

ques públiques. Tal com hem esmentat més amunt, la nova Directiva de SMA fomenta l'ús de l'autoregulació i de la coregulació com a mitjà d'implementació, però amb un grau determinat d'implicació dels poders públics. Això forma part d'un conjunt d'esforços realitzats per la Unió Europea en els darrers anys per tal de fomentar la cooperació amb el sector, especialment amb relació als serveis d'internet i els telèfons mòbils. Caldria donar-hi la benvinguda, atès que es proporciona un senyal polític pel que fa a la importància d'aquests mecanismes, no només per als serveis de televisió a la carta, sinó també en general.

Conclusió. El regulador 2.0

Tal com afirmava David Bell el 1967: "el futur [...] comença en el present". Les opcions reguladores d'avui dia determinaran en gran part el nostre futur digital, el nostre grau de llibertat digital, l'abast del nostre accés als mitjans i els seus usos potencials.

L'arribada de la xarxa global i el seu gran potencial amb relació a la creació i a la distribució de contingut (tal com hem exemplificat en els desenvolupaments anteriors del web 2.0) està posant a prova moltes de les suposicions i de les premisses sota les quals opera actualment la regulació de contingut. La digitalització i la convergència han ocasionat canvis fonamentals tant en les estructures de mercat com en les actituds dels consumidors respecte dels mitjans de comunicació, mentre que internet ha eliminat totes les limitacions històriques al nombre d'actors que potencialment poden actuar en l'entorn de les comunicacions, trencant no només la divisió tradicional del mercat tradicional, sinó també les barreres geogràfiques.

El subministrament de contingut audiovisual, i el cas específic dels portals de vídeo en línia, és al centre del procés de convergència i, en conseqüència, enmig dels debats reguladors actuals entorn de la convergència. Això planteja tres reptes clars per als reguladors.

El primer repte, amb relació a l'autorització de canals de televisió tradicionals, és que els reguladors han de decidir quins criteris han d'aplicar als serveis de televisió per fer-los disponibles per mitjà d'internet. Aquesta qüestió no s'ha debatut fins ara perquè la majoria de canals de televisió disponibles a internet també estan disponibles en d'altres

plataformes i, per tant, ja estan subjectes a les formes tradicionals de regulació. Tanmateix, tal com s'ha demostrat en els casos de Joost o Babelgum, la tecnologia per transmetre contingut de vídeo de qualitat a internet s'està desenvolupant ràpidament. Bàsicament, molts d'aquests serveis s'oferiran fora de les competències dels reguladors de la Unió Europea.

El segon, respecte de la transposició de la nova Directiva de SMA al dret intern, implica que els estats membres han d'escollir tant els tipus de serveis que cobrirà la nova normativa com també el model regulador institucional sota el qual operaran els proveïdors de serveis de televisió a la carta. Això plantejarà un repte sobretot en països amb un sistema de govern amb diversos nivells, com ara Espanya, Alemanya i Bèlgica, ja que també s'hauran d'escollir la distribució de competències a escala estatal i regional. Tal com hem plantejat més amunt, l'autoregulació i la coregulació no només són una alternativa òptima, sinó que, sobretot, caldrà fer una distinció entre els models tancats i els models oberts de subministrament de contingut, i caldrà implantar una solució diferent per a cada un.

En tercer lloc, hi ha un repte fonamental quant a serveis que no és dins de l'abast de la Directiva (per qüestions de fonaments o de jurisdicció), però que, tanmateix, podria perjudicar i ofendre, com també causar preocupació pública. Els consumidors no necessàriament seran conscients d'on prové el contingut, ni s'ha d'esperar que en facin distincions reguladores subtils, que sovint són ben arbitràries. En cas que se'ls prometi un control regulador eficaç, això els podria dissuadir de prendre una responsabilitat més gran, i crearia una "il·lusió de protecció", la qual ni tan sols el regulador més perfecte no pot complir.

Tal com l'anàlisi realitzada més amunt assenyala, l'ambigüitat sobre l'elegibilitat de la regulació encara es presenta com el repte més important. Per molt útils i clars que siguin els criteris de la Directiva, encara hi haurà lloc per a les ambigüitats, i potser no serà possible identificar-ne clarament els límits que en són fora de l'abast (per exemple, què és un servei de mitjans de comunicació audiovisual?), ni els límits interns (el lineal, quan esdevé no lineal?). És probable que els límits sobre què hi entra i què no hi entra romanguin difusos necessàriament, de la mateixa manera que qualsevol intent de definir clarament un subconjunt de serveis podria provocar uns efectes negatius i imprevistos,

cosa que deixaria oberta la possibilitat que els operadors i els proveïdors “juguessin” amb els criteris, el regulador i els consumidors.

Així, els reguladors han de conèixer els límits d'allò que poden aconseguir per mitjà de la regulació tradicional verticalista. No poden recrear un sistema que depèn principalment de controls previs realitzats per un radiodifusor autoritzat i tampoc no seria possible, ni desitjable, intentar garantir una expressió estretament circumscrita de regulació de radiodifusió. A més, en l'entorn de contingut en línia hi ha un nombre determinat de qüestions (privacitat, seguretat, *copyright*) que van més enllà del que actualment es troba sota la competència de la majoria de reguladors.

Sobretot, el centre ha de ser el consumidor. Des d'una perspectiva del consumidor, els límits de la protecció reguladora han de ser el més clars possible. En un àmbit de regulació reglamentària pura, és possible que el regulador estableixi uns límits clars i ben definits més enllà dels quals la responsabilitat rau en el consumidor. N'és un exemple el *watershed*: els consumidors saben que després del *watershed* s'incrementarà la probabilitat que hi hagi contingut que podria ser nociu per als menors, i per això els pares han de prendre la responsabilitat de què veuen els seus fills. En el nou entorn de mitjans de comunicació, serà molt més difícil que els consumidors sàpiguen on són els límits de protecció, com també que entenguin quan s'espera que prenguin més responsabilitat.

En aquest context, els reguladors haurien d'induir el comportament en lloc d'intentar crear un “viatge a la seguretat” de l'usuari. El seu paper podria exigir-los que passessin progressivament d'un regulador pur a un “educador” o un “facilitador” d'un entorn on hi ha una seguretat per a la indústria i per la protecció dels consumidors, sense intentar crear-ho directament. Per això és un imperatiu clau centrar-se en l'alfabetització audiovisual.

Tal com afirma Jeff Jarvis, en l'era del consum, els mitjans volien controlar; en canvi, en l'era de la creació, el que haurien de fer és “capacitar” els usuaris.¹⁵ Això també es pot aplicar als reguladors de mitjans de comunicació.

Bibliografia

BELL, D. “The year 2000: the trajectory of an idea”. A: *Daedalus: Journal of the American Academy of Arts and Sciences*, núm. 96. Cambridge: American Academy of Arts and Sciences, 1967. P. 639-651.

BARENDT, E. *Broadcasting law. A comparative study*. Oxford: Clarendon Press, 1995.

FEINTUCK, M. *Media regulation, public interest and the law*. Edimburg: Edinburgh University Press, 1999.

NAUGHTON, J. “Our changing media ecosystem”. A: *Communications – The Next Decade*. Londres: Ofcom, 2006

PALZER, C. “European Provisions for the Establishment of Co-Regulation Frameworks”. A: *IRIS Special, Co-Regulation of the Media in Europe*. Estrasburg: European Audiovisual Observatory, 2003.

SCHULZ, W.; SCHEUER, A. *Media System of Germany. Report for the Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector*. Hamburg: Hans-Bredow Institute, 2004.

TAMBINI, D. [et al.] *Communications revolution and reform*. Londres: Institute for Public Policy Research, 2001

¹⁵ JARVIS, J. “YouTube is good for TV”. A: *The Guardian*. Dilluns, 19 de febrer de 2007.

La legislació catalana de l'audiovisual: present i futur

Antoni Bayona

- *La transformació profunda que està vivint el sector audiovisual, amb la incorporació de noves tecnologies, nous usos, accessos i maneres de comunicar-se, entre altres factors, ha marcat la necessitat de redefinir l'audiovisual com a servei públic. En aquest sentit, la comunitat jurídica s'ha vist abocada a debatre sobre les noves bases que han d'establir un marc normatiu adequat a la nova situació de l'audiovisual. A Catalunya, l'aprovació de la Llei 22/2005 de comunicació audiovisual intenta donar resposta a aquests canvis en l'audiovisual. En aquest article, s'analitza la legislació catalana en aquest àmbit, la situació dels mitjans de comunicació públics i privats, les funcions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya com a autoritat reguladora i, finalment, es fa un balanç sobre les perspectives de futur de la normativa audiovisual catalana.*

Paraules clau

Regulació, legislació catalana, comunicació audiovisual, servei públic, autoritat reguladora, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Llei 22/2005 de comunicació audiovisual de Catalunya.

Antoni Bayona

Professor de dret administratiu de la Universitat Pompeu Fabra i lletrat del Parlament de Catalunya

1. Consideracions inicials: el marc jurídic audiovisual des de la perspectiva constitucional

Un element especialment característic del marc jurídic audiovisual a l'Estat espanyol ha estat la consideració de l'activitat de comunicació audiovisual com un servei públic de titularitat estatal. Aquesta configuració estava clarament establerta en l'antic Estatut de la ràdio i la televisió de 1980 i també en les lleis que varen permetre la intervenció privada en aquest camp en règim de concessió (lleis de la televisió privada de 1988 i de la televisió local de 1995).

Des de la perspectiva territorial, s'ha de destacar que la creació dels canals autonòmics es va configurar també en règim de concessió de l'Estat en la llei del tercer canal de 1983, circumstància que accentuava encara més el monopoli estatal en l'àmbit de la comunicació audiovisual.

La consideració d'aquesta activitat com un servei de titularitat estatal va provocar un interessant debat sobre l'adequació d'aquest model a la Constitució, especialment en relació amb les llibertats d'informació i de comunicació garantides per l'article 20. La jurisprudència constitucional va entrar en aquest debat i va intentar mantenir una posició d'equilibri entre l'eficàcia d'aquests drets i altres principis constitucionals que reconeixen al poder públic la capacitat de reservar al sector públic uns serveis essencials determinats i dels efectes que es poden derivar de la consideració de l'espai radioelèctric com un bé de domini públic estatal.

Tanmateix, mantenir una solució tan decantada cap al predomini públic de l'activitat no podia resistir les conseqüències derivades de l'evolució tecnològica en la comunicació audiovisual i de l'impacte necessari en la flexibilització del marc legal. Això va significar una aproximació conceptual diferent respecte de la televisió per cable i per satèl·lit, i la constatació general que, amb la nova televisió digital terres-

tre o la que es pot produir per mitjans que no utilitzen l'espai radioelèctric, ja no era possible mantenir la idea del servei públic en règim de monopoli.

Aquesta nova situació obligava, doncs, a replantejar el marc jurídic audiovisual sobre unes noves bases per tal de fer-lo més coherent amb un model més equilibrat, en què l'activitat de servei públic i l'activitat privada poguessin desenvolupar el joc respectiu. Aquestes noves bases haurien de fer possible la cohabitació entre l'activitat privada audiovisual, considerada com a exercici d'un dret constitucional i legal, i la presència d'uns mitjans de titularitat pública. És a dir, l'evolució cap a un model mixt d'activitat privada i de servei públic, amb la modificació consegüent de l'estatus de concessionaris dels prestadors de serveis audiovisuals privats pel d'autorització o de llicència.

Malgrat l'existència d'un consens important sobre el disseny del nou model jurídic, no ha estat possible fins ara establir-lo amb un caràcter general, ja que les circumstàncies no han permès que l'Estat hagi pogut aprovar una llei general de la comunicació audiovisual.

Cal precisar, no obstant això, que en aquests darrers anys s'han produït diversos intents per elaborar i aprovar aquesta llei, circumstància que va ésser aprofitada a Catalunya per impulsar en paral·lel una llei de comunicació audiovisual pròpia, compatible amb els principis amb què estava treballant l'Administració de l'Estat.

Però el que hauria d'haver estat una coincidència cronològica en l'elaboració i l'aprovació de les dues lleis, es va convertir només en l'aprovació de la llei catalana de la comunicació audiovisual (Llei 22/2005, de 29 de desembre), sense possibilitat de concurrència i d'articulació amb el marc més general, que n'hauria d'haver comportat l'existència, pràcticament simultània, amb la llei general de comunicació audiovisual.

Certament, aquest escenari normatiu no és l'ideal, ja que presenta una seqüència invertida entre la llei estatal i la catalana que fa que es produeixi una distorsió conceptual per la filosofia diferent que inspira la nova llei catalana audiovisual de 2005 respecte de l'encara obsoleta legislació estatal vigent.

Ara bé, sense minimitzar els problemes d'encaix normatiu que aquest fet comporta, cal destacar que la llei catalana de la comunicació audiovisual ha pogut desenvolupar els seus efectes, cosa que ha significat la introducció a Catalunya de

canvis substancials en la regulació de l'activitat de comunicació audiovisual.

En aquest sentit, les novetats més importants que es poden destacar són la definició d'un model audiovisual mixt en el qual coexisteixen el sector públic i el sector privat, l'establiment d'un nou règim jurídic de l'activitat privada que passa ara a considerar-se l'exercici d'un dret i el reforçament de l'autoritat independent de regulació del sector (el Consell de l'Audiovisual de Catalunya). Al mateix temps, l'aprovació de la llei de la comunicació audiovisual ha estat aprofitada per sistematitzar un espai jurídic notòriament fragmentat, cosa que contribueix a la coherència del sistema i a una millora en la seguretat jurídica.

2. Elements bàsics del marc jurídic establert per la Llei de la comunicació audiovisual

En la nova aproximació jurídica a l'activitat de comunicació audiovisual que significa la llei audiovisual de 2005, cal destacar de manera especial els aspectes següents:

- a. El reconeixement de la llibertat de comunicació audiovisual. Es concreta així, a escala legal, un dels drets derivats de l'article 20 de la Constitució, la qual cosa suposa donar carta de naturalesa a la presència privada i a un sector privat que actua en exercici d'un dret propi i no pas en la condició inevitable de concessionari d'una activitat de titularitat estatal.
- b. El principi de veracitat informativa com una responsabilitat derivada de l'exercici de la llibertat d'informació i que és un element essencial per a la protecció d'aquest dret.
- c. L'establiment i la regulació d'instruments que garanteixin el pluralisme en l'activitat de comunicació audiovisual, com a exigència derivada del principi democràtic i de la necessitat de garantir una opinió pública lliure
- d. La diferenciació entre el sector públic i el sector privat de la comunicació audiovisual. El primer, configurat pels mitjans de titularitat de la Generalitat i els ens locals i, el segon, pels prestadors de serveis audiovisuals privats d'àmbit autonòmic o local que hagin obtingut la llicència corresponent.
- e. La protecció dels drets potencialment afectats per l'exercici de l'activitat de comunicació, que són diversos i

d'una naturalesa diferent: els drets de la personalitat (honor, intimitat i imatge pròpia), la protecció dels drets de la infància i la joventut pel que fa als continguts audiovisuals, la preservació de la propietat intel·lectual o l'exercici del dret de rectificació.

- f. La configuració d'un sistema d'intervenció pública que es basa en el reconeixement d'una activitat de servei públic respecte dels mitjans de titularitat pública i d'una activitat d'ordenació pel que fa a l'activitat privada que es concreta, essencialment, en la necessitat d'obtenir un títol habilitant, el compliment d'obligacions establertes per l'ordenament i la submissió a un règim sancionador administratiu en cas d'incompliment amb la garantia d'actuació d'una autoritat reguladora independent.

3. El règim de servei públic

Tal com hem assenyalat anteriorment, la llei de comunicació audiovisual determina a Catalunya la fi del monopoli públic de la comunicació audiovisual en la mesura que estableix un règim de concurrència necessària entre els mitjans de titularitat pública i els mitjans privats. Tot això, amb el benentès que aquesta presència privada ja no es dona amb el format d'una concessió per gestionar un servei públic, sinó com un acte veritable d'exercici de les llibertats d'informació i de comunicació.

L'estructura del servei públic català audiovisual obeeix a una doble composició: d'una banda, els mitjans de titularitat de la Generalitat i, de l'altra, els mitjans de titularitat dels ens locals. D'acord amb la llei, tots dos s'han de gestionar directament, en el primer cas per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i, en el segon, pels mateixos municipis o pels consorcis en els quals s'agrupin a aquests efectes.

Pel que fa a l'activitat de comunicació de servei públic, cal assenyalar els esforços que fa la llei per definir els elements propis d'aquesta activitat en relació amb l'activitat privada guiada normalment per criteris comercials o econòmics.

La ràdio i la televisió de servei públic han d'estar orientades a complir unes missions de servei públic que la llei preveu en l'article 26 i que el contracte programa entre el Govern i la Corporació ha de precisar. No es tracta, doncs, de competir amb la televisió privada en els continguts eme-

sos, sinó de donar a la societat un servei que prioritzi uns valors determinats, que el legislador considera que són la raó de ser d'un servei públic audiovisual i que van íntimament lligats a una programació plural, respectuosa amb la dignitat de les persones i de qualitat en els continguts, sense que això comporti necessàriament una renúncia al caràcter lúdic i generalista.

En coherència amb aquest plantejament, la llei aposta per un règim de finançament principalment a càrrec d'aportacions públiques, amb una participació parcial o limitada en el mercat publicitari. Val a dir que aquest model esdevé quasi obligat per complir les exigències comunitàries per tal de garantir el principi de lliure competència en el sector audiovisual.

D'altra banda, l'establiment d'un règim de servei públic comporta la necessitat d'assegurar-ne el pluralisme, per tal d'evitar-ne la possible utilització en benefici de la majoria governamental. Aquesta garantia s'assoleix per diferents vies, tal com assenyala l'article 29 de la llei, entre les quals cal destacar el reconeixement de l'autonomia de gestió dels ens gestors respecte del Govern, la participació del Parlament i del Consell de l'Audiovisual de Catalunya en l'elecció dels màxims responsables d'aquests ens gestors i la garantia de professionalitat en la gestió mateixa. El vessant intern d'aquest pluralisme es complementa amb l'obligació de garantir la participació dels grups socials i polítics més representatius en la gestió del servei públic per mitjà de la integració en un consell de caràcter consultiu i assessor.

La llei de la corporació catalana de mitjans audiovisuals ha establert un sistema de designació dels membres del consell de direcció que es fonamenta en l'exigència d'una majoria qualificada del Parlament, però que també requereix l'acreditació d'un perfil professional adequat dels candidats, degudament verificat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Aquesta és una novetat important respecte del règim anterior aplicable a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, però que no ha desplegat els efectes esperats en la seva primera i recent aplicació. En efecte, els criteris professionals que haurien d'haver estat prioritaris en les candidatures presentades pels grups parlamentaris han cedit davant dels perfils de contingut més polític, amb la qual cosa s'ha acabat imposant el sistema anterior de quotes polítiques que, en teoria, volia eliminar la nova llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

La garantia del pluralisme intern dels prestadors de serveis audiovisuals públics locals també es vol preservar, de forma anàloga al que succeeix en l'àmbit de la Generalitat, mitjançant unes regles organitzatives inspirades en els mateixos principis. L'article 33 de la llei les recull i, en teoria, haurien de ser suficients per aconseguir el seu objectiu, sempre que els reglaments d'organització i de funcionament dels serveis corresponents les articulin correctament.

Respecte de l'activitat privada de comunicació audiovisual, ja s'ha comentat que el canvi conceptual opera en les condicions d'exercici d'aquesta activitat. D'acord amb la legislació estatal i tret de la televisió per cable i per satèl·lit, l'activitat privada s'exerceix com a concessionari d'un servei públic de titularitat estatal. Ara, d'acord amb la llei de la comunicació audiovisual de Catalunya, aquesta activitat privada en l'àmbit autonòmic o local s'exerceix per mitjà d'una autorització administrativa, amb la qual cosa la naturalesa privada de l'operador apareix amb tota claredat i transparència.

Això no vol dir, però, que no hi hagi condicions o límits a l'exercici d'aquest dret. En aquest sentit, és essencial la diferenciació que fa la llei entre les activitats privades de comunicació que utilitzen l'espai radioelèctric i les que utilitzen altres tecnologies de transmissió. En el primer cas, atès que l'espai radioelèctric és limitat, l'activitat privada resta subjecta a l'obtenció d'un títol habilitant (licència), mentre que l'altra és lliure, amb l'única obligació de comunicació a l'Administració amb caràcter previ a l'inici.

4. Règim d'intervenció administrativa sobre l'activitat de comunicació privada

D'acord amb el que s'acaba d'exposar, hi ha dos règims que depenen de la tecnologia emprada i que es tradueixen en dues intensitats de subjecció molt diferents. Tal com veurem tot seguit, es pot afirmar que en el cas d'utilitzar l'espai radioelèctric, el règim d'intervenció és especialment intens, mentre que en l'altre supòsit (per exemple, televisió per internet) aquesta intervenció és mínima i essencialment preventiva per garantir el compliment de les obligacions mínimes que la llei estableix també per a aquests prestadors.

El règim de llicència determina una relació especialment estreta amb l'Administració derivada del fet que el prestador es beneficia de la utilització d'un bé de domini públic com

l'espai radioelèctric. L'evolució tecnològica i la implantació de la televisió digital terrestre han ampliat notablement les possibilitats d'aprofitament d'aquest espai. Però això no n'evita el caràcter limitat, la qual cosa justifica l'aplicació d'un règim d'intervenció especialment intens, tal com es desprèn de l'article 46 de la llei, segons el qual la llicència té la condició d'autorització operativa perquè estableix les obligacions del prestador i determina el marc de la relació amb l'autoritat reguladora durant tot el període de vigència.

En tot cas, el condicionant més important de l'activitat privada deriva del caràcter limitat del nombre de llicències. A diferència d'altres drets, l'exercici dels quals no té aquest tipus de limitacions i tothom pot accedir a la llicència si compleix els requisits legalment establerts, en el cas dels prestadors de serveis audiovisuals cal resoldre en primera instància la forma d'accés a un títol autoritzador que té un *numerus clausus*.

Per aquesta raó, un dels aspectes bàsics del règim administratiu el constitueix la convocatòria dels concursos mitjançant els quals es procedeix a l'adjudicació de les llicències. El concurs és l'instrument que garanteix l'aplicació del principi d'igualtat mitjançant la previsió d'uns criteris de valoració i l'assignació a l'autoritat audiovisual de la potestat de tramitar i de resoldre els procediments d'adjudicació. La regulació d'aquests criteris en la mateixa llei i la seva concreció en la convocatòria del concurs porten a un escenari essencialment reglat per realitzar la valoració de les sol·licituds restringint els marges amplis de discrecionalitat en la decisió. Es tracta, doncs, d'un sistema pensat en clau de garantia pels interessats en un àmbit en què els processos seguits fins ara no sempre han preservat unes exigències mínimes de transparència, d'objectivitat i d'igualtat de tracte. La regulació més detallada del concurs i l'atribució de la competència per resoldre'l a una autoritat independent suposen també un canvi d'orientació important en aquesta matèria que ha de ser valorat positivament.

El resultat del concurs es preserva, d'altra banda, amb l'establiment de cauteles que en dificulten l'alteració per altres vies. N'és una el caràcter no transmissible de les llicències, i una altra les mesures que preveu la llei per garantir el pluralisme extern i controlar les operacions que puguin suposar una concentració excessiva del control dels mitjans, ja sigui per raó de la propietat o del control de direcció o per altres vies indirectes.

El règim de comunicació prèvia s'aparta sensiblement de la intervenció acabada d'exposar, en tant que desapareix l'element que la justifica. En no aprofitar-se, en aquest cas, un espai restringit de comunicació, l'activitat pot quedar liberalitzada sens perjudici de l'aplicació de les normes que afecten els continguts que són comuns a totes les activitats de comunicació.

En aquest cas, la llei només exigeix que l'operador faci una declaració formal abans de començar a emetre, a l'efecte de posar-ho en coneixement de l'autoritat audiovisual. Aquesta comunicació constitueix, així, una garantia de coneixement de l'activitat que és del tot necessària perquè aquella autoritat pugui supervisar el compliment de les obligacions establertes per la llei.

5. La reserva d'un espai públic de comunicació

De l'esquema que s'ha exposat fins ara, en resulta l'existència d'un espai públic de la comunicació audiovisual (mitjans de titularitat pública) i d'un espai privat (prestadors privats amb llicència).

Sobre aquest esquema hi interfereix, però, una previsió de la llei que obliga el poder públic a establir una reserva d'espai a favor de les entitats privades sense ànim de lucre, per tal de permetre el desenvolupament d'aquestes activitats de forma diferenciada de l'activitat estrictament privada i de la pública. Formen part d'aquest tercer sector els serveis de comunicació comunitaris que ofereixen continguts destinats a donar resposta a necessitats socials, culturals i de comunicació específiques de les comunitats i els grups socials als quals donen cobertura aplicant criteris de participació i de pluralisme, com també els serveis de comunicació audiovisual desenvolupats per les universitats que la llei assimila a la condició de serveis prestats sense ànim de lucre.

6. Les obligacions dels prestadors de serveis audiovisuals

L'ordenació del sector audiovisual que determina la llei de la comunicació audiovisual de Catalunya comporta la necessitat que els prestadors compleixin diverses condicions en l'exercici de la seva activitat, que deriven essencialment

del contingut de llicència i de la necessitat de respectar les normes que regulen els continguts audiovisuals emesos en garantia dels usuaris.

L'establiment del règim de llicència ha estat previst per la llei per tal de situar en el seu àmbit els compromisos derivats dels concursos d'adjudicació. Els criteris d'adjudicació valoren les propostes presentades pels licitadors en funció d'uns paràmetres i d'uns barems preestablerts, amb la qual cosa es genera un compromís de compliment derivat de la declaració de voluntat de l'operador sobre la base de la qual s'ha produït l'avaluació de l'oferta. Aquest és un tret característic del règim de llicència que individualitza per a cada cas el grau d'exigència assolit més enllà dels mínims establerts per la llei. Són, per tant, les obligacions i els compromisos particulars derivats de la mateixa llicència.

Així mateix, però, cal tenir present que l'activitat de comunicació audiovisual pot repercutir en drets i interessos de l'audiència que són dignes de protecció. Una bona part d'aquests drets té una garantia reforçada en derivar de la normativa comunitària sobre la televisió sense fronteres, normativa que ha estat transposada al dret intern. Tanmateix, la llei de la comunicació audiovisual els ha sistematitzat de nou i hi podem trobar els drets següents:

- a. El respecte a la dignitat de les persones, la no-discriminació, la veracitat informativa i la diferenciació entre informació i opinió.
- b. El respecte als drets de la privacitat (honor, intimitat i imatge pròpia).
- c. La prohibició de continguts que incitin a l'odi per motius de raça, sexe, religió o nacionalitat.
- d. El compliment de les normes de protecció de la infància i la joventut, que es concreta en la prohibició absoluta d'uns continguts determinats (per exemple, els pornogràfics o els de violència gratuïta), en la fixació d'horaris protegits o l'obligació de senyalització.
- e. Les obligacions amb relació a la presència de la llengua i la cultura catalanes en els mitjans de comunicació.
- f. Les obligacions sobre quotes mínimes de difusió d'obres audiovisuals europees.
- g. Els límits establerts en matèria de publicitat, televenda i patrocini.

El compliment d'aquest ventall ampli i divers d'obligacions és supervisat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el

qual exerceix la potestat d'aplicar el règim sancionador previst en la Llei de la comunicació audiovisual.

En relació amb aquest aspecte tan delicat, cal fer-ne algunes precisions addicionals. En primer lloc, cal constatar que l'existència d'aquest règim sancionador administratiu és una opció legítima del legislador que no pot ser considerada en cap cas com un acte o un instrument de censura prohibit per la Constitució. La possibilitat que un règim sancionador administratiu es projecti sobre un àmbit en què s'exerceix un dret fonamental no està exclosa per la Constitució, sempre que s'adeqüi a les exigències del principi de legalitat i es permeti als afectats exercir el dret a la tutela judicial, com succeeix en aquest cas. En segon lloc, posar en relleu l'esforç que fa la Llei de la comunicació audiovisual per fomentar la implantació de fórmules d'autoregulació i de coregulació de continguts que permeten minimitzar les situacions de conflicte. Resulta especialment interessant la coregulació, en tant que es fonamenta en un acord establert entre el prestador i l'autoritat audiovisual que genera un escenari de compromís contractual per delimitar i concretar les obligacions i els deures en matèria de continguts.

7. La consolidació de l'autoritat reguladora audiovisual

Un dels elements que caracteritzen la legislació catalana audiovisual és la creació d'una autoritat reguladora independent per a l'exercici de les funcions que aquella llei atribueix a l'Administració.

L'existència d'aquest tipus d'autoritat és un fet usual en la gran majoria de països del nostre entorn i obeeix, essencialment, a la necessitat de desvincular de l'Administració ordinària sotmesa al Govern l'exercici d'unes potestats que, per la seva naturalesa, poden afectar l'exercici de les llibertats d'informació i de comunicació tan essencials per a una societat plural i democràtica. L'atribució d'aquestes funcions a una autoritat de naturalesa independent suposa una garantia de neutralitat i d'objectivitat en la presa d'unes decisions que, d'una altra manera, tindrien el risc de ser influïdes per factors polítics o conjunturals.

La previsió que en aquest sentit fa la legislació catalana no ha d'estranyar i, en canvi, sí que ho ha de fer la constatació de la inexistència d'una autoritat independent d'àmbit esta-

tal, que encara no s'ha pogut crear, molt probablement per les mateixes dificultats que troba l'aprovació d'una llei general de l'audiovisual.

La creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha passat per diverses etapes. En un primer moment, el Consell va ésser creat per la Llei de televisió per cable com un organisme vinculat al Govern i amb funcions estrictament consultives. Evidentment, aquest format no corresponia a les característiques d'una autoritat independent d'acord amb el dret comparat, amb la qual cosa aquest marc legal va ser modificat amb la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que el crea ja com una autoritat independent del Govern i li assigna funcions d'informe i també decisòries en alguns àmbits (per exemple, en matèria sancionadora).

A partir d'aquest moment, es pot dir que el legislador opta clarament per reforçar aquesta autoritat, amb la voluntat decidida de convertir-la en l'administració ordinària en matèria audiovisual. Aquest procés es consolida amb la Llei de comunicació audiovisual de 2005, en la qual es delimiten les funcions bàsiques que han de continuar en poder del Govern i s'assignen totes les altres al Consell.

En funció d'aquesta darrera modificació legislativa, el Consell passa a exercir, entre d'altres, les competències decisòries següents:

- a. Les que fan referència a la garantia de pluralisme i el respecte dels drets i les llibertats involucrats en la comunicació audiovisual.
- b. El control del compliment de les missions de servei públic dels mitjans de titularitat de la Generalitat i dels ens locals.
- c. L'atorgament dels títols habilitants (licències) de l'activitat privada audiovisual.
- d. La convocatòria i la resolució dels concursos d'adjudicació de les licències.
- e. L'exercici de les potestats d'inspecció, de control i de sanció en l'àmbit audiovisual.

Totes aquestes funcions tenen una naturalesa executiva i s'han de relacionar amb el reconeixement a favor de l'autoritat audiovisual de la potestat normativa per desenvolupar i concretar diversos i amplis sectors de la legislació audiovisual (condicions aplicables a les licències i les obligacions dels operadors, bàsicament).

La independència del Consell s'aconsegueix essencialment per dues vies. En primer lloc, per la garantia d'autonomia de decisió sense cap mena de supervisió jeràrquica respecte de l'exercici de les seves funcions. I, en segon lloc, mitjançant un sistema de designació dels membres en què el Govern té una intervenció mínima i el pes recau en el Parlament. L'exigència d'un perfil d'idoneïtat dels candidats, juntament amb una majoria reforçada per a la designació, són els instruments mitjançant els quals es vol assegurar el principi d'independència pel que fa a la posició subjectiva dels membres que integren l'autoritat reguladora.

Tanmateix, cal posar en relleu que aquesta independència d'actuació no s'assegura només amb el compliment dels instruments formalment establerts per la designació, sinó que també és necessari que la selecció dels candidats faci palesa aquella voluntat mitjançant la presentació de candidatures que es justifiquin més pel perfil professional de la persona que no pas per motius de vinculació o de relació política amb el partit proponent. La designació per majoria reforçada és prevista com una fórmula per cercar un consens sobre la idoneïtat dels candidats; el sistema es desnaturalitza quan aquest procés s'utilitza com una mera fórmula de distribució de quotes entre partits.

En relació amb aquesta qüestió, són traslladables les mateixes reflexions fetes amb relació als ens gestors dels mitjans públics i, de manera especial, al consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. És significatiu que la nova llei que regula aquest organisme (Llei 11/2007, d'11 d'octubre) estableixi un perfil netament professional dels candidats, al mateix temps que encarrega al Consell de l'Audiovisual realitzar un informe d'idoneïtat dels candidats proposats. Ara bé, malgrat aquestes prescripcions tan clares, l'aplicació de la llei no ha estat exempta de polèmica per la politització excessiva que ha pogut influir en la designació del primer consell de govern.

8. Balanç i perspectives de futur de la legislació catalana de l'audiovisual

Des d'un punt de vista objectiu i formal, no es pot negar que el Parlament de Catalunya ha estat especialment actiu a l'hora de legislar en matèria audiovisual. Aquesta actuació té encara més mèrit si tenim en compte el marge d'actuació

tan escàs que es podia presumir del marc estatutari vigent en aquell moment, que després s'ha vist ampliat amb l'Estatut de 2006.

La creació, l'any 2000, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, la seva potenciació progressiva en un termini relativament curt i l'aprovació de la llei de la comunicació audiovisual de Catalunya l'any 2005 són una demostració palpable de la voluntat que han tingut els poders públics de Catalunya de regular i d'actualitzar un sector sotmès a unes regles obsoletes i sovint massa desestructurades i antigues.

En aquest sentit, cal destacar especialment els canvis que la llei de la comunicació audiovisual ha introduït en el règim jurídic de l'audiovisual, amb decisions tan innovadores com l'eliminació del monopoli públic en l'activitat audiovisual a Catalunya i l'establiment d'unes noves bases d'ordenació de l'activitat privada audiovisual. Tot això s'ha establert, a més, en un únic marc jurídic de referència, en el qual es tracten sistemàticament tots els subsectors inherents a la matèria audiovisual.

Però és evident que els canvis normatius no són sempre suficients, en si mateixos, per eliminar les anomalies o les disfuncions d'un sistema, especialment quan presenta unes característiques que el fan molt complex.

En aquest sentit, la praxi aplicadora de la legislació presenta clarobscur que haurien de fer reflexionar amb vista al futur. N'exposem alguns a continuació:

Pel que fa als concursos d'adjudicació de llicències per operar, cal destacar-ne positivament l'experiència aplicadora en l'àmbit de la televisió local. El lideratge d'aquest procés per part del Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha suposat una garantia d'objectivitat i d'eliminació de possibles arbitriïtats, que fan que el resultat assolit contrasti clarament amb la forma en què aquests processos s'han resolt en algunes comunitats autònomes.

Ara bé, el fet mateix de l'existència d'un sector local audiovisual públic i privat, que ha de concórrer i competir en un espai nacional i estatal de comunicació audiovisual, pot comportar una saturació d'ofertes difícil d'assimilar i també pot comprometre la viabilitat dels programes, especialment pel que fa al rendiment econòmic i al compliment d'uns continguts de comunicació de proximitat. Cal veure, doncs, com es decanta aquest model complex i si el mercat és suficient per donar cabuda a tota l'oferta.

Un altre aspecte de present i de futur que cal valorar és el

dels continguts. El deteriorament de molts d'aquests continguts és un fet inqüestionable, amb les corresponents conseqüències socials negatives sobre determinats col·lectius especialment sensibles (joventut, menors) i sobre els valors ètics i morals de la ciutadania en general. En relació amb aquesta qüestió, els límits establerts per la legislació s'han mostrat fins ara poc operatius i també han fracassat notòriament alguns intents d'autoregulació. És, doncs, una qüestió que cal seguir per tal d'aconseguir que els mitjans privats mantinguin un nivell mínim de qualitat en els continguts i aconseguir, al mateix temps, que els mitjans públics no es vegin condicionats per la competència dins el mercat audiovisual i s'ajustin sempre a les missions de servei públic que tenen encomanades.

Per últim, cal destacar com a gran tema pendent l'aprovació necessària d'una llei audiovisual general per part de l'Estat que completi els canvis normatius avançats per la legislació catalana i ho faci, a més, respectant i definint els espais d'actuació respectius d'acord amb el que preveuen la Constitució i l'Estatut d'autonomia.

Aquesta llei hauria de consolidar els diferents espais territorials de l'activitat audiovisual (estatal, d'una banda, i autonòmica i local, de l'altra), de manera que l'Estat i la Generalitat poguessin exercir les competències respectives sobre aquests sectors. Tanmateix, l'opció per aquest criteri territorial, que esdevé inevitable, haurà de tenir en compte la deslocalització inherent als nous formats televisius que no utilitzen l'espectre radioelèctric, però que també s'adrecen al públic de Catalunya. En íntima connexió amb aquest problema caldrà resoldre també l'articulació entre l'autoritat reguladora d'àmbit estatal que en el futur es creï amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Cal pensar que l'inici d'una nova legislatura després de les eleccions del 9 de març passat tornarà a situar en l'actualitat de l'agenda política l'elaboració de la llei general de la comunicació audiovisual. Aquest és, doncs, el primer repte de futur que s'ha d'abordar, ja que d'aquella llei en dependrà, en gran part, el marge de maniobra i les opcions de política audiovisual que han de configurar l'evolució de la legislació catalana en aquesta matèria.

“Vint anys tampoc no són res” en la regulació de la televisió

José Carlos Laguna de Paz

- *El desenvolupament extraordinari de la televisió contrasta amb la normativa que regula el sector. En cal substituir la configuració com a servei públic per la llibertat de televisió. Els operadors privats no han d'estar subjectes a quotes de pantalla ni a obligacions de finançament de produccions europees. Cal controlar exhaustivament la justificació i el finançament de les televisions públiques, incloses les autonòmiques. Els poders públics s'han de centrar en les funcions reals, que no són oferir informació i entreteniment. El seu paper és afavorir la major concurrència possible, evitar les concentracions anti-competitives i protegir els drets i els béns jurídics implicats en l'activitat.*

Paraules clau

Servei públic, llibertat de televisió, competència, convergència, desregulació, liberalització.

Un nou entorn de convergència tecnològica, empresarial i de serveis

En els darrers vint anys, la televisió ha experimentat un canvi extraordinari. Hem passat d'un mitjà amb un operador o dos a la situació actual, caracteritzada pel pluralisme de canals: (i) que es difonen a través de diferents vies de transmissió (hertziana, satèl·lit, cable); (ii) en diferents nivells territorials (internacional, estatal, autonòmic i local) (iii) i, tant en obert com amb subscripció prèvia. L'apagada analògica (2010) permetrà, a més, un aprofitament millor de l'espectre radioelèctric.

A més, cal tenir en compte les possibilitats que ofereix la convergència tecnològica i les noves infraestructures de telecomunicacions. La digitalització dels continguts fa que les xarxes deixin d'estar vinculades a la prestació de serveis concrets i passin a tenir una funció polivalent. Ja es comercialitzen serveis de televisió i de vídeo amb demanda a través de la línia telefònica (DSL) i, fins i tot, de la xarxa elèctrica (PLC). Actualment, es prepara a escala europea una estratègia comuna per facilitar el desenvolupament de la televisió a través del mòbil, basada en estàndards oberts (DVB-h). Les xarxes d'accés de nova generació (NGN) permetran un desenvolupament sense precedents dels serveis audiovisuals. En aquest context, tot sembla indicar que la televisió per internet acabarà tenint un paper rellevant (IPTV). Com a mostra, la BBC es prepara per llançar una nova versió del seu web, que permetrà accedir a tots els programes oferts al llarg de la setmana anterior (iPlayer service).

José Carlos Laguna de Paz

Professor titular de dret administratiu de la Universitat de Valladolid

Una tasca pendent: del servei públic a la llibertat de televisió

Com a la vida mateixa –a la qual cantava Gardel–, sem-bla que vint anys tampoc no són res en la legislació televisiva. El mitjà ha experimentat un desenvolupament extraordinari, que qüestiona des de la definició mateixa de l'activitat [linear and non-linear (on-demand) services], fins als fonaments del règim jurídic tradicional. Per contrast, les normes encara continuen responent al model de televisió dels anys seixanta, caracteritzat per l'escassetat dels mitjans de transmissió.

Des dels orígens fins als nostres dies, invariablement, la televisió s'ha configurat com un servei públic. La plasticitat d'aquest concepte pot induir a confusió. Tanmateix, en relació amb la televisió, el servei públic –inequívocament– significa la titularitat pública de l'activitat, la seva reserva als poders públics (apartat 2 de l'article 128 de la CE) (v. Laguna). L'anomenada televisió privada consisteix, doncs, en la gestió indirecta del servei públic, després de la concessió administrativa. En realitat, també és televisió pública (v. Muñoz Machado). Com a excepció, hi ha dues modalitats de televisió que han estat liberalitzades: la televisió per satèl·lit (Llei 37/1995) i la televisió per cable (Llei general de telecomunicacions 32/2003).

La qualificació de la televisió com a servei públic sempre ha estat polèmica. Un sector de la doctrina en va defensar la constitucionalitat (v. De la Quadra; Chinchilla), mentre que un altre la va considerar incompatible amb les llibertats que fonamenten l'activitat (v. González Navarro; Ariño). Per la seva banda, el Tribunal Constitucional (TC) en va admetre la constitucionalitat, tot i que amb una jurisprudència cada cop més matisada.

En tot cas –en l'actualitat–, el servei públic no sembla justificat. El desenvolupament tecnològic fa cada cop més difícil mantenir un règim jurídic “excessiu i innecessari” (v. Fernández Farreres), que pot ser un instrument de poder polític (v. Meilán) i que resulta restrictiu per a la llibertat de televisió.

Respecte d'aquesta qüestió, cal tenir en compte els arguments següents:

1. En el servei públic, destaquen les facultats de direcció de l'activitat amb què compta l'Administració. La llibertat té un caràcter, fins a cert punt, secundari, en la lògica institucional del servei públic, la raó del qual de ser és sobretot garantir amb mitjans públics la prestació d'una activitat essencial al conjunt dels ciutadans (v. Martínez López-Muñiz).

2. En el servei públic, se substitueix la iniciativa privada per la prudència del governant, que tendeix a planificar el sector i a restringir la lliure competència sobre la base de càlculs apriorístics del nombre d'empreses que el mercat pot assumir (v. Laguna).

3. En els nostres dies, sembla difícil negar la possibilitat d'assolir un pluralisme real en el conjunt de l'oferta televisiva. A més, l'existència de limitacions tècniques respecte d'algunes modalitats de transmissió no n'exigeix la publicació, sinó tan sols l'ordenació, de manera que es garanteixi la selecció adequada del beneficiari i, si escau, la imposició de càrregues d'interès general.

Cal reconèixer que la televisió és una activitat privada, d'interès general (v. Laguna). Cal superar la normativa que considera la televisió un servei públic, la gestió del qual es “concedeix” a poques persones. Cal, doncs, afirmar la llibertat de televisió, que –en totes les seves modalitats– ha d'estar oberta a totes les iniciatives que siguin possibles tècnicament.¹

Com és natural, això no significa que la televisió no hagi d'estar subjecta a una ordenació normativa adequada en garantia de l'interès general. També ens trobem amb la delicada qüestió de si les empreses privades han d'estar subjectes a les mateixes regles que els ens públics. Respecte d'aquesta qüestió, s'ha de tenir en compte que els ens públics només es justifiquen en la mesura que compleixin les finalitats que tenen encomanades (apartat 1 de l'article 103 CE), cosa que els duu a orientar positivament la seva programació en funció dels objectius

1 “Also this does not imply that traditional broadcasting regulations need to be applied to the defined IPTV services, rather it could imply that the broadcasting regulations may be deregulated due to the increased competitive level in the relevant market(s)”. OECD, IPTV: Market developments and regulatory treatment, 19.12.2007, DSTI/ICCP/CISP(2006)5/Final, p. 6.

esmentats. En canvi, les empreses privades senzillament exerciten la seva llibertat d'empresa (art. 38 CE) en el desenvolupament d'una activitat econòmica, amb components informatius, culturals i, sobretot, d'entreteniment. No sembla, per tant, que la normativa hagi de compèl·lir amb la mateixa intensitat les unes i les altres en aspectes com el respecte al pluralisme o l'oferta d'una programació amb components d'interès general.

Això no és un obstacle per a l'existència d'un seguit de principis, lligats a les llibertats d'expressió i d'informació (article 20 CE), que constitueixen uns límits generals per a l'exercici de l'activitat i que –com a tals– vinculen les empreses de televisió, públiques i privades. Això no significa que cada mitjà no pugui tenir la seva pròpia “tendència”, una cosa que resulta inevitable. Es tracta de garantir que els mitjans de comunicació ofereixin una visió equilibrada de la realitat, que respongui als deures de diligència periodística, i no es converteixin en mers vehicles de propaganda, amb informacions tendencioses o atemptatòries als valors sobre els quals es fona la convivència col·lectiva.

Al desfasament legislatiu que pateix avui la televisió, s'hi afegeix la situació caòtica en què es troba la normativa. Com a mostra, la Llei 4/1980, de 12 de gener, de l'Estatut de la ràdio i televisió (ERTV), va ser derogada per la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal, però se'n declara l'aplicabilitat als efectes previstos en la Llei 46/1983, de 26 de desembre, del tercer canal de televisió (LTerC) i en la Llei 10/1988, de 3 de maig, de televisió privada (LTPri) [apartat 1 de la disposició derogatòria única]. En l'actualitat, la normativa que regula el sector és una de les que presenten més complexitat, dispersió i inestabilitat. La seva reforma és, doncs, una necessitat inajornable. Cal posar fi al trencaclosques legislatiu actual, que comporta una dificultat inacceptable per als prestadors de serveis audiovisuals i en deteriora la seguretat jurídica.

Adicionalment, l'Estat afavoreix l'autoregulació del sector (v. Esteve Pardo). Es tracta d'un mecanisme molt interessant, a través del qual els operadors es comprometen a l'exercici adequat de la seva llibertat, especialment en aspectes en què els límits són difícils de traçar, com ara les exigències de qualitat en la programació o la protecció de la infantesa i la joventut. Ara bé, l'autoregulació pot exercir un paper complementari, però no pot substituir la regulació pública.

La definició del model de televisió correspon a l'Estat, sens perjudici del seu desenvolupament i de l'aplicació per les Comunitats Autònomes

Les telecomunicacions es reserven la competència exclusiva de l'Estat (art. 149.1.21a CE), mentre que els mitjans de comunicació social se subjecten només a la legislació bàsica (art. 149.1.27a CE). Es tracta, doncs, de títols diferents, encara que s'hagin d'interpretar conjuntament: “necessàriament es limiten i es contrapesen entre si, i impedeixen el buidament mutu dels continguts respectius.”² Des d'aquesta perspectiva, l'atorgament dels títols habilitants per realitzar l'activitat es vincula a la competència en matèria de mitjans de comunicació social, mentre que els aspectes tècnics de l'emissió –inclosa l'aprovació del pla tècnic corresponent– es lliguen a la de telecomunicacions.³ Les facultats executives d'inspecció, de control i de sanció segueixen la competència substantiva.⁴

En aquest marc, la convergència només difumina les fronteres de l'activitat empresarial, no dels títols competencials, els límits del qual continuen separant la transmissió (telecomunicacions) dels continguts (mitjans de comunicació social). De fet, la normativa europea de 2002 té l'objectiu de regular el nou sector de les comunicacions electròniques, amb exclusió dels continguts. S'accedeix el mateix amb la normativa espanyola [apartat 2 de l'article 1 de la Llei

2 STC 168/1993, de 28 de maig, FJ 4; STC 244/1993, de 15 de juliol, FJ 2; STC 127/1994, de 5 de maig, FJ 8.

3 STC 278/1993, de 23 de setembre, FJ 2; STC 168/1993, de 28 de maig, FJ 4 (radiodifusió).

4 STC 278/1993, de 23 de setembre, FFJJ 2 i 3.

32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions (LGTel)].

Des del començament, l'Estat va fer una interpretació extensiva de les competències. Amb tot, la transició a la televisió digital ha ampliat les atribucions autonòmiques. En concret, les bases del sistema són les següents:

1. Es qualifica la televisió com a servei públic de titularitat estatal (apartat 2 de l'article 1 ERTV). La lògica del servei públic també es continua projectant sobre la transmissió amb tecnologia digital –tant a escala estatal com autonòmica–, si bé es preveu atorgar tantes concessions com disponibilitats tècniques hi hagi (apartat 4 de la disposició addicional quaranta-quatre de la Llei 66/1997). Les úniques modalitats de televisió liberalitzades són les que s'emeten per mitjà del satèl·lit i del cable.

2. Les Comunitats Autònomes (CA) tenen facultats de desenvolupament normatiu i d'execució reconegudes respecte de les diferents modalitats de televisió, en l'àmbit autonòmic i local:

• **Televisió analògica:** es permet la gestió autonòmica del “tercer canal de televisió de titularitat estatal” (art. 1 LTerC), mitjançant la concessió del Govern (disposició addicional sisena LTerC). En compliment de l'apartat 3 de l'article 20 CE, la CA ha de regular prèviament l'organització i el control parlamentari del tercer canal (art. 7 LTerC). A banda de la CA basca, que va iniciar les emissions de televisió sense habilitació estatal, la major part de les CA han obtingut la concessió administrativa corresponent.

• La **gestió del tercer canal** correspon a la societat anònima que es constitueix a aquest efecte (article 6, segon paràgraf LTerC), el capital del qual ha d'estar subscrit en la seva totalitat per la CA (art. 9 LTerC). Això impedeix la gestió indirecta del servei. No obstant això, dins d'aquests límits, les CA poden gestionar autò-nomament el canal de televisió, sense que l'Estat interfereixi en la programació.

Inicialment, la infraestructura per a la distribució del senyal era de titularitat estatal (art. 2 i 4 LTerC). Tanmateix, la liberalització posterior va permetre que les CA poguessin instal·lar les seves pròpies infraestructures.

Malgrat tot, les emissions analògiques –de cobertura estatal o autonòmica– hauran de cessar abans del 3 d'abril de 2010.

• **Televisió per cable:** correspon a la CA l'atorgament

d'autoritacions per a la prestació de serveis de difusió que no excedeixin del seu territori, que s'hauran d'inscriure en els registres autonòmics establerts a aquest efecte [Disposició addicional desena LGTel (redacció de la Llei 10/2005)].

• **Televisió digital terrestre:** cada CA disposa d'un múltiple digital de cobertura autonòmica. Les entitats públiques creades d'acord amb la LTerC hauran d'alternar les emissions amb tecnologia analògica i digital.

Un cop s'hagin acabat les emissions analògiques, cada CA disposarà de dos múltiples digitals de cobertura autonòmica. La CA decidirà els canals que seran objecte de gestió directa –prèvia assignació pel Govern–, com també els que seran explotats per empreses privades. Les CA atorgaran les concessions per a la gestió indirecta del servei –d'àmbit autonòmic o local–, amb submissió als plans tècnics i reglaments de prestació del servei aprovats per l'Estat (apartat 4 de la disposició addicional quaranta-quatre de la Llei 66/1997).

• **Televisió local per ones hertzianes:** les CA tenen facultats reconegudes de desenvolupament legislatiu i d'execució de la normativa estatal [art. 2, *in fine*, de la Llei 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones hertzianes (LTLoc)].

• **Televisió per satèl·lit:** les CA també poden prestar aquests serveis.

3. L'espectre radioelèctric es qualifica com a domini públic estatal (apartat 1 de l'article 43 LGTel), per la qual cosa els concessionaris també han d'obtenir el títol habilitant corresponent.

Tal com hem anat explicant, la legislació estatal és criticable en alguns punts. Tanmateix –mentre estigui vigent–, vincula tots els poders públics. D'aquí que la Llei catalana 22/2005, de 29 de desembre, s'hagi de considerar inconstitucional, perquè s'extralimita en les competències i contradiu alguns aspectes essencials de la regulació estatal: definició del règim de l'activitat (art. 3); espectre radioelèctric (títol II); definició del servei públic audiovisual (títol III); títols administratius habilitants (malgrat la contradictòria Disposició transitòria sisena: les llicències “adoptaran la forma de concessió administrativa), garantia del pluralisme i control de concentracions (títol IV); regulació dels continguts (títol V), etc.

Televisió local: de l'anarquia a la legalitat

Durant anys, el legislador estatal va ometre una regulació del mitjà, la qual cosa no va impedir que es desenvolupés al marge de la legalitat. La Llei 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones hertzianes (LTLoc), va dotar d'una regulació general el sector. Malgrat tot, probablement la seva ordenació definitiva tindrà lloc amb motiu de la implantació de la televisió digital.

El Pla tècnic nacional de televisió digital local [R. SR. 439/2004] determina els canals múltiples disponibles, com també els àmbits de cobertura (apartat 1 de l'article 3 LTLoc). A petició de les entitats locals, les CA fixaran després en cada demarcació els programes –com a mínim un i, excepcionalment, dos– que es reserven per a la gestió directa del servei (apartat 1 de l'article 9 LTLoc). Els programes restants seran adjudicats per les CA per a la gestió indirecta del servei (apartat 2 de l'article 9 LTLoc). Les televisions locals per ones terrestres no podran emetre o formar part d'una cadena de televisió (art. 7 LTLoc).

No obstant això, l'apagada analògica s'ha anat ajornant, davant de les dificultats per a la implantació efectiva de la televisió digital. Així, els adjudicataris que hagin efectuat emissions a l'empara de la disposició transitòria primera de la LTLoc podran continuar realitzant emissions analògiques durant dos anys, a comptar des de l'1 de gener de 2006, sempre que el seu àmbit territorial no excedeixi el de la concessió digital adjudicada i que així ho permetin les disponibilitats i la planificació de l'espectre (apartat 5 de la disposició transitòria segona, paràgraf 1 LTLoc). El Govern podrà modificar el termini esmentat, tenint en compte l'estat de desenvolupament i de penetració de la tecnologia digital (apartat 6 de la disposició transitòria segona de la LTLoc).

La televisió pública requereix una justificació suficient

Durant dècades, les televisions públiques van gaudir d'una situació de monopoli, cosa que les ha convertit en una

realitat molt consolidada. Tanmateix, l'entrada de la televisió privada n'ha posat en qüestió la legitimitat. De fet, en els darrers anys, no se n'ha deixat de discutir la programació, l'organització i el finançament. La crisi ha arribat fins i tot a la mítica BBC, amb motiu de la renovació del seu estatut. No hem d'oblidar que l'informe *Peacock* (1986) –d'actualitat novament– afirmava que els continguts de servei públic no coberts pel mercat no necessàriament havien de prestar la BBC: els prestadors de serveis audiovisuals privats també podien rebre fons públics per atendre els continguts d'interès general.⁵

El punt de partida és que la televisió pública no és un component necessari del sistema. L'apartat 3 de l'article 20 CE no exigeix el manteniment dels mitjans de comunicació social públics,⁶ sinó que únicament tracta de garantir que l'organització, la gestió i el control dels que en cada moment depenguin dels ens públics s'ajustin a uns criteris determinats (en contra, v. De La Quadra).

Per la seva part, el dret comunitari europeu –tot i reconèixer la importància del sistema de radiodifusió pública– deixa als estats un marge ampli per a l'articulació d'un sistema de televisió que respongui a les exigències d'interès general (Tractat d'Amsterdam).

En principi, els poders públics s'han de centrar en les funcions específiques, que no són oferir informació i entreteniment als ciutadans. La televisió pública –com qualsevol altra intervenció administrativa– requereix una justificació. A diferència de la privada, que és una expressió directa de la lliure iniciativa dels ciutadans, la televisió pública només està legitimada en la mesura que persegueixi l'interès general, amb mitjans exigits, raonables i proporcionats (v. Laguna).

En conseqüència, l'Estat, les Comunitats Autònomes i les entitats locals han de definir de manera precisa les funcions que s'encomanen a la televisió pública. La promoció de la llengua i la cultura pròpies justifica la creació d'una televisió pública regional, només si –en el context concret– es considera una mesura necessària, adequada i proporcionada.

El sector està sotmès a un dinamisme constant, per la

5 En aquesta línia, l'Institute of Economic Affairs publicava un informe amb el títol següent: *Public Service Broadcasting without the BBC?* (2004).

6 STC 86/1982, de 23 de desembre, FJ 4, amb el vot en contra de Díez de Velasco.

qual cosa ningú no pot dir si –a mitjà termini– la televisió pública hi tindrà cabuda. Com en qualsevol altre sector, el desenvolupament de la televisió privada pot satisfer totes les exigències d'interès general vinculades a aquesta activitat. No obstant això –mentre es consideri escaient–, la televisió pública pot exercir una funció complementària, que atengui els aspectes no hagin satisfet les cadenes comercials. Això no n'impedeix la configuració com a televisió generalista, amb la vocació d'arribar a un espectre significatiu de la població (apartat 2 de l'article 2 de la Llei 17/2006). Ara bé, els seus espais han de marcar la diferència en l'atenció prioritària a la informació, l'educació i la cultura. Ha de promoure la producció de programes que reflecteixin la realitat històrica i actual del nostre país, el debat intel·lectual, social i polític, o l'atenció al mercat de parla hispana. Les emissions no han d'incloure productes que resultin ofensius per a la sensibilitat de l'espectador mitjà.

Programació: protecció de l'interès general i foment d'obres europees

Els organismes de televisió tenen llibertat de programació, que –en el cas de les empreses privades– resulta de les llibertats d'expressió i d'informació [lletres a i d de l'apartat 1 de l'article 20 CE], com també de la llibertat d'empresa (article 38 CE). Ara bé, aquesta llibertat s'ha d'exercir amb respecte a la resta de drets, principis i valors reconeguts per l'ordenació jurídica (article 4 ERTV).

En primer lloc, els operadors de televisió estan subjectes a un seguit de deures de rang constitucional, consubstancials a l'activitat que realitzen (article 4 ERTV): objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions; la seva separació de les opinions; respecte al pluralisme i als drets constitucionals.

En segon lloc, en un mitjà que penetra impunement en les llars, adquireix una importància particular la protecció de la infància i de la joventut [articles 17 i 20 de la Llei 25/1994, de 12 de juliol, de televisió sense fronteres (LTsFr)]. Tanmateix, l'aplicació d'aquestes normes es fa difícil. I per això el Govern ha impulsat l'autoregulació en aquest àmbit (disposició addicional tercera LTsFr). D'altra banda, el desenvolupament de la televisió digital pot anar acompanyat d'una gran capacitat d'elecció per a l'espectador. En una televisió

a la carta, la protecció de la infància i la joventut no pot estar basada tant en normes generals, sinó en la necessitat d'afavorir –o imposar– el desenvolupament de tecnologies de filtratge i bloqueig de continguts.

La normativa de televisió retalla la gestió empresarial lliure mitjançant la imposició de polèmiques quotes de pantalla, l'objectiu de les quals és promoure les produccions audiovisuals, nacionals i comunitàries (apartat 1 de l'article 5 LTsFr). Aquestes obligacions no s'imposen en les emissions de cobertura local que no formin part d'una xarxa nacional, si bé les CA podran introduir normes equivalents respecte de les televisions locals per tal de fomentar la producció audiovisual en la seva pròpia llengua (apartat 5 de l'article 2 LTsFr).

Aquests límits sempre van ser objecte de discussió: (i) les quotes de pantalla i, sobretot, l'obligació de finançament de pel·lícules europees resulten una restricció de la llibertat d'empresa i del dret de propietat, d'una constitucionalitat dubtosa; (ii) l'existència d'empreses públiques de televisió hauria d'alliberar els operadors privats de condicionaments d'interès general com aquests; (iii) l'eficàcia d'aquestes mesures resulta molt dubtosa, ja que el desenvolupament tecnològic garanteix la llibertat de l'espectador, al qual no es pot forçar a veure produccions europees.

Defensa de la competència

La normativa de televisió inclou regles específiques, que tracten de protegir la lliure competència i, amb ella, el pluralisme informatiu, essencial en una societat democràtica. En els aspectes no regulats per la legislació sectorial, s'apliquen les normes generals de defensa de la competència, que d'aquesta manera desenvolupen una funció complementària, amb una importància creixent.

Inicialment, la Llei 10/1988 (LTPri) establia unes restriccions tendents a garantir el pluralisme intern, limitant al 25% la participació que podia tenir una persona en una empresa concessionària. Tanmateix, aquesta limitació ha desaparegut, ja que no solament dificultava la gestió de l'empresa, sinó que perdent sentit a mesura que el desenvolupament tecnològic incrementa les capacitats de transmissió en el mitjà.

Per tal de protegir el pluralisme (extern), la Llei limita la

participació accionarial, com també els drets de vot, respecte de més d'una empresa concessionària, en particular, quan actuen en el mateix àmbit geogràfic (article 19 LTPri). En canvi –a diferència del que succeeix en altres països–, la normativa no estableix cap restricció a la concentració multimèdia, cosa que sembla una mancança seriosa, ja que la propietat conjunta de cadenes de televisió, ràdio i premsa pot afectar seriosament el pluralisme informatiu.

Els drets exclusius tenen una rellevància particular en la televisió. Es tracta d'una pràctica comercial lícita, sempre que no perjudiquin el dret d'accés a la informació per part del públic, ni la lliure competència. Per això estan subjectes a alguns límits:

1. Es prohibeixen els que –per la durada, l'abast o el context– tinguin l'efecte de bloquejar el mercat, limitar l'accés a tercers durant un període massa llarg de temps o que puguin falsejar la concurrència.

2. Els esdeveniments d'una gran rellevància social (incloses les retransmissions esportives) s'han d'emetre en obert [apartat 3 de l'article 4 de la Llei 21/1997, de 3 de juliol, reguladora de les emissions i les retransmissions de competicions i esdeveniments esportius (LEDep)].

3. Es reconeix el dret a emetre un resum informatiu en relació amb els esdeveniments de rellevància pública subjectes a drets exclusius (article 2 LEDep).

4. L'adquisició de drets exclusius per part de les televisions regionals no n'ha d'impedir la difusió a escala estatal (article 16 LTerC).

El desenvolupament de la televisió digital de pagament depèn d'un seguit de serveis associats (accés condicional, interfícies d'aplicació de programes i guies electròniques digitals). És important que el control empresarial d'aquests serveis no introdueixi barreres d'entrada al mercat, ni distorsioni la competència, per la qual cosa s'han d'oferir i s'han d'aplicar en unes condicions raonables i no discriminatòries.

El Protocol annex al TCE (Amsterdam) permet als estats escollir el sistema de finançament del servei públic de radiodifusió que considerin més adequat, inclosa la combinació de subvencions públiques i ingressos comercials. Aquest és el model que segueixen les televisions públiques a Espanya.

Ara bé, aquest sistema de finançament només es justifica en la mesura que la televisió pública desenvolupi una

programació d'interès general. Si no, el finançament estatal –independentment de la forma que adopti (cànon, subvenció, condonació de deute, avals de l'Estat)–, constituiria una ajuda pública (article 87 TCE), que podria distorsionar les condicions de la competència.

Els estats, doncs, han de definir amb precisió les tasques d'interès general que encomanen a les entitats públiques de televisió (apartat 2 de l'article 86 TCE). Un aspecte clau respecte d'aquesta qüestió és que la Comissió Europea admet que les televisions públiques poden desenvolupar programacions generalistes, adreçades a aconseguir nivells d'audiència amplis, sempre des del prisma de la qualitat. Tanmateix, des d'aquesta perspectiva, no sembla gens fàcil –com també ho exigeix la Comissió– distingir els dos tipus de negoci, comercials i de servei públic, que poden dur a terme les televisions públiques, a banda de la separació de comptes i la comptabilitat analítica. En realitat, tots els programes han de cobrir les exigències de qualitat que justifiquen l'existència de la televisió pública, per la qual cosa –inevitablement– el sistema de finançament s'ha de referir al conjunt de la programació. A més, la qualificació de servei públic també pot dependre d'altres factors, com ara la cobertura universal o el caràcter obert de les emissions.

D'altra banda, la Comissió reconeix que la seva funció no és controlar l'oportunitat, el contingut o la qualitat dels programes. El seu paper es limita a sancionar “els errors manifestos” en la definició de les tasques d'interès general, quan no es pugui considerar que satisfan les necessitats democràtiques, socials i culturals d'una societat.

Discussió sobre la conveniència d'autoritats administratives independents

Un dels temes recurrents en matèria de televisió és la conveniència que les potestats públiques i la supervisió del sector s'encarreguin a les administracions independents. Se n'intenta aconseguir l'asèpsia política amb l'estatus “blindat” dels membres que, a més, són escollits per àmplies majories parlamentàries, per una acció combinada dels principals poders públics o per les forces socials més representatives.

L'objectiu del model del Consell d'Administració de la Corporació RTVE és respondre a aquest propòsit (art. 10 i

seg. Llei 17/2006), assistit per un Consell Assessor, com a òrgan de participació social (art. 23) i els Consells d'Informatius, com a òrgans de participació dels professionals de la informació (art. 24). Amb unes variants o unes altres, també respon a aquesta filosofia l'organització d'algunes Comunitats Autònomes.

En matèria organitzativa, les solucions tècniques s'han de jutjar pels resultats. Malgrat tot, cal fer un seguit de consideracions generals:

1. Aquest tipus d'organitzacions troben el marc natural en el model administratiu obert propi del món anglosaxó, no en el nostre sistema, en què els òrgans administratius estan constitucionalment vinculats al servei objectiu dels interessos generals (art. 103 CE), amb imparcialitat i independència.

2. A la pràctica, no és gens fàcil delimitar funcions del tot "neutrals", que no comportin un grau d'*indirizzo* o un altre. En relació amb el govern de les qüestions públiques, no hi ha una asèpsia tècnica plena o científica, ni tampoc un ordre axiològic complet que tots comparteixin en tota la seva extensió i jerarquia. Més enllà d'uns principis generals sobre el paper que ha de dur a terme la televisió (pública), en què la majoria hi estarà d'acord, tot seguit es destaparà la discrepància sobre l'oportunitat de la programació concreta, la valoració de la qual depèn no tan sols de la pròpia comprensió de la realitat, sinó també d'interessos concrets, dels quals resulta molt difícil distanciar-se. A més, és força freqüent que aquestes entitats, un cop constituïdes, se sentin cridades a desenvolupar una política pròpia. Amb això, es camina cap a la seva legitimitat constitucional, ja que –més enllà de les excepcions expressament previstes en la Constitució– correspon al Govern dirigir-ne la funció executiva (art. 97 CE), ser-ne responsable de l'exercici, sempre difuminada quan intervenen aquestes entitats.

3. L'experiència demostra que les administracions independents són un instrument organitzatiu més, no pas la panacea de tots els mals. Les garanties tecnicojurídiques que la legislació construeix per garantir la independència d'aquestes entitats –encara que admeten graus–, tenen una virtualitat relativa. Al final, la clau per al funcionament eficaç rau en una cosa tan difícil de construir i tan trenca-dissa com el prestigi institucional. A la llarga, només això pot mantenir-los a resguard de qualsevol intromissió política o d'interessos particulars.

4. Els arguments en favor de l'existència d'aquestes administracions perdrien força amb una ordenació adequada de l'activitat. L'afirmació de la llibertat de televisió, per si mateixa, reduiria els riscos del protagonisme públic en aquest sector. D'altra banda, la definició per part del legislador d'un model precís de televisió pública eliminaria alguns punts de col·lisió amb els operadors privats i, en conseqüència, la necessitat de buscar un àrbitre neutral fora de l'Administració governativa.

Bibliografía

- ARIÑO ORTIZ, G. *El Proyecto de Ley sobre Televisión privada*. Madrid: IEE, 1987.
- BARATA MIR, J. *Democracia y audiovisual. Fundamentos normativos para una reforma del régimen español*. Madrid: Marcial Pons, 2006.
- CHINCHILLA MARÍN, C. *La radiotelevisión como servicio público esencial*. Madrid: Tecnos, 1988.
- DE ABEL VILELA, F. A. *La concentración de los medios de comunicación social en los Derechos español y comunitario*. Madrid: Marcial Pons, 2002.
- ESTEVE PARDO, J. *Régimen jurídico-administrativo de la televisión*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), 1984.
- ESTEVE PARDO, J. "Viejos títulos para tiempos nuevos: demanio y servicio público en la televisión por cable". Comenari a la Sentència del Tribunal Constitucional de 3 d'octubre de 1991 (Qüestió d'inconstitucionalitat núm. 2528/1989). A: *REDA*, núm. 74, 1992.
- FERNÁNDEZ FARRERES, G. *El paisaje televisivo en España*. Madrid: Aranzadi, 1997.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, M. Y. *Estatuto jurídico de los servicios esenciales económicos en red*. Madrid-Buenos Aires: Ciudad Argentina - Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), 2003.
- GONZÁLEZ NAVARRO, F. *Televisión pública y televisión privada*. Madrid: Civitas, 1982.
- LAGUNA DE PAZ, J. C. *Régimen jurídico de la televisión privada*. Madrid: Marcial Pons, 1994.
- LAGUNA DE PAZ, J. C. *Televisión y competencia*. Madrid: La Ley, 2000.
- LAGUNA DE PAZ, J. C. *Telecomunicaciones: Regulación y Mercado*. Pamplona: Thomson-Aranzadi, 2a ed., 2007.
- MALARET GARCÍA, E. "La financiación de la televisión pública y privada". A: *El régimen jurídico del audiovisual*. Madrid: Marcial Pons, 2000.
- MARTÍNEZ LÓPEZ-MUÑIZ, J. L. "La regulación económica en España". A: ARIÑO ORTIZ, G.; DE LA CUÉTARA, J. M.; MARTÍNEZ LÓPEZ-MUÑIZ, J. L. *El nuevo servicio público*. Madrid: Marcial Pons, 1997.
- MEILÁN GIL, J. L. "El servicio público como categoría jurídica". A: *Cuadernos de Derecho Público*, núm. 2, 1997.
- MUÑOZ MACHADO, S. *Público y privado en el mercado europeo de la televisión*. Madrid: Civitas, 1993.
- MUÑOZ MACHADO, S. *Servicio público y mercado*. Madrid: Civitas, vol. III, Televisió, 1998.
- MUÑOZ SALDAÑA, M. *El futuro jurídico de la televisión desde una perspectiva europea*. Madrid: Marcial Pons, 2006.
- PÉREZ GÓMEZ, A. *El control de las concentraciones de medios de comunicación. Derecho español y comparado*. Madrid: Dykinson, 2002.
- QUADRA SALCEDO, T. DE LA. "La televisión privada y la Constitución". A: *Revista de Derecho Político*, núm. 15, 1982.
- QUADRA SALCEDO, T. DE LA. "Los servicios televisivos". A: *Cuadernos de Derecho Judicial: Régimen jurídico de los servicios públicos*. Madrid: CGPJ, 1997.
- ROZADOS OLIVA, J. *La televisión local por ondas. Régimen jurídico*. Granada: Comares, 2001.
- SOUVIRON MORENILLA, J. M. *Derecho público de los medios audiovisuales: radiodifusión y televisión*. Granada: Comares, 1999.

Transformacions en l'ecosistema mediàtic i noves pautes de regulació administrativa del fet audiovisual

Andrés Boix Palop

- *La regulació de l'audiovisual al nostre país, com a la resta de països del nostre entorn jurídic, s'ha basat històricament en la definició d'aquestes activitats com de servei públic. A partir d'aquesta definició, s'ha conformat el model d'actuació de les administracions públiques sobre el sector. L'erosió progressiva de la idea de servei públic, la seua desaparició en part del sector i l'emergència de noves possibilitats tecnològiques, així com la importància creixent d'àmbits on la comunicació s'ordena a partir de les llibertats d'expressió, d'una banda, i de la llibertat d'empresa, de l'altra, obliguen a replantejar la forma i l'orientació de la intervenció pública sobre el sector.*

Paraules clau

Ràdio i televisió, dret de l'audiovisual, internet, autoritats de regulació de l'audiovisual, llibertat d'expressió.

Andrés Boix Palop

Professor del Departament de Dret Administratiu i Dret Processal de la Universitat de València-Estudi General

1. Línies de tendència de l'evolució del nostre panorama mediàtic

El marc jurídic que a Espanya ordena en aquests moments la comunicació d'idees i d'opinions i la difusió d'informació per mitjans audiovisuals és conseqüència de l'arquitectura institucional i dogmàtica peculiar de la qual el nostre dret s'ha dotat al llarg dels últims anys. L'element central a partir del qual s'explica la regulació existent ha estat, com és sabut (i continua sent-ho en l'actualitat, almenys formalment, en el que és substancial) la noció de *servei públic*. Més enllà d'aturar-nos a analitzar la fonamentació concreta (i correcta, si s'escau) de la noció, qüestió que ha estat analitzada doctrinalment i jurisprudencialment de manera detallada en nombroses ocasions (Bastida Freijedo 2004), ara n'hi ha prou a referir una relació precipitada de fets articuladors del nostre dret de l'audiovisual, que es dedueixen necessàriament de la declaració tradicional, que encara subsisteix (almenys, com s'ha dit, formalment, i amb les excepcions del satèl·lit i del cable des del 1995 i el desembre de 2003, respectivament), que entén la ràdio i la televisió com a serveis públics.

1.1. La publicació del sector i les conseqüències jurídiques

Així, la declaració de servei públic comporta la publicació i la reserva del sector, i la correlativa exclusió de la lògica de mercat i de la llibertat d'empresa. Comporta un gran control públic, com és evident, que serà exercit per l'Administració que se'n declari titular. Quelcom que a Espanya, a més, fins fa poc, ha tingut també conseqüències importants d'ordre competencial. Ha permès, per exemple, a tot el sistema pivotar entorn de l'Administració de l'Estat, en la mesura que el fet audiovisual, molt particularment el televisiu, ha estat reservat al sector públic i, dintre d'aquest sector, inicialment,

en exclusiva a l'Estat. Cal tenir en compte, per exemple, la particularitat que ha suposat el fet que jurídicament les televisions autonòmiques públiques hagin començat la seva marxa, igual que les televisions privades, com a concessionàries d'un servei públic de titularitat estatal, segons preveia la Llei del Tercer Canal (Barata i Mir 2007). Només molt lentament i progressivament primer les competències de gestió i després la titularitat d'alguns serveis –ràdio en modulació de freqüència al principi, televisions autonòmiques i locals més recentment– han passat a ser de titularitat autonòmica.

Els amplis poders de decisió que una estructura com la descrita atorga a l'Administració abasten des del fet de determinar la conveniència d'acceptar nous operadors en el mercat i, si s'escau, d'establir-ne el nombre òptim, fins a fixar tot tipus de controls i exigències respecte a l'activitat i les prestacions dels participants.

a. La posició dels operadors privats i la seva subordinació a l'Administració

La participació d'agents privats en el mercat audiovisual és possible només després que el poder públic l'hagi acceptat i ho és, per aquest motiu, només d'acord amb els límits i sempre dintre dels marges establerts pel legislador i concretats per l'Administració. Els operadors, començant per les primeres televisions autonòmiques i continuant per les ràdios o les televisions habitualment denominades “privades”, en realitat són concessionaris encarregats de prestar, per compte de l'Administració que els selecciona, un servei públic. Ho fan, com és evident, en un marc de drets i d'obligacions condicionat del tot per aquest fet, que podrà ser tan extens com l'Administració entengui pertinent, en la mesura que precisament la figura de la concessió és un instrument que persegueix, si bé amb gestió privada i amb la participació d'empreses del sector, que s'assoleixin els objectius i les finalitats perseguits per l'Administració en proporcionar el servei, és a dir, que es dugui a terme exactament en els termes desitjats pels poders públics.

En aquest element rau l'explicació que els diversos operadors privats hagin estat tradicionalment sotmesos a un catàleg de previsions extens i generós, teòricament molt exigents, que els obligaven a conduir la seva actuació a fi de garantir aquests objectius de servei públic. Per aquest motiu, d'altra banda, aquests objectius no diferien per als

operadors públics estatals (RTVE) i la resta, incloent-hi els “privats”.

b. Predeterminació pública de l'arquitectura econòmica i condicions de competència del sector

El fet d'articular tot el model a partir de la figura de servei públic té també, com és evident, implicacions notables respecte a les diverses decisions, polítiques públiques i determinacions del legislador pel que fa a la qüestió del finançament dels diversos operadors o en la determinació de les condicions de competència en les quals han d'operar. Cal no oblidar, a aquests efectes, que la mateixa decisió d'obrir o no el mercat fins a cert punt, la determinació de fixar un nombre concret de concessions administratives o la possibilitat d'establir operadors en accés condicional (de pagament) són decisions públiques que ordenen la competència. I ho fan des de la mateixa base de l'estructura dels mercats de la televisió i de la ràdio. Qualsevol apel·lació a la lliure competència en un sector intervingut d'aquesta manera ha de ser molt conscient de les condicions molt especials en què es desenvolupa un mercat intervingut fortament, entre altres coses, amb la intenció expressa de facilitar la viabilitat econòmica dels operadors.

Les conseqüències de la publicació del sector respecte a la seva ordenació econòmica derivades del fet que sigui jurídicament tingut per un *servei públic* no s'esgoten ací i permetrien prosseguir amb una relació de dimensions manifestament desproporcionades atesa la intenció d'aquest treball. Per tant, n'hi ha prou a referir que han abastat històricament restriccions respecte a la propietat dels mitjans, a fi de garantir-ne la pluralitat interna, així com limitacions a la concentració en la propietat d'aquests mitjans, sent totes dues molt qüestionades pel sector (i incomplides de manera més o menys flagrant en força casos).

c. Intervenció administrativa sobre un sector ordenat com a servei públic

Lògicament, la relació entre l'Administració i el concessionari és molt intensa respecte a l'ordenació de l'activitat quan som dins de la lògica del *servei públic* i les seves atribucions poden abastar tota mena d'instruccions i de predeterminacions sobre la manera com es presta. Comprenen l'orientació de la programació i del servei, però també poden anar molt més lluny i establir tota mena d'obligacions concretes.

I permeten una inspecció i una sanció a càrrec de l'Administració que, lògicament i sense que això supose cap problema jurídic, poden acabar amb la revocació de la concessió, si s'incompleix el catàleg d'obligacions que ordenaven el pacte entre poder públic i operador privat segons el qual el primer indicava al segon com desitjava que es realitzés la producció audiovisual i en quines condicions exactes s'havia de desenvolupar, i que eren les que avalaven l'obertura del mercat i l'entrada de l'operador privat, que, altrament, no hauria tingut cap altra opció que romandre fora del mercat.

1.2. El naixement de les autoritats independents de control sobre un audiovisual concebut, encara, com a servei públic

És en aquest panorama concret que a Europa, i també a Espanya, apareixen les diferents autoritats administratives independents de l'audiovisual, amb la missió de desenvolupar, d'acord amb una altra orientació i més legitimitat i rigor tècnic, les missions de control públic que un esquema com el descrit atorga, en un grau màxim, a l'Administració (Tornos Mas 1998). Només a partir d'aquest procés històric, d'aquesta inclinació exacta de les funcions públiques en matèria audiovisual, del fet que *l'articulació de tot el sector* i de tota la *intervenció pública sobre el servei públic* (conceptes que, d'altra banda, almenys fins al 1995 eren estrictament sinònims a Espanya i que, avui dia, continuen encavalcant-se en el que és substancial, atès que la intervenció sobre l'audiovisual objecte de *publicatio*, si bé ja no equival a tot el sector, sí que continua abastant gairebé tots els models de comunicació rellevants econòmicament i socialment), es pot entendre el naixement d'aquestes autoritats independents, les funcions que els són assignades i la posició concreta en l'ordenament que els assignen les normes de creació respectives, a Espanya o a altres països veïns, incloent-hi tot un seguit de potestats públiques, com les d'inspecció i de sanció.

Les entitats de control de l'audiovisual que coneixem, creades, d'altra banda, pel dret d'arrel continental, s'entenen i tenen sentit en un model de servei públic on hi ha operadors privats que actuen en el mercat amb la concessió administrativa corresponent. De fet, no és una casualitat que la de més relleu, el francès Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, aparega en un marc, el del dret francès, de

tradició molt intervencionista. És evident que la regulació d'un lliure mercat, que l'actuació administrativa sobre un àmbit d'activitat econòmica en el qual impere la llibertat d'empresa, tot i que és perfectament possible (i sent a més també concebible que la realitzi una autoritat independent), ha de tindre uns trets diferents. Com passa, per exemple, en el mercat nord-americà (Betancor Rodríguez). Trets que, com és obvi, de moment no tenen les autoritats de gestió de l'audiovisual a Europa, ja que han nascut en un context on el servei públic encara imperava (i impera formalment) i les seves funcions s'articulen a partir de l'actuació pública tradicional en aquests casos.

1.3. Més enllà de l'audiovisual de servei públic: fractures i pautes de liberalització al sector

No obstant això, la *publicatio* sobre l'audiovisual està sotmesa a creixents pressions. Com a conseqüència de l'evolució tecnològica, econòmica, social i també política de les nostres societats, les diverses raons que històricament havien permès entendre i justificar la reserva al sector públic han decaïgut gairebé totes. A més, ho han fet pressionant sobre la institució des de dos vectors radicalment diferents:

- D'una banda, existeix una pressió creixent respecte als àmbits sotmesos a restriccions a la llibertat d'empresa. Si prenem l'exemple espanyol, del 1994 ençà s'han generalitzat àmbits en què els serveis audiovisuals es presten sense necessitat del concurs d'una concessió administrativa. Alguns, com les televisions locals o algunes ràdios, funcionaven fins aquell moment al marge de qualsevol suport legal o normatiu, però diverses sentències del Tribunal Constitucional, prenent nota de la interposició d'un dret com la llibertat d'expressió al sector i de la importància social i política d'aquest dret, emparen fins a cert punt des del 1994 la seva situació, donant suport a les tesis que han anat minant la consideració de la noció de *servei públic* com a pedra angular de la regulació. La rellevància jurídica d'aquest posicionament és difícil de menystenir i probablement marca el moment en què el nostre ordenament constitucional, entès segons la jurisprudència constitucional esmentada, passa a no permetre que l'Estat monopolitzi de manera absoluta el fet televisiu (Muñoz Machado 1998; Bastida Freijedo 2004). En altres casos, el procés es fa més evident perquè és el mateix ordenament jurídic el que pren

nota de la consciència social i política creixent en el sentit de liberalitzar el sector, així com de la impossibilitat tecnològica de controlar certes manifestacions audiovisuals amb eficàcia i, a l'últim, de la maduresa econòmica del sector, i, en conseqüència, aixeca les restriccions, com va passar el 1995 amb la televisió per satèl·lit o el desembre de 2003 amb la televisió per cable.

- Paral·lelament, es pot constatar una erosió indubtable de les conseqüències jurídiques que es derivarien en puritat d'una reserva al sector públic en aquells àmbits on encara subsisteix (i ho fa ja en un nombre més alt o almenys en els àmbits més rellevants socialment i econòmicament). Es vol dir amb això que els espais en els quals la televisió i la ràdio encara són –continuen sent-ho– *servei públic*, no es perceben, ni de bon tros, d'aquesta manera. No només pels agents socials i econòmics, sinó també, fins i tot, per la mateixa Administració. De fet, la pràctica inveterada d'inacció davant els incompliments, reiterats i notoris, a càrrec dels operadors (en matèria de continguts, però també en el respecte a les exigències de composició accionarial i d'altres) s'explica precisament per aquesta absència de consciència de la realitat del fet que el sector audiovisual continue sent *servei públic*. Així, no només és que per al comú dels ciutadans les televisions i les ràdios “privades” ho siguin amb caràcter general, i per això es tinga com a absolutament normal que plantegen la seva programació segons criteris de mercat purs, és a dir, que els seus continguts no tinguen relació amb missions de servei públic sinó amb la recerca de parcel·les de mercat que permeten millorar la rendibilització comercial; no només és que els operadors i el mercat audiovisual funcionen amb caràcter general amb criteris de mercat i l'estructura de propietat de les empreses, la gestió, les aliances i les estratègies comercials en siga manifestació evident (Boix Palop i López Garcia 2006); és que les mateixes administracions encarregades d'inspeccionar i de sancionar, jurídicament responsables d'un servei que, encara que en gestió indirecta, es fa en nom seu, actuen com sí, de fet, aquestes competències i potestats no existeixen. Les actuacions inspectors són mínimes, en general; les actuacions sancionadores, directament excepcionals. La mateixa raresa de

les actuacions contribueix, com és sabut, a crear la sensació de sorpresa i de polèmica relativa que acostumen a generar. Com a element definitori últim d'aquesta situació, n'hi ha prou a esmentar l'assumpció generalitzada en el sector que les empreses concessionàries tenen “dret” que la concessió els siga renovada quan expira, amb independència que hi pugui haver altres actors en el mercat que plantegen projectes més seriosos i solvents o no (que, per descomptat, no n'hi ha, atès que el sector assumeix que no té cap sentit postular-se per competir per les llicències com a conseqüència del que s'ha exposat).

A l'últim, sobre aquest estat de coses, superposant-se a una tendència d'altra banda clara, apareix l'impacte incipient sobre l'emissió d'idees i d'opinions i la difusió d'informació en format audiovisual de la revolució en les comunicacions que s'ha produït en les dues últimes dècades. L'evolució dels suports de telecomunicació i els avenços en compressió han conformat un panorama en el qual no només l'argument tradicional de l'escassetat que justificava l'ordenació pública deixa de tindre sentit sinó que, de la mà de la digitalització dels continguts i d'internet, canvia totalment el camp en què es mou el sector.

La protecció jurídica sobre aquest sector (la reserva esmentada) i la seva pròpia estructura econòmica han retardat l'impacte d'aquestes tecnologies de la informació i la comunicació, de manera que encara subsisteix el model d'audiovisual heretat en la seva estructura bàsica dels anys vuitanta. No només subsisteix, sinó que encara conserva una preeminència indubtable. Ara bé, al costat d'aquest fet, és evident ja en aquests moments l'emergència de nous models comunicatius, d'influència i d'importància creixents que, a més, ateses la convergència de suports i la complementarietat creixent dels continguts, són cridats a conviure, cada cop amb més pes relatiu, amb el panorama audiovisual establert que coneixem i en el qual hem estat educats.

Les condicions tècniques i jurídiques en què aquests nous mitjans apareixen són totalment diferents a les de temps passats i, a més, dificulten enormement, de vegades ho impedeixen, qualsevol pretensió de reconduir-ne la regulació a les pautes tradicionals (Muñoz Machado 2000). De manera que es constitueixen com un nou vector de pressió, cada dia més important, sobre el model ancorat en la idea de

servei públic. I, al seu torn, conformen un àmbit cada dia més gran i d'importància creixent on els elements estructuradors del marc jurídic són, per contra, la llibertat d'empresa i l'exercici de la llibertat d'expressió. Es tracta d'un factor addicional, la importància del qual no es pot desconèixer. En un entorn amb una extensió potencial de l'oferta com la que contemplem, és possible mantindre el vell esquema de regulació de continguts detallista i minucios? Probablement no. Senzillament, perquè és inviable (Botella Corral 2007, 19). Però és que, a més, un audiovisual en què l'estructura i l'aparició d'alternatives es produeix d'aquesta manera tampoc no és compatible amb el fet de *publificar-lo*. Amb la qual cosa, aquest model de control no només és que ja no siga viable, és que, a més, no té cap fonament jurídic que el legitime.

La qual cosa no vol dir, com ja s'ha apuntat, que no siga possible una intervenció pública en aquest àmbit tendent a regular el mercat amb vista a defensar tot un seguit de béns i valors de relleu constitucional. No obstant això, caldrà dur-la a terme d'una altra manera, sense que pugui servir de res les pautes aparegudes al llarg d'anys d'intervenció fonamentada en la idea que el sector era un servei públic. A la reflexió al voltant de com s'ha de produir, en un entorn on, a més, a hores d'ara resulta evident que les autoritats independents de regulació de l'audiovisual seran cada dia més importants, dediquem la resta d'aquesta anàlisi de tendències regulatòries, després de l'exposició breu del context que acabem d'esbossar.

2. Autoritats independents de regulació de l'audiovisual i emergència d'un mercat lliure

2.1. Administracions independents i audiovisual en lliure competència

a. Generalització del model de supervisió independent sobre l'audiovisual

El marc jurídic que a Espanya ordena en aquests moments la comunicació d'idees, d'opinions i d'informacions per mitjans audiovisuals lògicament és conseqüència de l'arquitectura institucional i jurídica peculiar entorn de la qual s'ha construït, d'acord amb el que hem descrit breument. Però

es pot constatar ja l'emergència d'un nou model de gestió de les competències públiques en la matèria, que es basa, en part, en aquests moments –i s'hi basarà totalment, de segur, en el futur– en l'assignació d'aquestes competències a una administració independent, és a dir, en l'establiment d'una autoritat de regulació del sector audiovisual, en l'àmbit competencial corresponent, tot reconeixent-ne àmpliament la seua independència funcional, econòmica i en matèria de personal.

L'emergència dels diferents òrgans de l'audiovisual dóna resposta a la necessitat que els poders públics garanteixen l'existència d'un mercat i, alhora, a la intervenció en el control de continguts, sobretot quan la importància d'aquesta intervenció se sent com a fonamental de manera creixent atesa l'aparició de nous mitjans i amb una cada vegada major dispersió en l'oferta. Es tracta d'una tendència imparable que trasllada al nostre país la manera d'intervenir en el sector que, en països amb regulacions articulades a partir de la tradició del *servei públic*, ha traslladat l'exercici de les competències públiques de l'Administració (i la sospita inevitable de dirigisme polític amb la qual actua) a una autoritat independent. Amb l'avantatge addicional, en la mesura que el poder públic conserva en gairebé tots els països, al seu torn, operadors que en depenen directament, de separar el vèrtex de responsabilitat en la presa de decisions del que serà responsable d'ordenar i de supervisar el sector, cosa que allunya les sospites tradicionals que les decisions siguen adoptades essencialment tenint en compte els interessos de l'operador públic més que els de tot el ram o els interessos generals. En aquest context, pren sentit ple l'aposta per autoritats, per cert, separades de les que regulen les telecomunicacions, sempre que tinguin assegurada la independència, d'una banda, i, de l'altra, la capacitat tècnica (Tornos Mas 1998).

A Espanya, el trasllat del model, que s'assenta en diversos països europeus a partir de l'acció del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel francès, es comença a veure amb cert suport institucional a partir del conegut *Informe Camps*, aprovat pel Senat el 1995, en què ja es proposava crear un organisme regulador independent. Com és sabut, a aquesta iniciativa la segueix la implantació efectiva d'autoritats per al desenvolupament de les competències creixents en el sector a Catalunya, Navarra i Andalusia (Guichot i Carrillo 2007 permeten consultar les fites jurídiques que acompanyen la

creació dels diferents òrgans en la introducció a l'anàlisi de l'andalús). Al costat d'aquests casos, n'hi apareixen d'altres, com el galleg i el madrileny, amb peculiaritats que obliguen a situar-los, més enllà de les polèmiques polítiques que en algun cas els han envoltat, en un altre nivell, ateses les seves atribucions competencials menys ambiciosos (Barata i Mir 2007, 259). En una direcció semblant, esbossant la seva incorporació al model, però sense fer-la efectiva, el 2006, la Comunitat Valenciana es va dotar d'una llei que ordenava l'audiovisual autonòmic i preveia crear un *consell* de l'audiovisual per mitjà d'una llei específica (Boix Palop 2007) sense que, de moment, aquesta creació s'haja concretat (de manera que les competències continua exercint-les l'Administració autonòmica).

En l'àmbit estatal, com és sabut, la tendència apunta també en la mateixa direcció i la reforma legislativa recent que ha afectat els mitjans de comunicació del sector públic estatal el 2006 també preveu constituir un consell de l'audiovisual encarregat de supervisar administrativament el compliment de les obligacions de servei públic previstes legalment. A falta d'engegar de manera efectiva el consell i de comprovar l'abast i l'ambició de les competències que li siguin atribuïdes, és evident que la dinàmica s'inscriu en el context general que relatem.

En qualsevol cas, el retard espanyol, que és lloc comú en aquests moments criticar, es valora des de la perspectiva, sempre, de traslladar competències des de l'Administració a una autoritat independent, és a dir, des de l'anàlisi de si les competències es mantenen en mans del poder polític o no. No es tracta d'enjudiciar críticament o no un model que potser podria ser diferent i més lliure, menys regulat i més judicialista, per exemple (Botella Corral 2007, 17), sinó de cridar l'atenció sobre el fet que l'Administració retenga les competències, sempre sense abandonar la lògica que, en mans d'uns o d'altres, l'ordre en què ens movem és el del *servei públic* tradicional.

b. Línies de ruptura de l'actuació per part de les autoritats de l'audiovisual coherents amb l'aparició d'un entorn competitiu i de mercat

El cas és que l'aparició –també a Espanya, per fi– de consells reguladors es produeix en un moment en què es comença a superar la passivitat tradicional, l'autolimitació o la prevenció secular que afligia l'Administració a l'hora

d'actuar sobre l'audiovisual. Això és conseqüència de la convergència d'una sèrie de factors que, de la mateixa manera que explicaven el panorama de restricció anterior, emmarquen el trànsit cap a una tasca més activa dels poders públics. Les tendències dominants que avui dia es poden constatar són d'ordre divers, en aparença contradictòries en ocasions, però, en el fons, responen a la idea ja referida: l'assumpció progressiva, *de facto* i *de iure*, de la naturalesa competitiva i de mercat del sector i l'evolució imparable cap a aquesta realitat que, ara sí, s'aspira a poder controlar amb detall creixent. Així:

- L'*aparició d'administracions independents* els permet (en els casos, com el català, en què les competències són més completes) no només assumir totes les competències administratives que històricament sí que havien retingut i havien exercit les administracions públiques territorials per ordenar el mercat (sobretot i a aquests efectes, política de llicències que a Catalunya és competència del Consell de l'Audiovisual, que s'ha encarregat, per exemple, dels concursos per a la TDT local en les demarcacions catalanes), sinó també les de supervisió en matèria de continguts de servei públic. Això ha estat així, probablement, per l'eliminació del "pecat original" que les administracions tradicionals arrossegaven a l'hora d'exercir aquestes competències, en la mesura que eren percebudes, per una banda, com a "jutge i part", tal com ja s'ha explicat i, per l'altra, perquè pesava sobre la seva possible actuació en aquest camp, malgrat que ha exercit competències derivades de la qualificació de *servei públic* de l'activitat, la sospita eterna que podien tractar de silenciar els mitjans de comunicació en la crítica a la seva actuació emprant injustament aquests instruments. Per això, la prudència va ser la nota dominant, però, en un context nou, es pot constatar l'augment de l'actuació a mesura que s'assenten les autoritats independents (Amenós Álamo i García Quintana, 231).
- La *percepció social*, a aquests efectes, que majoritàriament desaprova o accepta amb moltes reserves aquest tipus d'actuacions, justificades o no, és cada cop més clara. La por a l'efecte silenciador que aquests controls, de manera mediata o immediata poguessen tindre (*chilling effect*), juntament amb la cada vegada més nítida percepció ciutadana que els mitjans de comunicació,

també els audiovisuals, operen *de facto* –per molt que sostinga el dret– en règim de lliure mercat, dificulta moltíssim qualsevol pauta de control basada en la idea de garantir uns continguts determinats o una orientació determinada en la programació, que es definisca no a partir de la concurrència de les forces del mercat sinó de la previsió normativa sobre una orientació concreta (en valors, per exemple, o en pluralisme i neutralitat) que després, a més, haja de ser interpretada administrativament. Més enllà de la neutralitat temporal estricta, o l'equivalent (en el qual el CSA francès ha demostrat gran passió), aquest tipus d'actuacions no són fàcils d'engagar, ni són enteses per la ciutadania, ni tan sols quan provenen d'autoritats independents. En el fons, la raó d'aquesta reacció no és altra, de nou, que constatar que el funcionament real, econòmic i social dels mitjans audiovisuals és, a hores d'ara, en el que és substancial, equivalent al dels mitjans escrits, per exemple, i així s'entén el seu posicionament i el seu tractament de la informació i dels fets, que no requereix per això una intervenció, una supervisió, un control o una orientació administrativa.

- *Tendència a equiparar l'actuació sobre els mitjans que actuen en règim de lliure mercat amb els que desenvolupen funcions de servei públic.* La dinàmica social es presta a això i la legislació sectorial, en matèria de continguts, també (amb la qual cosa realimenta la sensació que, en el fons, totes les ràdios i les televisions són iguals jurídicament). La normativa que regula les atribucions dels consells reguladors de l'audiovisual, si bé clarament inspirada en la idea que les funcions de control s'han de centrar essencialment en aquells operadors que estiguen exercint *servei públic* (més enllà de les exigències addicionals molt concretes i específiques que sí que estableix la legislació per a tots i que també poden controlar), ha estat superada per una interpretació expansiva d'aquests organismes. Això planteja molts problemes, atès que les seves potestats i competències, molt àmplies i hereves d'un model de servei públic, no és evident ni de bon tros que es puguin traslladar totes sobre els mitjans audiovisuals *tout court*.

A això hi ha contribuït, és de justícia reconèixer-ho, l'exigència creixent que, des del dret comunitari, mostra la regulació en matèria de continguts. No obstant això,

cal matisar alhora la importància de la llei que ha transposat les exigències comunitàries, la norma coneguda com *de Televisió sense Fronteres*, en la versió de 1994 i en la reforma de 1999, que evoluciona de manera notable, a partir de les exigències marcades per la Unió Europea, precisament en la determinació de l'ancoratge jurídic que permet la intervenció. Així, cal no perdre de vista que aquesta llei, la importància de la qual és prou coneguda pel fet que és l'única norma que estableix obligacions de contingut i de programació per als operadors, en el fons regula només tres grans matèries: publicitat comercial per televisió, establiment de quotes de programació d'obres europees i protecció dels menors davant la programació televisiva en general i la publicitat en particular. Totes tres són manifestacions de la possibilitat d'establir restriccions que no necessiten de la concurrència del títol interventor *servei públic* per part de l'Administració. Totes tres es poden aplicar com a limitacions a la llibertat d'expressió pròpies de la necessitat de regular el mercat de manera que protegisca altres béns i interessos protegits constitucionalment. Per això, és perfectament coherent la desaparició de la redacció de 1994, que circumscrivia l'àmbit d'aplicació a "emissions que es realitzen des del territori espanyol per les entitats que prestin directament o indirectament el *servei públic* de televisió", que es va substituir pel criteri territorial, assumint l'aplicació de la norma a totes les emissions (incloent-hi les que es donen en mercats liberalitzats). L'àmbit d'aplicació es defineix sense referència al concepte, cada cop més minso, de servei públic i prenent com a element central el criteri d'establiment (Gay Fuentes 1999, 3). El dret comunitari, i la norma espanyola després, evolucionen en constatar l'aparició i la importància creixent d'espais on és el mercat i no el servei públic el que regula l'audiovisual. Davant aquesta situació, opten per regular de manera que les regles incloguen tots els operadors. L'opció és legítima i raonable, però obliga a comprendre que les possibilitats d'intervenció seran més reduïdes. El fet que la mateixa reforma que abans s'emparava en el *servei públic* per restringir sigui la que ara obliga, sense més, tots els operadors (així com la dada que les instàncies administratives que han de complir amb aquesta nova legislació siguen les mateixes) ajuda a incrementar la

confusió. Podria fer l'efecte que, d'aquesta manera, s'avalua comunitàriament l'extensió de tot l'antic control públic sobre l'audiovisual de *servei públic* a qualsevol esfera d'exercici de drets a la llibertat d'expressió i d'informació per aquests mitjans, i res més lluny de la realitat jurídica.

L'aposta per establir una regulació unitària i una intervenció amb la mateixa ambició en tots els àmbits, no obstant això, no s'ha detès massa a indagar en aquesta qüestió. És cada vegada més clar que el control i la supervisió es pretén que es facin en igualtat de condicions per a totes les emissions, siguin o no de servei públic. Així passa, per exemple, fins i tot amb els serveis audiovisuals per internet, les pretensions de fiscalització sobre els quals són la prova més acabada del que s'està plantejant, atès que suposa advocar per un model de control global de continguts, d'arrel administrativa que, per molt que a partir d'entitats reguladores, comportaria una diferenciació radical entre el règim de l'audiovisual i el d'altres models de comunicació (Barata i Mir 2006). En aquest sentit, la determinació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, per exemple, és expressa. Però no és excepcional, atès que concorda amb la que més o menys han coincidit a adoptar les autoritats de regulació de l'audiovisual homologables a Europa (Domènech i Costafreda).

Referent a això, cal assenyalar que tot i que és obvi que internet no naix en el buit i que l'audiovisual per internet, com a lliure mercat, pot tindre-hi perfectament la seva regulació, aquesta regulació ha de partir de la base del reconeixement de la llibertat d'expressió, no de les pautes tradicionals de servei públic. La qual cosa no significa que no puguin existir limitacions, de fet n'hi ha i amb títols d'intervenció molt diversos (García Morales). Els problemes apareixen si aquesta pretensió de tracte igual aspira a traslladar a l'audiovisual, que funciona en règim de lliure mercat, o als exercicis de llibertat d'expressió que tenen el seu espai a la xarxa, limitacions comunes a la resta de l'audiovisual que responen a la lògica, necessàriament molt més limitadora, del servei públic.

- Precisament per aquests motius, en part, i també perquè la dinàmica del mercat és clara en el sentit que no accepta de bon grat un tipus d'intervenció més intensa

que la que es dedueix de l'ordenació de la lliure expressió, la intervenció dels organismes reguladors, com d'altra banda demostra clarament l'actuació del Consell de l'Audiovisual català, ha adoptat cada cop més una tendència més ancorada en mecanismes d'intervenció indirectes, mediats, basada en la idea d'*auctoritas* més que no pas en l'exercici de la *potestas* (Gichot Reina i Carrillo Donaire) i ha desenvolupat una panòpia àmplia de mecanismes de *soft law* (informes, recomanacions, jornades de reflexió sobre l'articulació correcta de la comunicació, etc.), l'eficàcia dels quals pot ser qüestionable però és millor que res en un entorn on es constata que la intervenció directa és escassa. A més, s'adiu d'allò més bé amb el tipus d'actuació pública eficaç en un mercat competitiu sotmès a l'escrutini de l'opinió pública, a condicionaments d'imatge i a l'imperi de la lògica del mercat. Aquesta tendència prova, una vegada més, el fracàs de l'opció *hard* en el sector, la regulació de la qual ha estat més incomplida com més detall i rigor ha contingut (Celeste Gay, 9).

- Els exemples en aquest sentit són cada cop més variats. Així, podem esmentar a tall d'exponent d'aquesta tendència la relació de "Consideracions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament televisiu del atemptat de Madrid del dia 11 de març de 2004 i dels esdeveniments posteriors fins a les eleccions del dia 14", (*Quaderns del CAC*, núm. 19-20, pàg. 79-85), elaborades el 31 de març de 2004, juntament amb un document prolix en què s'analitzen graelles i programacions dels diferents mitjans i s'hi estudia el compliment dels deures d'objectivitat i d'imparcialitat, així com el tractament dels drets de les víctimes i dels seus familiars, però els efectes jurídics directes de les quals, fins i tot quan es refereixen a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió públiques són, en tot cas, de tipus indirecte. En aquesta mateixa línia, el CAC, per mandat del Parlament català, elabora informes sobre els informatius, que es remeten al Parlament mateix i serveixen d'ajuda al control parlamentari que desenvolupa (vegeu López, C. "Metodologia del Consell de l'Audiovisual de Catalunya per a l'observança del pluralisme en els teleinformatius", dins de *Quaderns del CAC*, núm. 26, pàg. 9-16). La tònica, d'altra banda, és general a Europa, com ha assenyalat Anna Estrada ("La supervisió del pluralisme in-

formatiu en la ràdio i la televisió a Europa” dins de *Quaderns del CAC*, núm. 26, pàg. 17-27).

Les diferents línies de ruptura esbossades són totes coherents, en darrera instància, amb la tendència dominant que es dibuixa i es perfila, que permet explicar tots els canvis a partir de la transformació progressiva del model de regulació, que s'ha d'adaptar als nous reptes sent necessàriament més lleuger però sense deixar de poder regular, més enllà de l'accés a la condició d'operador, l'exercici del que és concebut ja amb caràcter general com un dret fonamental per part del ciutadà i no com una concessió dels poders públics (Botella Corral 2007, 21). L'articulació de la relació entre Administració pública i prestadors de serveis audiovisuals sobre la base del títol de la concessió administrativa deixa de ser per aquest motiu l'element determinant que havia estat en la comprensió i l'anàlisi particulars de la regulació del sector (Barata i Mir 2007, 255). Per això, l'actuació dels òrgans de l'audiovisual, un cop guanyada la seva autonomia i la seva independència, no ha d'aspirar a prosseguir amb les pautes de control derivades de la idea que estem en un entorn on existeix una col·laboració entre el titular del servei i els subjectes que assumeixen la prestació, sinó que s'ha de reorientar a regular l'exercici de la lliure expressió i informació i els seus límits en un entorn equiparable al del lliure mercat. La qüestió és com articular la intervenció en aquest context, el qual es basa en la llibertat d'expressió i el lliure mercat, amb el corollari necessari de la possibilitat d'entrar-hi lliurement, *de facto*. Fer-ho bé és important perquè és aquest el sector al qual caldrà atendre en el futur (Petit 2007). O potser cal fer-ho ja.

2.2. La regulació d'un sector audiovisual des del prisma de la llibertat d'expressió i de la lliure entrada al sector

La regulació sobre un sector entès d'aquesta manera haurà de ser, lògicament, plenament diferent des de la seua mateixa base. Davant un model, el de *servei públic*, que permet (jurídicament, almenys) un control molt gran, com ho demostra el fet que, en abstracte, fins i tot podria emparar una publicació del sector en règim de monopoli

—cosa que, *a maiore ad minus*, dóna una idea de l'amplitud de facultats que es podrien desplegar—, l'articulació de la intervenció pública sobre el suport de la llibertat d'empresa i de l'exercici de la llibertat d'expressió hauria de ser radicalment diferent, com ho demostra el model, desenvolupat al llarg de dècades, d'intervenció administrativa en un sector que funciona en aquest règim: la premsa escrita.

No obstant això, les autoritats de control de l'audiovisual, nascudes en un altre context explicatiu i pensades a partir d'aquell, seran les que hauran d'actuar en aquest nou entorn. No hi ha, en principi, res que s'hi opose. Cal tindre en compte que el sector, entès com un àmbit econòmic lliure on impera la llibertat d'empresa, no imposa per això una absència d'intervenció administrativa. La regulació econòmica dels diferents mercats, amb la finalitat d'aconseguir objectius públics molt diversos, és una pràctica habitual. De fet, en un marc com el de la Unió Europea, marcadament liberalitzador, es promou al seu torn una regulació del sector, per exemple, en matèria de continguts o molt especialment en publicitat, amb la finalitat de protegir la producció europea i els teleespectadors. Ara bé, haurà d'afrontar la seva comesa sent molt conscient que aquesta modificació del marc conceptual que ens vam trobar obliga necessàriament a replantejar la manera com s'intervé i els límits possibles de la intervenció. I a hores d'ara és de justícia reconèixer que continuem molt ancorats en l'esquema explicatiu tradicional, la qual cosa no deixa de ser lògica perquè aquí radica, com ja s'ha exposat, l'origen de les seves competències i la seva actuació (així es percep clarament, per exemple, en l'informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, *La definició del model de servei públic al sector de l'audiovisual*, 2001).

Quines són les bases estructurals d'aquest nou model d'intervenció, d'aquesta nova fonamentació de l'actuació de control sobre l'audiovisual que en el futur hauran de dur a terme les autoritats de control, assumint la transformació radical del panorama i del context? De manera molt sintètica, els elements bàsics es poden desenvolupar articulats entorn de dues nocions clau: el respecte militant a un règim de llibertat d'expressió amplíssim com a base del sistema, d'una banda, i l'assumpció de la possibilitat d'actuacions que emmarquen l'exercici del dret per part de l'Administració, de l'altra.

a. *La llibertat d'expressió, punt ancillar del model de regulació i de supervisió*

Una intervenció que es pretenga global, omnicompressiva i comuna a totes les manifestacions audiovisuals, que aspire a actuar sobre totes, ha d'assumir la impossibilitat, ara per ara, de cercar teories com la del *servei públic*, atesa la restricció que imposa a les seves ambicions el reconeixement i la interposició d'un dret fonamental com el que consagra l'article 20 de la Constitució. D'això se'n dedueix per força una minva important en les possibilitats d'actuació pública, atesa la jurisprudència exigent del Tribunal Constitucional (Barata i Mir 2000, 37). És obvi que les restriccions que imposen prohibicions com les de la censura prèvia conformen un paradigma de control diferent i més paralitzador que el concessional (Amenós Álamo i García Quintana 2007, 251).

És important assumir des d'un primer moment aquesta realitat, però al seu torn cal ser plenament conscients de les possibilitats d'intervenció que subsisteixen malgrat això. Per molt que el model que la premsa escrita proporciona respecte a com es pot articular la intervenció en un sector en el qual les dues notes constitutives (llibertat d'expressió i lliure mercat) són les que assenyalen, això no significa necessàriament que qualsevol mercat estructurat a partir de totes dues característiques haja d'estar regulat administrativament, per força, de manera idèntica. Així, si bé respecte a la premsa escrita, l'elecció del nostre dret ha estat la d'un intervencionisme mínim i un control basat en la repressió *a posteriori* dels excessos per via judicial, la Constitució no obliga necessàriament a generalitzar aquestes pautes pel simple fet que assumim també que, a partir d'ara, el sector audiovisual s'articula a partir d'aquests dos elements. Podria ser així, però no té per què ser-ho. Hi ha la possibilitat que, igual que es regulen administrativament molts altres sectors, sense que això afecte la llibertat d'empresa, per a la consecució de fins d'interès general justificats, es regule també l'audiovisual. I hi ha la possibilitat, com és evident, d'acceptar límits a la llibertat d'expressió en el marc de la Constitució i del Conveni Europeu de Drets Humans. La intervenció que s'ha realitzat tradicionalment als Estats Units (i que no s'ha fonamentat en la noció de servei públic precisament) demostra fins a quin punt és perfectament possible, per altres vies, acceptar controls i restriccions: des de l'articulació d'un enquadrament tècnic del sector, a les

restriccions en matèria de concentració de mitjans, a la regulació de la publicitat o, fins i tot, al reconeixement d'una capacitat àmplia de supervisió i proscripció de l'"obscenitat", la "indecència" i la "irreverència" dels missatges transmesos (Betancor Rodríguez, 33-34).

Com és evident, existeixen limitacions al dret fonamental, les quals tots tenim en ment, que la jurisprudència constitucional ha perfilat i que el dret comunitari, com hem vist, avala. A partir d'aquestes limitacions, serà possible restringir la llibertat d'expressió i regular-ne i ordenar-ne l'exercici. Però caldrà no anar més enllà i, a més, guardar sempre la proporció deguda entre les restriccions i els beneficis i les garanties que es dedueixin d'aquestes limitacions per a altres béns d'importància constitucional: respecte a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge, els drets del menor, la preservació del pluralisme i la no-discriminació, els supòsits de publicitat il·lícita o la protecció d'altres drets dels consumidors i usuaris.

Ara bé, cal tindre en compte, juntament amb aquest element, que la llibertat d'expressió comporta un límit indubtable i que la prohibició constitucional de la censura, atesa la preocupació del Tribunal Constitucional per evitar el *chilling effect*, també constitueix una tanca important, ja que nombroses sentències (STC 77/1982, 52/1983, 13/1985, 52/1995, 176/1995, 187/1999) han reafirmat la idea que la interdicció s'ha d'estendre a "cuantas medidas pueda adoptar el poder público que no sólo impidan o prohíban abiertamente la difusión de cierta opinión o información, sino cualquier otra que simplemente restrinja o pueda tener un indeseable efecto disuasor". Per això, la manera concreta en què s'organitze i s'estructure el model de control de l'audiovisual pot tindre certs efectes que cal prendre en consideració. De la mateixa manera, hi ha certes pautes que podrien caure en la prohibició constitucional de la censura prèvia.

La conclusió de tot el que s'ha exposat, si més no de manera succinta, és clara. L'Administració pot intervenir, però és important que ho faci assumint que ha de tindre una raó legal de pes i que ha de reorientar la pràctica a convertir-se, també, en un baluard radical de defensa de la llibertat d'expressió i d'informació en els mitjans audiovisuals. Que ho assumisca és clau perquè es repositone correctament en el context que se sotja.

b. Delimitació administrativa de l'exercici de drets fonamentals i llibertats públiques

D'alguna manera, la discussió se centra, doncs, en darrera instància, a determinar si aquestes funcions, reorientades per força a partir de l'assumpció que els elements estructurants són el reconeixement de les llibertats esmentades, poden ser objecte de modulació o de delimitació quan una administració pública les exercita. I com han de ser-ho. Sobretot quan una, la llibertat d'expressió, té rang de dret fonamental, la qual cosa implica algunes alteracions respecte a l'arquitectura jurídica del seu marc d'actuació. Llavors, convé delimitar actuacions i atribucions, pautes freqüents incompatibles fins ara amb els nous paradigmes legitimadors que desenvolupem, com a conseqüència que enfonsen les arrels en l'antic model d'intervenció.

Quant a això, en primer lloc, cal assenyalar que plantegen problemes evidents els tipus oberts que en l'actualitat atorguen competències àmplies als organismes encarregats de regular l'audiovisual a partir d'una intervenció justificada en la confluència de nombrosos conceptes jurídics indeterminats i evanescents. Resulta evident que en qualsevol activitat de regulació de mercat, perfectament legítima com les que contenen les normes en matèria de *televisió sense fronteres*, cal comptar amb una delimitació normativa que respecte els principis de legalitat, tipicitat i, en general, totes les exigències en matèria de dret administratiu sancionador. En tal entorn, aquests tipus oberts i ambigus plantegen nombrosos problemes (Amenós Álamo i García Quintana 2007, 230-231). De manera que, amb vista a perfilar una acció positiva de l'Administració que es pretenga global, en primer lloc, cal replantejar globalment la normativa que concrete els tipus i les possibles intervencions i els restringisca a l'exercici de les polítiques amb capacitat per limitar la llibertat d'expressió.

Adicionalment, cal reflexionar sobre la possibilitat de continuar controlant certes facetes de les activitats audiovisuals. Si prenem com a exemple les competències que té el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, les seves funcions inclouen vetllar pel "respecte del pluralisme polític, religiós, social, lingüístic i cultural, i també per l'equilibri territorial adequat en el conjunt del sistema audiovisual de Catalunya" (article 115 de la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya). És evident que aquest tipus d'atribucions (que esmentem a tall d'exemple, però que són la norma en el

ram) no poden operar en un entorn de lliure mercat i suposarien una restricció a la llibertat d'expressió institucional si es pretenguera imposar a qui actuen en l'audiovisual no sotmès a exigències de *servei públic*. Penseu, per exemple, en la limitació evident que per a la llibertat d'expressió suposaria traslladar-les a la premsa escrita. Respecte a l'audiovisual, atesa l'evolució del medi, no serà diferent la percepció en el futur. És més, podríem dir que, a hores d'ara, ja s'assumeix com perfectament normal que els diferents operadors privats puguin definir marcadament les seves tendències polítiques (i això, encara, en un entorn de servei públic!) quan les tenen, formen part de la seva identitat o constitueixen una estratègia de mercat que jutgen interessant.

A aquests efectes, convé recordar que la llibertat d'expressió té sentit, justament, com a garantia de l'expressió molesta socialment, que puga ferir o ofendre. També, per descomptat, de l'expressió no ponderada. Així que, com no podia ser menys, qualsevol manifestació no neutral, parcial, que no respecte el pluralisme, s'ha d'entendre igualment emparada si estem davant una regulació pròpia d'un mercat lliure i no davant un concessionari que haja de vetllar per aquell mercat. La proliferació de mitjans audiovisuals a internet ha contribuït a posar de manifest, de nou, aquesta assumpció important (Boix Palop 2002). De manera que, com ja hem assenyalat en un altre context, la capacitat d'inspecció i de sanció atenent a aquests paràmetres, quan no ens trobem en l'àmbit del servei públic, no creiem que siga admissible constitucionalment (Boix Palop 2007).

Juntament amb aquestes primeres preocupacions referides a la concreció legal de les restriccions i a la consegüent capacitat d'inspecció i de sanció administrativa, així com a la necessitat de delimitar-les de manera diferent (excloent-ne controls com els esmentats), queden com a mínim dues qüestions estructurals addicionals que cal tractar respecte al reposicionament de les administracions encarregades del control de l'audiovisual, lligades totes dues a la possibilitat que puguin anar més enllà del control del compliment de les previsions legals referides.

La primera és si, exclosa la capacitat de controlar, inspeccionar i sancionar continguts de les funcions que puga desenvolupar l'Administració per determinar la idoneïtat del missatge, es pot entendre, fins i tot, que la intromissió a l'efecte de valorar, criticar i orientar pot suposar una activitat

problemàtica, fins i tot quan no tinga perfils sancionadors. En aquest sentit, n'hi ha prou a recordar la gran polèmica que ha acompanyat pronunciaments del Consell de l'Audiovisual de Catalunya com el que va realitzar el desembre de 2005 sobre la possible vulneració dels límits constitucionals en l'exercici dels drets fonamentals de llibertat d'informació i de llibertat d'expressió o l'acord de setembre de 2006 sobre l'anunci de televisió de la plataforma seleccions esportives catalanes.

En general, cal assenyalar que precisament una consideració àmplia de la llibertat d'expressió és la que avala que les manifestacions dels òrgans administratius independents de regulació de l'audiovisual, al seu torn, puguen fer-ne un ús generós per combatre, justament en el terreny del debat d'idees, certes formes de comunicar o de fer ús de les llibertats. De manera que, en un mercat lliure (la reflexió no es pot traslladar per això, exactament, a l'*affaire* a compte de la cadena COPE, la relació de la qual amb el CAC és la d'un concessionari del servei), res no impedeix que es formulen aquest tipus de denúncies, condemnes o valoracions sempre que d'això no se'n puguen derivar mesures de retorsió efectives. La valoració sobre la conveniència de certa publicitat, per la seva banda, quan en comporte la retirada (efecte silenciador evident), obliga a actuar en un marc d'anàlisi estricta de les possibilitats de limitació ateses les consideracions exposades. En canvi, si es tracta de participar com a veu autoritzada en el consens dels mecanismes autoreguladors en la matèria, és obvi que s'ha d'entendre com a molt superior la capacitat d'orientar i d'establir pautes de l'Administració independent de torn.

A l'últim, queda la qüestió, absolutament bàsica, de si les mesures sancionadores que, amb caràcter general, hem convingut que, enquadrades en els termes assenyalats, aquests organismes poden adoptar vàlidament, poden arribar a comportar el tancament, definitiu o temporal, del mitjà de comunicació o si aquesta decisió només és possible mitjançant decisió judicial. Les opinions contràries a la possibilitat que un tancament, si més no temporal, i per molt que pugua ser el resultat (sanció) que preveu la llei de l'exercici de les facultats d'inspecció i de control sobre aspectes de l'activitat econòmica del mitjà (referits a composició accionarial, per exemple, o a qualsevol altra qüestió relativa a l'ordenació administrativa del sector econòmic) o dels continguts que sí que són controlables administrativament sen-

se que això plantege problemes a la llibertat d'expressió (per exemple, els que afecten drets dels menors), pugua ser competència d'una administració són nombroses. Ja m'he expressat en un sentit coincident amb aquestes opinions en altres ocasions (Boix Palop 2007), en una línia similar a la de qui entenen que només és admissible que siga un jutge qui ho escometi (Betancor Rodríguez, 58). Altres autors, com De la Quadra-Salcedo, consideren com a mínim "xocant" aquesta actuació (*apud* Torns Mas 2007, 179). Per Salvador Coderch (*El País*, 13 de febrer de 2006), aquesta possibilitat no només constituiria un cas de censura prèvia (constitucionalment prohibida, com sabem) sinó que, més directament, entén que seria la seva pròpia "apoteosis, pues no se trata únicamente de que la autoridad exija controlar, antes de cada programa, los contenidos para depurarlos, sino que prohíbe *a priori* toda emisión durante un período de hasta tres meses, algo que supondrá la ruina del canal sancionado, su voladura económica". De manera més matisada, hi ha qui entén, no obstant això, que en aquests casos no és correcte tècnicament parlar de censura i al·lega que la suspensió d'activitats es produeix sempre *a posteriori* (Torns Mas 2007, 179, qui admet, no obstant això, que en qualsevol cas la crítica també és possible).

La valoració contrària a la possibilitat que un tancament de mitjans de comunicació pugua ser realitzat per una autoritat altra que la judicial no és, no obstant això, al meu entendre, massa difícil de justificar. No ja la seva oportunitat, que el constitucionalisme liberal ha deixat clara i de la qual el nostre sistema de valors constitucional està persuadit íntimament. Sinó també la seva correcció jurídica absoluta, que al meu judici és inqüestionable. Si ens situem en un entorn mediàtic com el que ja vivim, a la llum del que he descrit, resulta totalment evident l'aplicabilitat plena de la doctrina generosa del Tribunal Constitucional, ja referida, a l'hora d'entendre constitucionalment proscrietes no només la censura sinó qualsevol mesura d'efecte equivalent. Però, a més, sembla obvi, des d'un punt de vista jurídic mínimament exigent, que ja no es tracta únicament que hàgim d'atendre a la interposició de l'apartat 2 de l'article 20 CE ("L'exercici d'aquests drets no es pot restringir mitjançant cap tipus de censura prèvia") sinó, també, a la previsió de l'apartat 5 de l'article 20, que disposa, com és sabut, que "només es pot acordar el segrest de publicacions, enregistraments i altres mitjans d'informació en virtut de resolució judicial". És a dir,

que sembla prou complicat argumentar, davant la prohibició constitucional, que el simple segrest de publicacions, informacions o qualsevol altre mitjà d'informació estiga vedat a qualsevol autoritat diferent de la judicial i que, en canvi, l'Administració pugui tancar-los sense més problemes. Cal negar-ho radicalment perquè, com és sabut, en dret no és senzill acceptar, *a minori ad maius*, que qui no pot el *menys* quede, en canvi, facultat per fer allò que és *més*. Per a qui no en tinga prou amb aquest principi estructural per a la coherència del nostre ordenament, convé recordar que el Tribunal Constitucional ja s'ha pronunciat en alguna ocasió assumint-ne la vigència (STC 199/1987) i la correlativa impossibilitat que a Espanya es procedisca a tancar mitjans de comunicació per actuacions que no tinguen naturalesa jurisdiccional (Mira Benavent 1987).

Bibliografia

- AMENÓS ÁLAMO, J.; GARCÍA QUINTANA, M. "Jurisprudència a l'entorn dels consells de l'audiovisual". A: *Revista catalana de dret públic*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2007, núm. 34, p. 227-251.
- BASTIDA FREIJEDO, F. J. "Medios de comunicación social y democracia en veinticinco años de Constitución". A: *Revista española de derecho constitucional*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Vol. 24, 2004, núm. 71, p. 161-186.
- BARATA I MIR, J. "Règim jurídic de la responsabilitat de l'emissió de continguts audiovisuals per cable". A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2000, núm. 7, p. 35-41.
- BARATA I MIR, J. *Democracia y audiovisual. Fundamentos normativos de la reforma del régimen español*. Madrid: Marcial Pons, 2006.
- BARATA I MIR, J. "El tractament bibliogràfic del model de regulació de l'audiovisual". A: *Revista catalana de dret públic*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2007, núm. 34, p. 253-270.
- BETANCOR RODRÍGUEZ, A. "¿Están justificadas las autoridades administrativas de control de contenido de las emisiones? La experiencia norteamericana". A: *Revista catalana de dret públic*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2007, núm. 34, p. 31-82.
- BOIX PALOP, A. "Libertad de expresión y pluralismo en la Red". *Revista española de derecho constitucional*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2002, núm. 65, p. 133-180.
- BOIX PALOP, A. "La traslación de pautas de control público al nuevo audiovisual de proximidad". A: *Revista General de Derecho Administrativo*, 2007, núm. 14.
<<http://www.iustel.com/revistas>>
- BOIX PALOP, A.; LÓPEZ GARCÍA, G. "Derecho y cuarto poder en la era digital". A: *Revista de Estudios Políticos*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2005, núm. 130, p. 77-112.
- BOIX PALOP, A.; LÓPEZ GARCÍA, G. "Medios de comunicación de masas y comunicación digital". A: BOIX PALOP, A.; LÓPEZ GARCÍA, G. (eds.), *La autoría en la era digital: Industria cultural y medios de comunicación*. València: Tirant lo Blanch, 2006, p. 167-200.
- BOTELLA CORRAL, J. "La regulació independent del sector audiovisual espanyol: una reflexió sobre problemes, perspectives i possibilitats". A: *Revista catalana de dret públic*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2007, núm. 34, p. 15-29.
- BOURGES, H. "L'Europa audiovisual i l'Europa de la diversitat", A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 1998, núm 1, p. 29-31.
- CONSELL AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *La definició del model de servei públic al sector de l'audiovisual*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2001.
- DOMÈNECH I COSTAFREDA, G. "La regulació dels serveis audiovisuals d'Internet". A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2000, núm. 7, p. 42-46.
- GARCÍA MORALES, M. J. "Nuevas tecnologías y libertad de expresión: regulación, autorregulación y filtros en Internet". A: COTINO HUESO, L. (Ed.), *Libertades, democracia y gobiernos electrónicos*. Granada: Comares, 2006. P. 33-58.
- GAY FUENTES, C. "La modificación de la ley de Televisión sin Fronteras". A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 1999, núm. 5, p. 2-10.
- GUICHOT REINA, E.; CARRILLO DONAIRE, J. A. "El Consejo Audiovisual de Andalucía". A: *Revista catalana de dret públic*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2007, núm. 34, núm. 34, p. 273-316.

LINDE PANIAGUA, E.; VIDAL BELTRÁN, J. M. *Derecho audiovisual*. Madrid: Coléx, 2007, 2a edició.

MILIAN MASSANA, A. (dir.), *El Consell de l'Audiovisual de Catalunya*. Barcelona: Institut d'Estudis Autònoms, 2004.

MIRA BENAVENT, J. "El caso del diario Egin: comentario a la sentencia del tribunal constitucional de 12 de diciembre de 1987". A: *Anuario de Derecho Penal y Ciencias Penales*. Madrid: Ministerio de Justicia i Boletín Oficial del Estado, 1987, vol. XL, p. 505-528.

MUÑOZ MACHADO, S. *Servicio público y mercado (III): La televisión*. Madrid, Civitas, 1998.

MUÑOZ MACHADO, S. *La regulación de la red. Poder y derecho en Internet*. Madrid: Taurus, 2000.

ORTEGA ÁLVAREZ, L. "El derecho audiovisual y los consumidores". A: GÓMEZ-REINO I CARNOTA, E. *Telecomunicaciones, infraestructuras y libre competencia*. València: Tirant lo Blanch, 2004, p. 387-404.

PETIT, M. "La revisió sobre el servei públic audiovisual al Regne Unit: el debat entre l'Ofcom i la BBC". A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2007, núm. 26, p. 123-139.

RALLO LLOMBARTE, A. *Pluralismo informativo y Constitución*. València: Tirant lo Blanch, 2000.

RECOMENDACIÓN del Consejo de Europa sobre el pluralismo en los medios de comunicación de 20 de diciembre de 2000.

SARTORI, G. *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Roma: Laterza, 1997.

TORNOS MAS, J. "La regulació dels mitjans de comunicació audiovisuals en l'àmbit europeu", A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 1998, núm. 1, p. 33-39.

TORNOS MAS, J. *Las autoridades de regulación de lo audiovisual*. Madrid: Marcial Pons, 1999.

TORNOS MAS, J. "El Consell de l'Audiovisual de Catalunya". A: *Revista catalana de dret públic*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2007, núm. 34, p. 157-186.

VIDAL BELTRÁN, J. M. "El servicio público de televisión y la privatización de la gestión directa". A: *Revista de derecho de la Unión Europea*. Madrid: Coléx, 2004, núm. 7, p. 257-273.

La Convenció UNESCO sobre diversitat cultural i el dret de l'Organització Mundial del Comerç: conflicte o complementarietat?

Laura Gómez Bustos

- *Conflicte, complementarietat o ambdues? Aquesta és la qüestió al voltant de la qual s'articula aquest article que, de manera molt breu, explica quines són les relacions entre la Convenció UNESCO per a la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals i l'Acord general sobre el comerç de serveis de l'Organització Mundial del Comerç (GATS). Adoptant una perspectiva jurídica, l'article planteja els efectes que la Convenció UNESCO desplega o podria desplegar sobre el dret de l'OMC. Una anàlisi breu dels instruments jurídics en joc ajuda també a aclarir la difícil situació que es viu en la intersecció entre els assumptes comercials i els culturals.*

Paraules clau

Convenció UNESCO, Organització Mundial del Comerç, diversitat cultural, serveis audiovisuals, GATS.

Laura Gómez Bustos

Investigadora de l'Observatori de la Globalització de la Universitat de Barcelona i de la Càtedra Internacional OMC / Integració Regional

La Convenció de la UNESCO sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, més coneguda com la Convenció UNESCO per a la diversitat cultural, va entrar en vigor el passat 18 de març de 2007, menys d'un any i mig després d'haver-se aprovat. El procés de ratificació d'aquest instrument jurídic, que ha estat el més ràpid de la història de la UNESCO,¹ és indicatiu de la importància que aquesta Convenció va prendre des de l'inici, quan encara no s'havia decidit quina forma adoptaria com a instrument jurídic, ni tampoc el seu abast concret.

En aquest article, intentarem indicar les raons per les quals aquest text jurídic ha transcendit les fronteres de la UNESCO fins a introduir-se en l'àmbit del comerç internacional (més concretament, de l'Organització Mundial del Comerç, OMC) i fins a quin punt els instruments jurídics de caire multilateral existents en l'àmbit cultural i en l'àmbit comercial són contradictoris o complementaris.

La Convenció de la UNESCO sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals

Les negociacions de la Convenció de la UNESCO van començar l'octubre del 2003, quan la Conferència General de

¹ En poc més d'un any es van assolir les 30 ratificacions que l'article 29 de la Convenció estableix com a necessàries per entrar en vigor. Segons aquest article, "aquesta Convenció entra en vigor tres mesos després de la data del dipòsit del trigèsim document de ratificació, acceptació, aprovació o adhesió, però només pels estats o les organitzacions d'integració econòmica regional que hagin dipositat els seus respectius documents de ratificació, acceptació, aprovació o adhesió en aquesta data o anteriorment. Per a les altres parts, entra en vigor tres mesos després d'haver efectuat el dipòsit del seu document de ratificació, acceptació, aprovació o adhesió".

la UNESCO va demanar al director general d'aquesta institució que presentés un esborrany de convenció a l'assemblea general d'octubre de 2005.² Durant els gairebé dos anys que van passar entre les dues dates es van succeir reunions, en un primer moment, de grups d'experts i, posteriorment, de representants governamentals. Tal com s'havia establert, el director general de la UNESCO, Koichiro Matsuura, va presentar l'informe que resumia tot el procés de negociació i l'esborrany de convenció en la data prevista.³ Fins a l'últim minut van seguir les negociacions en les altes esferes governamentals entre els partidaris de la Convenció (amb la Comunitat Europea i els països francòfons al capdavant) i els detractors, que comptaven entre les seves files amb els Estats Units, que es manifestava obertament contrari a la Convenció perquè considerava que la seva redacció no s'ajustava als objectius perseguits.⁴ Final-

ment, el 20 d'octubre de 2005 es va aprovar la Convenció de la UNESCO sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, que complementava la Declaració universal sobre la diversitat cultural adoptada també en el si de la UNESCO el 2 de novembre de 2001.⁵

La Convenció es compon de 35 articles i un annex (amb 6 articles) que conté un procediment de conciliació. La primera part de la Convenció (articles 1 i 2) estableix nous objectius i vuit principis rectors que reflecteixen la voluntat dels redactors del text de trobar un equilibri entre el vessant de protecció i el de promoció.⁶

L'abast de la Convenció és força ampli, ja que, com ho indica l'article 3, "aquesta Convenció s'ha d'aplicar en les polítiques i les mesures que adopten les parts en relació amb la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals".⁷ Els drets i les obligacions de les parts

- 2 UNESCO. *Conveniència de elaborar un instrumento normativo internacional sobre la diversidad cultural (17 octubre de 2003)*, Resolució 32C/34, document UNESCO CLT/CPD/2004/CONF.201/5 [En línia]. París: juliol de 2004.
<http://portal0.unesco.org/culture/es/file_download.php/8bcd1880ce9b69485b00e7e9f3979de3Spa-Resolution32C34-conf201-5.pdf>
- 3 UNESCO. *Informe preliminar del director general sobre la situación que debe reglamentarse y el posible alcance de ésta, acompañado de un anteproyecto de Convención sobre la protección de la diversidad de los contenidos culturales y las expresiones artísticas*, Resolució 33C/23, document UNESCO, [En línia]. París: 4 d'agost de 2005.
<http://portal.unesco.org/culture/admin/file_download.php/33C23_Es.pdf?URL_ID=28182&filename=1124819722533C23_Es.pdf&filetype=application/pdf&filesize=177682&name=33C23_Es.pdf&location=user-S/>
- 4 Els Estats Units, en la seva explicació de vot, van carregar durament contra el text de la Convenció, i el van qualificar amb la terminologia "ill-defined" i el text en el seu conjunt com a "deeply flawed, ambiguous and inconsistent". 33rd UNESCO General Conference October 17, 2005 - Statement by Ambassador Louise V. Oliver - Permanent Delegate of the United States of America - Explanation of Vote of the United States on the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (As Delivered). [En línia] <http://unesco.usmission.gov/GC_09082006_Statement_10202005.cfm> i Draft Resolution submitted by the United States of America to Item 8.3 – Preliminary Draft Convention on the Protection of the Diversity of Cultural Contents and Artistic Expressions and Report by the Director-General Thereon (As Delivered). [En línia] <http://unesco.usmission.gov/GC_09082006_Item83EX_10172005.cfm>
- 5 La Declaració universal sobre la diversitat cultural contenia unes orientacions sobre un pla d'acció per a l'aplicació de la mateixa Declaració, entre les quals es preveia l'avaluació de la conveniència d'elaborar un instrument jurídic internacional sobre la diversitat cultural. Aquesta reflexió s'inclou en el document de la UNESCO *Preliminary Study on the Technical and Legal Aspects Relating to the Desirability of a Standard-Setting Instrument on Cultural Diversity*, Doc. 166EX/28, [En línia]. París: 12 de març de 2003.
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001297/129718e.pdf>>
- 6 En aquest apartat trobem principis com ara el principi de solidaritat i cooperació internacionals (apartat 4 de l'article 2), el principi de complementarietat dels aspectes econòmics i culturals del desenvolupament (apartat 5 de l'article 2), el principi d'accés equitatiu (apartat 7 de l'article 2) i el principi d'obertura i equilibri (apartat 8 de l'article 2). Segons alguns autors, la Convenció ha aconseguit equilibrar aquests dos vessants. Vegeu BROUDE, T. "Comment: Cultural Diversity and the WTO: A Diverse Relationship". A: *ASIL Insight*, [En línia], 21 de novembre de 2005. <http://www.asil.org/insights/2005/11/insightcomment051121_000.html>
- 7 Aquesta determinació tan vaga de l'àmbit d'aplicació ha estat criticada. Vegeu HAHN, M. "A Clash of Cultures? The UNESCO Diversity Convention and International Trade Law". A: *Journal of International Economic Law*, vol. 9, núm. 3, setembre de 2006. P. 24-25.

s'inclouen a la part IV de la Convenció (articles 5 a 19). La disposició clau de la Convenció és l'article 5, que reconeix el "dret sobirà a formular i aplicar [...] polítiques culturals i a adoptar mesures per protegir i promoure la diversitat de les expressions culturals [...]".⁸

La naturalesa de les obligacions ha estat molt debatuda. La majoria dels experts consideren que, en el sentit estricte del terme, no es tracta d'obligacions, sinó de compromisos o bones intencions que poden resultar difícils de posar en pràctica.⁹ La redacció mateixa dels articles que componen el capítol dedicat als drets i les obligacions ho demostra, ja que utilitza expressions com ara "les parts poden prendre mesures", "les parts han de mirar de crear", "les parts han de procurar", "les parts tracten d'enfortir", "les parts s'han d'esforçar", "les parts han d'afavorir", etc.¹⁰

Les disposicions que s'ocupen de les relacions de la Convenció amb altres instruments legals es troben cap al final de l'articulat, als articles 20 i 21. Aquest punt va centrar l'atenció durant les negociacions, ja que era un dels més delicats. La redacció final de l'article 20 n'és una prova, perquè compona un difícil equilibri de relacions sobre la base de conceptes com ara el suport mutu, la complementarietat i la no-subordinació.

El principal punt dèbil de la Convenció rau en la manca d'executabilitat. És a dir, tot i ser un text jurídicament vin-

culant, les seves obligacions són difícilment executables.¹¹ A aquest fet, s'hi afegeix l'absència d'un mecanisme de resolució de diferències. L'únic mecanisme previst és un procediment de conciliació que no tan sols no és vinculant, sinó que és opcional.¹²

Els serveis audiovisuals i l'Acord general de comerç de serveis de l'Organització Mundial del Comerç

Paral·lelament a les negociacions de la Convenció UNESCO, també es duïen a terme negociacions a l'OMC dintre del marc de la ronda de negociacions anomenada la ronda de Doha. A diferència de la ronda de negociacions anterior (la ronda Uruguai), el sector audiovisual ha passat desapercebut en la ronda actual. No és una qüestió exclusiva del sector audiovisual, sinó del sector dels serveis. Les negociacions a l'OMC es fan en bloc, i només s'arriba a un acord quan s'ha arribat a acords en tots els camps.¹³ En la ronda actual, suspesa des del juliol del 2006, hi ha un bloqueig negociador en els àmbits de l'agricultura i de l'accés als mercats dels productes industrials que ha paralitzat les negociacions en la resta de sectors, inclòs el sector dels serveis.

- 8 Versió no oficial de la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, traducció elaborada per Estanislau Vidal-Folch i Glòria Bohigas per al Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, 2a edició, abril de 2007.
- 9 BERNIER, I.; RUIZ-FABRI, H. "Synthèse résumée des analyses et commentaires sur l'avant projet de Convention sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques". [En línia] <http://www.francophonie.org/diversiteculturelle/fichiers/aif_synthese_ruiz_bernier_septembre2004.pdf>
- 10 Articles 6, 7, 12, 13, 14 i 16 de la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, traducció al català elaborada per Estanislau Vidal-Folch i Glòria Bohigas per al Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, 2a edició, abril de 2007
- 11 Vegeu GERMANN, C. "Towards a Global Cultural Contract to counter trade related cultural discrimination". A: OBULJEN, N.; SMIERS, J. (ed.) *UNESCO's Convention on the Protection and the Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: Making it Work*. Zagreb: Institute for International Relations, 2006 i HAHN M., V. nota 5 i GRABER, C. B. "The New UNESCO Convention on Cultural Diversity: A Counterbalance to the WTO?". A: *Journal of International Economic Law*, vol. 9, núm. 3, setembre de 2006. P. 553-574.
- 12 L'apartat 4 de l'article 25 preveu que els estats, en el moment d'adherir-se o de ratificar-la, puguin establir que no se'ls apliqui el procediment de conciliació previst a l'annex. De moment, només Xile i el Vietnam no han reconegut aquest procediment.
- 13 És el que s'anomena compromís únic o, en terminologia anglesa, el *single undertaking*.

El nivell de compromís en el sector audiovisual va ser molt baix a la ronda Uruguai,¹⁴ una tendència que s'ha invertit en el cas de les adhesions posteriors. Dels 23 estats que es van adherir a l'OMC després de la ronda Uruguai, n'hi va haver 11 que van establir compromisos en el sector audiovisual i 17 d'aquests 23 van inscriure mesures en l'annex d'exempcions al principi de nació més afavorida. Aquest principi obliga a tractar tots els estrangers de la mateixa manera, cosa que evita la discriminació entre estrangers. Aquest principi és molt important en el sector audiovisual, ja que, segons aquest principi, no hi tindrien cabuda, per exemple, els acords de coproducció. L'annex d'exempcions al principi de nació més afavorida ha permès que els acords de coproducció siguin considerats legítims en el marc de l'OMC, sempre que els estats hagin fet les exempcions corresponents.

En la ronda actual, el mandat negociador donat pel Consell de la Unió Europea a la Comissió Europea ha continuat exclouent el sector audiovisual de les matèries sobre les quals la Comissió pot negociar.¹⁵ El Canadà ha mantingut una posició semblant. A l'altra banda ens trobem el Grup dels Amics de l'Audiovisual. Aquest grup està format per països que volen que s'avanci en el procés liberalitzador en el sector audiovisual.¹⁶ Hi ha grups en diversos sectors, entre els quals el sector audiovisual. Algunes de les demandes són: més liberalització dels serveis de producció i distribució de pel·lícules i vídeos, així com dintre del sector de la promoció i dels serveis de publicitat i els serveis de projecció cinematogràfics, l'eliminació de quotes i de restriccions a la inversió estrangera, l'eliminació de les conductes discriminatòries pel que fa al tractament fiscal i l'atorgament de llicències.

Val la pena comentar l'estratègia que van adoptar els Estats Units en les ofertes inicials, en què es reclassificaven uns subsectors audiovisuals determinats, com per exemple la producció i l'emissió de programes de ràdio i de televisió dintre de l'apartat de serveis de telecomunicacions. També és destacable la introducció del mot "entreteniment" vinculat al sector audiovisual. En aquest sentit, els serveis de projecció s'havien traslladat a l'apartat "altres serveis recreatius". Aquestes maniobres responen a la voluntat dels Estats Units d'obtenir un grau superior de liberalització, traslladant els subsectors audiovisuals a d'altres categories més liberalitzades com ara les telecomunicacions o els serveis culturals i recreatius.

Un altre factor que cal tenir en compte quan es parla del sector audiovisual i de l'OMC és el grau de liberalització que s'ha obtingut en el sector a través d'altres vies, més concretament els acords bilaterals i regionals de comerç. Atès l'estancament que viu l'àmbit multilateral, les iniciatives bilaterals han resultat ser la sortida per a tots els qui volien veure avançar la liberalització en determinats sectors on els avenços eren escassos a l'OMC, com per exemple l'audiovisual.¹⁷

Relació entre la Convenció UNESCO i el GATS: conflicte o complementarietat?

Durant tot el procés de negociació de la Convenció UNESCO s'ha parlat molt de quin en seria l'efecte sobre el dret de l'OMC. Hi ha opinions provinents principalment del sector cultural que li han volgut atorgar un paper que no podia assumir: el d'eina modificadora del dret de l'OMC.

14 Només 18 estats van fer compromisos. En canvi, pel que fa a les exempcions al principi de nació més afavorida, que són les que permeten que els acords de coproducció cinematogràfica o televisiva tinguin cabuda en el sistema multilateral de comerç, les van consignar molts estats (35 estats). Això dona una idea de l'alt nivell de protecció que els estats van atorgar al sector audiovisual.

15 LAMY, P. *L'Europe en première ligne*. París: Seuil, 2002. P.135

16 El Grup dels Amics de l'Audiovisual està integrat pels Estats Units, el Taipei xinès, Hong-Kong, la Xina, Taiwan, el Japó, Mèxic i Singapur.

17 El cas dels Estats Units exemplifica perfectament el recurs a la via bilateral per aconseguir la liberalització, a la qual no es pot arribar per via multilateral. Vegeu BERNIER, I. "The recent free trade agreements of the United States as illustration of their new strategy regarding the audiovisual sector", 2004. [En línia] <http://www.mcc.gouv.qc.ca/diversite-culturelle/eng/pdf/conf_seoul_ang_2004.pdf>

Obliden que aquesta Convenció no s'aplica en el buit, sinó en un context previ en el qual els estats han assumit altres obligacions a escala internacional. És en aquest escenari caracteritzat per l'entramat d'obligacions internacionals que s'ha de determinar si la Convenció UNESCO i els acords OMC i, més concretament, el GATS, conviuen en conflicte o bé complementàriament.

Per determinar si les relacions entre la Convenció UNESCO i el GATS són conflictives, el primer que s'ha de fer és definir el terme "conflicte" en el marc del dret internacional. La doctrina s'ha ocupat àmpliament del tema, i ha mostrat diverses opinions sobre què s'hauria d'entendre per "conflicte de normes". En un article d'aquestes característiques no ens podem estendre en aquest punt, però sí que hem d'esmentar, tot i que breument, les opcions proposades per la doctrina. En el sentit estricte del terme, s'entén que hi ha "conflicte" quan les obligacions que emanen d'una norma impedeixen el compliment de les obligacions emanades d'una altra norma de la qual l'estat també és part. Es tractaria, doncs, de la impossibilitat de complir amb les dues obligacions simultàniament. En un sentit més ampli, el conflicte es donaria quan les obligacions que emanen d'una norma impedeixen l'exercici d'un dret que emana d'una altra norma de la qual l'estat també és part. En aquest article, l'opció triada ha estat la del conflicte en sentit ampli, és a dir, que dues normes tenen una relació de conflicte quan una constitueix, ha causat o podria causar una violació de l'altra.¹⁸

En el cas que ens ocupa ens trobem, d'una banda, amb un text que inclou drets i obligacions, com ho és el GATS i, de l'altra, una Convenció UNESCO composta bàsicament de drets. Precisament el que roman al cor de la Convenció UNESCO és el dret sobirà dels estats a formular i aplicar les

seves polítiques culturals i a adoptar mesures per protegir i promoure la diversitat de les expressions culturals. En conseqüència, hauríem de descartar el conflicte en un sentit estricte, atès que no hi ha dues obligacions (una en el GATS i l'altra en la Convenció UNESCO) el compliment simultani de les quals sigui incompatible. Pel que fa a "conflicte" en el sentit ampli del terme, hauríem de precisar que no s'ha de donar necessàriament. La definició d'aquesta tipologia de conflicte té en compte aquells casos en què l'exercici del dret previst per una norma comporta necessàriament la violació de l'obligació prevista en l'altra norma. L'única possibilitat d'evitar el conflicte seria, doncs, desistir de l'exercici del dret.¹⁹ Però en el cas de la Convenció UNESCO i el GATS, l'exercici dels drets previstos en la Convenció no porta indefectiblement a la violació de les obligacions previstes al GATS. L'existència o no de conflicte dependrà de l'exercici del dret que es faci (és a dir, de la mesura de política cultural que es vulgui adoptar) i de la situació de l'estat en particular al GATS.²⁰

Un cop examinat l'aspecte "conflictiu" de la relació, no podem deixar de banda el vessant de "complementarietat". Aquesta relació potencial de conflictivitat anul·la la possible complementarietat entre els dos textos? De cap manera. En primer lloc, perquè l'article 20 de la Convenció UNESCO reconeix la complementarietat com un dels conceptes que ha de regir la relació amb els altres instruments (juntament amb el suport mutu i la no-subordinació). Ningú no posa en dubte que els serveis audiovisuals tenen un doble component, cultural i comercial. Per tant, la regulació aplicable ha de tenir en compte aquest doble component i ha de provenir de les dues esferes en què se situen els serveis audiovisuals: l'esfera comercial i la cultural. El major o menor èxit a l'hora d'articular la complementarietat no elimina

18 PAUWELYN, J. *Conflict of laws in public international law: How WTO law relates to other rules of international law*, Cambridge: Cambridge University Press, 2003. P.175.

19 El desistiment de l'exercici del dret (amb la consegüent no-violació de l'obligació prevista en l'altra norma) és vist pels partidaris de la definició estricta de conflicte com un no-conflicte.

20 Recordem que el GATS és un acord flexible que compta amb unes regles bàsiques d'aplicació general i unes llistes de compromisos on els estats determinen per a quins sectors i amb quina profunditat s'apliquen els principis d'accés als mercats i de tracte nacional, i un annex on es poden inscriure mesures no compatibles amb el principi de nació més afavorida. Per tant, cada estat té una situació particular segons les seves anotacions en les llistes i annexos corresponents.

la necessitat de coordinació entre les dues fonts normatives. Aquest aspecte justament no forma part dels èxits de la Convenció. Si bé es van produir consultes entre la UNESCO i l'OMC, l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (WIPO) i la Conferència de les Nacions Unides sobre el Comerç i el Desenvolupament (UNCTAD) i hi va haver intercanvi d'idees, en realitat aquests contactes es van reduir a meres formalitats, en què no hi va haver un intercanvi veritable, sinó una defensa dels àmbits competencials de cadascuna de les organitzacions, especialment en el cas de l'OMC. Es podria dir que en lloc de "compartir" es varen dedicar més aviat a "competir". Aquesta "lluita" no es va limitar només a les organitzacions, sinó que es va reproduir en el si dels mateixos estats, entre els departaments encarregats de cultura i de comerç, respectivament.

El que hem explicat fins ara ens permet afirmar doncs que els conflictes entre la Convenció UNESCO i el GATS no són inevitables.

En primer lloc, perquè els drets previstos en la Convenció UNESCO poden ser exercits de manera que no es violin les obligacions incloses en els acords de l'OMC. Òbviament, això no serà sempre així (tot dependrà de la mesura de política cultural que es vulgui aplicar i dels compromisos amb l'OMC de l'estat en qüestió), però, en principi, no hi ha un conflicte inherent entre els dos instruments internacionals, jurídicament parlant.²¹

En segon lloc, molts països no han llistat compromisos en el sector audiovisual en el marc del GATS i, per tant, no estan vinculats per les obligacions d'accés al mercat i tracte nacional. Si hi afegim les exempcions al principi de nació més afavorida obtenim una situació molt favorable perquè aquests estats desenvolupin les seves polítiques culturals amb un marge molt important de llibertat respecte de les seves obligacions a escala comercial. Hem de recordar, però, que l'acord GATS, a la part IV, estableix el principi de liberalització progressiva com a principi rector de les

negociacions. Segons aquest principi, a cada ronda, les negociacions haurien de produir avenços en la liberalització, i els serveis audiovisuals no serien l'excepció.²²

En tercer lloc, cal assenyalar que fins i tot els estats que han adoptat compromisos en el GATS en el sector audiovisual poden mantenir un marge important de maniobra. Tot dependrà de la profunditat i de l'abast dels compromisos. El sistema del GATS permet un nivell molt variat de compromís un cop el sector s'ha afegit a la llista.

Per últim, el fet que molts estats ratifiquin la Convenció UNESCO fa disminuir la probabilitat de conflicte generat per l'adopció d'una mesura restrictiva del comerç acceptada sobre la base de la Convenció. És a dir, un estat que ha ratificat la Convenció UNESCO no atacarà una mesura cultural adoptada per un altre estat basant-se en aquesta Convenció, ja que justament el fet que l'hagin ratificat tots dos implica que estan d'acord amb els principis i objectius.

Quin és, doncs, el paper que juga la Convenció UNESCO sobre el dret de l'OMC? Per tal de determinar-ho hem de tenir en compte les disposicions que s'ocupen de les relacions entre tractats, que han adquirit un rol central a mesura que el dret internacional s'ha anat fragmentant. Tot i la competència especialitzada de les organitzacions internacionals, els seus àmbits d'actuació no romanen mai completament aïllats de la resta. Això explica que en un món tan globalitzat com l'actual hi hagi unes polítiques determinades que estiguin dins de l'esfera d'actuació de més d'una organització. El comerç de productes audiovisuals n'és un exemple clar, ja que es troba en la intersecció de les competències de l'OMC i de la UNESCO.

Els tractats internacionals acostumen a incloure disposicions que s'ocupen dels possibles solapaments existents amb altres instruments jurídics. Si aquest no fos el cas, s'aplicaria el dret internacional consuetudinari en forma d'article 30 de la Convenció de Viena de 1969 sobre el dret dels tractats (CVDT), que tracta de l'aplicació successiva de

21 Probablement ens trobem davant un cas de conflicte de sistemes regits per objectius i valors diferents, però no davant un conflicte de normes pròpiament.

22 Les Recomanacions del Consell del Comerç de Serveis en Sessió Extraordinària contingudes a la Decisió adoptada pel Consell General de l'OMC l'1 d'agost de 2004, coneguda com a "the July Package", mencionen la voluntat d'aconseguir progressivament nivells més elevats de liberalització sense excloure a priori cap sector de serveis ni cap mode de subministrament. Annex C paràgraf d). [En línia]. Ginebra: Organització Mundial del Comerç. <http://www.wto.org/english/tratop_e/dda_e/draft_text_gc_dg_31july04_e.htm>

tractats sobre la mateixa matèria. Aquest article s'aplica tot i que la matèria dels tractats no sigui idèntica. N'hi ha prou que els tractats s'ocupin del mateix tema parcialment (com és el cas de l'OMC i la UNESCO).

L'article 30 de la CVDT preveu dues situacions:

- Relacions entre estats que són part dels dos tractats (per exemple, les relacions entre el Canadà i l'Índia, que són part de la Convenció UNESCO i del GATS): en aquest cas, el tractat anterior s'aplica en la mesura que les disposicions són compatibles amb les del tractat posterior.²³ És el que s'anomena la regla *lex posterioris* (la llei posterior preval sobre la llei anterior en les àrees en què hi ha incompatibilitat).
- Relacions entre estats que només són part d'un tractat i estats que són part dels dos tractats (per exemple, les relacions entre els Estats Units i l'Índia). En aquest cas, el principi *lex posterior* no s'aplica, sinó que regeix el tractat en què els dos en són part (en aquest cas, el GATS).²⁴

En el cas de les relacions UNESCO-OMC, aquests principis de dret consuetudinari internacional no solucionarien les possibles contradiccions entre els dos tractats, atesa la naturalesa diferent (els acords OMC tenen una naturalesa

comercial i la Convenció UNESCO té una naturalesa cultural) i l'àmbit d'aplicació diferent (els acords OMC s'ocupen del comerç multilateral i la Convenció UNESCO de la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals). Per tant, s'haurien d'utilitzar altres principis de dret general, com per exemple la regla *lex specialis*, que estableix prioritzar la disposició més específica. Quin problema presenta el principi *lex specialis*? Doncs que la major o la menor especificitat d'una norma depèn del cas en concret que es tracti. Per tant, cap norma no pot ser caracteritzada *ex ante* com a general o especial en abstracte, sense tenir en compte la situació en què s'hauria d'aplicar.²⁵

Abans d'entrar a examinar pròpiament com es regularan les relacions entre la Convenció UNESCO i el GATS val la pena establir la diferència entre els estats que han assumit compromisos en el sector audiovisual al GATS i els estats que no ho han fet, ja que la situació varia considerablement.

D'una banda, els estats que no han assumit compromisos en el sector audiovisual mantenen el marge de maniobra, ja que no estan subjectes ni al principi d'accés al mercat²⁶ ni al principi de tracte nacional.²⁷ Si, a més, han establert exempcions al principi de nació més afavorida, n'augmenta el grau d'autonomia a l'hora de determinar les polítiques culturals.²⁸

23 Convenció de Viena sobre dret dels tractats, document de les Nacions Unides A/CONF.39/27 (1969), 1155 UNTS 331, 23 de maig de 1969, Viena, apartat 3 de l'article 30.

24 *Ibid.*, apartat 4 de l'article 30.

25 INTERNATIONAL LAW COMMISSION. *Fragmentation of International Law. Topic (a): The function and scope of the lex specialis rule and the question of 'self-contained regimes': An outline*, [En línia] <http://untreaty.un.org/ilc/sessions/55/fragmentation_outline.pdf>

26 Segons el principi d'accés al mercat, no es poden fixar les limitacions establertes a l'article XVI del GATS excepte si l'estat ho indica a les llistes. Les limitacions previstes són: limitacions al nombre de proveïdors de serveis (per exemple, limitar el nombre de proveïdors de serveis de distribució cinematogràfica a tres empreses estrangeres), limitacions al valor total dels actius o transaccions de serveis (per exemple, establir un valor d'operacions per sobre del qual les empreses estrangeres no podrien seguir operant), limitacions al nombre total d'operacions de serveis o a la quantia total de la producció de serveis, limitacions al nombre total de persones físiques que poden treballar en un sector determinat, mesures que limitin el tipus de persona jurídica (per exemple, exigir que les productores de televisió siguin societats de responsabilitat limitada) i limitacions a la participació de capital estranger (per exemple, establir que les empreses que prestin serveis de projecció cinematogràfica no poden tenir capital estranger superior al 30%).

27 El principi de tracte nacional obliga a tractar igual els serveis i proveïdors de serveis nacionals que els estrangers.

28 Val la pena recordar de nou el principi de liberalització progressiva que guia les negociacions, el qual ja ha estat mencionat anteriorment.

La situació es complica en el cas dels estats que sí que han adoptat compromisos en el sector audiovisual, ja que trobarien dificultats a l'hora d'exercir els drets previstos en la Convenció UNESCO sense violar alguna de les obligacions que van assumir en el marc de l'OMC.

La lletra *b* de l'apartat 1 de l'article 20 de la Convenció, aquesta ha de ser tinguda en compte a l'hora d'interpretar el dret de l'OMC. Què implica i quin abast té aquesta "presa en consideració"? És veritablement rellevant? Es poden plantejar quatre possibilitats en aquest marc: considerar la Convenció UNESCO com un criteri de dret internacional (apartat 1 de l'article 31 CVDT), com un criteri interpretatiu (lletra *c* de l'apartat 3 de l'article 31 CVDT) o bé com un fet que ajudi a determinar la naturalesa d'una mesura o com una defensa legal autònoma.

a. La Convenció com a criteri de dret internacional

L'apartat 1 de l'article 31 CVDT estableix que un tractat pot ser interpretat de bona fe segons el significat ordinari dels conceptes del tractat en el seu context i tenint-ne en compte l'objecte i el propòsit. Segons aquesta disposició, la Convenció UNESCO es podria utilitzar per tal d'interpretar els termes vinculats a la diversitat cultural inclosos en els acords OMC (en el context d'una controvèrsia). En aquest cas, la Convenció UNESCO tindria un ús similar al d'un diccionari.

b. La Convenció com a criteri interpretatiu

Segons la lletra *c* de l'apartat 3 de l'article 31 CVDT, un tractat s'ha d'interpretar tenint en compte, entre altres aspectes, el dret internacional aplicable en les relacions entre les parts. Això implica que la Convenció UNESCO s'hauria de tenir en compte a l'hora d'interpretar el dret de l'OMC en els casos en què els estats implicats fossin part dels dos tractats. Segons alguns autors, no és necessari que la norma no-OMC hagi estat ratificada per tots els membres de l'OMC, sinó que almenys hagi estat implícitament tolerada o acceptada per tots i que ex-

pressi les intencions o la significació comuna donada per tots els membres. En el cas de la Convenció UNESCO, el fet que els Estats Units s'hagi manifestat de manera decidida des d'un principi contra la Convenció impossibilita que es consideri un referent comú acceptat per tots els estats membres de l'OMC.²⁹

Si aquesta opció es descarta, encara es presenta més difícil utilitzar la interpretació més comuna entre els autors i la recolzada per l'Òrgan d'Apel·lació de l'OMC, que exigiria que tots els membres de l'OMC haguessin ratificat la Convenció UNESCO per tal de poder-la utilitzar com a criteri interpretatiu.

c. La Convenció UNESCO com a fet que ajudi a determinar la naturalesa d'una mesura

La Convenció UNESCO podria ser presa com un fet que ajudaria a fixar la naturalesa d'una mesura examinada per part dels òrgans resolutoris de l'OMC.³⁰ Per exemple, si hi hagués una controvèrsia en què una mesura de política cultural d'un estat membre de l'OMC fos considerada una violació dels acords de l'OMC, el demandat podria utilitzar la Convenció UNESCO per demostrar que la mesura en qüestió té caràcter cultural.

d. La Convenció com una defensa legal autònoma

Aquesta última possibilitat és la més controvertida i actualment no és acceptada pels òrgans resolutoris de l'OMC. Segons els autors partidaris d'aquesta possibilitat, la Convenció UNESCO podria ser utilitzada com una defensa legal autònoma en les relacions entre els estats que en són part. D'aquesta manera, la Convenció serviria per justificar l'adopció de mesures que violessin les obligacions OMC.

Un cop examinades les possibilitats perquè la Convenció UNESCO es tingui en compte a l'hora d'interpretar els acords OMC, cal veure quines són les disposicions OMC que es podrien interpretar utilitzant la Convenció UNESCO.

29 *V. supra* nota 4.

30 Comentaris de Gabrielle Marceau al ICTSD/RUIG-GIAN Meeting "The Mexico Soft Drinks Dispute: Implications for regionalism and for trade and sustainable development", [En línia]. Ginebra: Organització Mundial de la Meteorologia, 30 de maig de 2006.

I és en aquest punt on ens trobem un dels obstacles principals: en principi, no hi ha cap terme dins dels acords OMC que pugui fer de vincle entre la resolució de controvèrsies a l'OMC i la Convenció UNESCO. A diferència del medi ambient i la salut, la cultura no té una excepció general dintre de l'articulat del GATS. Aquesta excepció seria la que donaria peu a l'entrada de la Convenció. És difícil trobar en els acords OMC altres termes que puguin servir com a entrada a la Convenció. L'expressió "respecte pels objectius de política nacional" podria donar cabuda a la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, que pot ser considerada un objectiu de política nacional, tal com ja s'ha fet en altres textos com ara la Declaració universal de la UNESCO sobre diversitat cultural i la Declaració sobre diversitat cultural del Consell d'Europa. Un altre concepte és el de "desenvolupament sostenible", que segons el mateix Òrgan d'Apel·lació de l'OMC ha dit és un concepte subjecte a una interpretació evolutiva i ha de ser entès en funció de les preocupacions contemporànies de la comunitat de nacions.³¹ Si considerem la gran majoria d'estats que han adoptat i han ratificat la Convenció UNESCO, podríem interpretar que la diversitat cultural ha esdevingut una de les "preocupacions contemporànies de la comunitat de nacions". Algunes declaracions i tractats internacionals ja han considerat la diversitat cultural com un element essencial del desenvolupament sostenible.³²

La lletra *b* de l'apartat 1 de l'article 20 de la Convenció UNESCO estipula que ha de ser presa en consideració en les futures negociacions a l'OMC. Quins efectes pot tenir la Convenció sobre aquestes negociacions?

Pel que fa a la ronda de Doha, un efecte que ja ha desplegat la Convenció és el d'aturar les negociacions en el sector audiovisual. Com ja hem dit, el ritme ja era lent, però les negociacions de la Convenció UNESCO han actuat com a fre, a l'espera del text final de la Convenció.

A més d'actuar com a fre al procés liberalitzador, la Convenció pot actuar com a incentiu per redirigir les negociacions en disciplines horitzontals, principalment en relació amb els subsidis, cap a consideracions de caràcter més cultural.

Actualment, és difícil de determinar si la Convenció UNESCO tindrà la força per produir canvis en l'articulat dels acords OMC per tal que les consideracions culturals siguin introduïdes dintre del marc de les negociacions comercials multilaterals. A dia d'avui, aquests canvis semblen improbables, però no s'han de descartar. Una opció podria ésser que els estats introduïssin referències a la Convenció en les seves llistes de compromisos per tal d'incorporar el text per referència. Una altra opció podria consistir a fer esmenes al text dels acords OMC, com per exemple la introducció d'una excepció sobre diversitat cultural, o la introducció d'uns requisits determinats, com per exemple la presència d'experts culturals a l'hora de resoldre les controvèrsies relacionades amb temes culturals,³³ bé o introduir un annex sectorial que s'ocupi de les especificitats del sector. També es podrien introduir consideracions culturals al preàmbul de l'Acord que estableix l'OMC, tal com es va fer amb la menció al desenvolupament sostenible. De moment, però, aquestes opcions no semblen probables a curt i a mitjà termini.³⁴

31 OMC, *United States-Import Prohibition of Certain Shrimp and Shrimp Products*, informe de l'Òrgan d'Apel·lació, Document WT/DS58/AB/R, 12 d'octubre de 1998, paràgraf 129, p. 48 i PAUWELYN, J., *The UNESCO Convention on Cultural Diversity and the WTO: Diversity in International Law-Making?*, [En línia] ASIL Insight, 15 de novembre de 2005. <<http://www.asil.org/insights/2005/11/insights051115.html>>

32 UNESCO, Declaració universal sobre la diversitat cultural, article 11, i Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, article 6; CONSELL D'EUROPA, Declaració sobre diversitat cultural; Pla d'implementació de la cimera mundial sobre desenvolupament sostenible.

33 Això ja s'ha portat a terme en el camp dels serveis financers.

34 La raó és la majoria de dos terços exigida per a fer aquestes esmenes. Article X de l'Acord de Marrakech pel qual s'estableix l'Organització Mundial del Comerç. [En línia] <http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/04-wto_s.htm>

Conclusions

Conflicte potencial i complementarietat natural. Aquest és el diagnòstic pel que fa a les relacions entre la Convenció UNESCO i el GATS. Jurídicament, el conflicte entre els dos instruments jurídics no és inevitable, tot i que potencialment es pot donar segons com s'exerceixin els drets previstos en la Convenció i segons quines siguin les obligacions assumides pels estats a escala individual en el marc del GATS. Textos, d'altra banda, complementaris, ja que representen dues cares de la mateixa moneda. La tasca pendent és com portar a la pràctica aquesta complementarietat a través dels canals de cooperació i de coordinació adequats, sense que aquestes vies siguin vistes per les organitzacions com a forats per on podrien perdre part de les seves competències. En el cas de la UNESCO i de l'OMC, ens trobem amb organitzacions amb un funcionament i unes competències clarament definides que no haurien de veure perillar els àmbits de competència pel fet de prendre en consideració elements de fora del marc d'actuació. Fins que això no es faci, el tractament dels serveis audiovisuals serà parcial i, per tant, no respondrà als desafiaments que la realitat planteja en aquest camp.

Tot i les nombroses "zones grises" de la Convenció UNESCO, la seva entrada en vigor és un fet molt positiu, ja que ha aconseguit centralitzar l'atenció sobre els problemes existents entre el comerç i la cultura, i promoure la protecció i la promoció de la diversitat cultural. La Convenció UNESCO ha posat els aspectes culturals al centre dels debats en fòrums no-culturals, sobretot en el cas dels països en desenvolupament. El fet que la Convenció fos adoptada pel vot favorable de 148 estats, amb només dos vots en contra i quatre abstencions³⁵ i, a més, hagi entrat en vigor en temps rècord i porti un ritme de ratificacions molt superior a la mitjana a la UNESCO, dóna una idea de la importància que els estats han atorgat a la qüestió de la diversitat cultural.³⁶

La major o menor rellevància de la Convenció UNESCO vindrà marcada per la posada en marxa i pel nombre de ratificacions que pugui assolir en els propers anys. Aquest últim aspecte serà clau perquè la Convenció guanyi pes en el marc jurídic internacional com a text que representa una preocupació comuna entre els membres de la comunitat internacional.

De moment, però, caldrà conformar-se a veure com es va desplegant la Convenció sobre el terreny pràctic i com s'aplica en els diferents nivells de govern (nacional, regional i local) i en les relacions entre els estats per tal d'avaluar-ne la força real.

35 Els vots en contra van ser el dels Estats Units i l'Israel, i s'hi van abstenir Austràlia, Libèria, Honduras i Nicaragua.

36 Fins al moment, han ratificat la Convenció UNESCO 75 estats (la majoria dels quals són països en desenvolupament) i una organització d'integració econòmica regional (la Comunitat Europea).

Internet: la resposta del dret a l'espai públic virtual

Marc Carrillo

- *Internet i les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) són un dels elements més rellevants de progrés humà que han caracteritzat la fi del segle xx. En l'àmbit del dret, les TIC han creat una realitat nova: el dret administratiu electrònic. L'ordenament jurídic espanyol ha estat sensible a la regulació dels serveis de la societat de la informació i el comerç electrònic, l'accés electrònic dels ciutadans als serveis públics i la conservació de dades relatives a les comunicacions. La universalitat d'Internet permet que la xarxa sigui una plataforma de participació de la ciutadania, sense que les regles jurídiques aplicables hagin de ser diferents.*

Paraules clau

Internet, telecomunicacions, bloc, intimitat, *software*, infància, joventut.

1. Internet: un nou alfabet, una nova realitat jurídica

Internet és una de les modalitats de les tecnologies de la informació i la comunicació (en endavant, les TIC) que més ha revolucionat l'espai de la informació i la comunicació. L'impacte que ha tingut com a instrument d'accés a la informació, obviant qualsevol mena de fronteres, permet sostenir que, segurament, és un dels factors objectius més rellevants del progrés humà que ha caracteritzat la fi del segle xx.

La seva vocació d'universalitat ha tingut i ha de continuar tenint una incidència decisiva en les noves formes de configuració de l'Estat, sigui o no democràtic, en l'organització de la societat i, per tant, en l'exercici i la garantia dels drets i les llibertats dels ciutadans. El dret, l'ordenament jurídic, com a part consubstancial de l'Estat, ara ja de l'anomenat Estat-xarxa (Castells 1999, 361 i s.), tot i la dinàmica d'adaptació lenta a les noves realitats socials, ha començat a donar respostes a l'efecte que les TIC estan tenint sobre la ciutadania i les seves formes d'organització i de comportament. Especialment en allò que afecta la promoció de l'educació i de la cultura a través de l'activitat de foment dels poders públics i de la garantia dels drets fonamentals.

La UNESCO ha desenvolupat una intensa activitat d'incitació als estats adreçada a la recerca i al desenvolupament de les possibilitats de les TIC per tal de millorar el funcionament de les administracions i dels serveis públics i, així mateix, fomentar l'ús dels mitjans telemàtics per tal de facilitar una millor participació de la ciutadania en els processos de presa de decisió en les institucions democràtiques. En aquest sentit, la institució internacional de la cultura reconeix que les TIC són un instrument de suport a l'adopció de decisions i d'enriquiment potencial de les formes de participació democràtica, entre les quals és un exemple bo i

Marc Carrillo

Catedràtic de dret constitucional de la Universitat Pompeu Fabra

incipient la incorporació del vot electrònic per part d'alguns estats en les seves legislacions electorals.

La incidència progressiva de les TIC en l'àmbit de l'organització i l'activitat dels poders públics, les corporacions privades i els ciutadans en general han fet que la mateixa UNESCO arribi a parlar d'una revolució en el món de la informació i la comunicació, que es pot comparar amb l'aparició d'un nou alfabet, atès el caràcter universal de la representació digital. I en la mesura que són una nova forma d'accés i de comunicació de la informació d'igual o major rellevància que la que actualment presenten els mitjans de comunicació convencionals, la UNESCO ha arribat a suggerir a la comunitat internacional la necessitat de prendre les mesures adients per reconèixer i fomentar el dret humà d'accés a les xarxes de comunicació com una forma més d'ampliar l'abast de la participació dels ciutadans en els afers públics (González de la Garza 2004, 539).

Aquest dret d'accés universal al ciberespai ha de permetre que els poders públics fomentin el plurilingüisme i la diversitat de cultures en les xarxes mundials, com també l'accés en condicions d'igualtat a la informació d'interès públic. I tot plegat ha de contribuir positivament a la formació de les persones, sempre, és clar, que les TIC siguin enteses com allò que realment són, és a dir, com un instrument per al desenvolupament d'unes condicions prèvies que els poders públics han de garantir i, sense les quals —com ho ha recordat no fa gaire el professor Castells—¹ internet i, en general, les TIC són una pura fal·làcia. Aquestes condicions prèvies són, en primer lloc, assolir un nivell educatiu adequat i després facilitar l'accés al treball i a la formació professional. Amb la seva consolidació, internet i les TIC també poden contribuir de forma decisiva a la integració social i també a un major nivell de participació política.

I és evident que aquesta recomanació de la UNESCO no pot ser entesa com un exemple més de la retòrica que, de vegades, caracteritza les organitzacions de dret internacional. Un bon exemple en aquesta línia és el que ofereix

l'aferrissada resistència de la dictadura xinesa a l'accés dels seus ciutadans a determinats webs occidentals de contingut especialment crític amb el règim de Pequín. O el que en un altre context polític va presentar la controvertida USA PATRIOT Act 2001 (Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism), aprovada pel Congrés dels Estats Units després dels atemptats de l'11 de setembre, i declarada parcialment inconstitucional pel Tribunal Suprem cinc anys després,² quan va focalitzar bona part de l'arsenal repressiu sobre les comunicacions emeses mitjançant internet per tal de fer front al terrorisme, en una lògica penal en què la lluita per la seguretat va guanyar a bastament el pols a la sempre imprescindible garantia de les llibertats, posant en qüestió les bases essencials de l'Estat de dret.

Internet i les TIC han instat a un canvi en l'organització i el funcionament de l'Administració pública i en la regulació del règim jurídic de la informació. De fet, no és estranya l'afirmació que les TIC han creat una realitat nova, fins al punt que en el marc del dret públic ja s'arriba a parlar d'un dret administratiu electrònic, vinculat no solament al principi clàssic d'eficàcia en l'organització i el funcionament dels poders públics de l'apartat 1 de l'article 103 de la Constitució espanyola (CE), sinó, sobretot, al principi democràtic de l'apartat 1 de l'article 1 CE. Perquè l'accés a la informació és un component bàsic del principi de publicitat dels actes del poder públic i internet és un instrument que el facilita d'una manera extraordinària. Són un bon exemple de la resposta que el dret positiu vigent ha donat a l'aparició d'internet, en el marc de les competències exclusives de l'Estat en matèria de telecomunicacions, entre d'altres, les lleis de les Corts Generals següents: Llei 34/2002, d'11 de juliol, de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic (LSSI); Llei 32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions, reformada posteriorment el 2005 (LGT). I, més recentment, la Llei 11/2007, de 22 de juny, d'accés electrònic dels ciutadans als serveis públics i la Llei

1 Domingo. A: *El País*, 6 de gener de 2008, p. 10

2 548 US 557 (2006), Tribunal Suprem dels Estats Units, 29 de juny de 2006 (cas HAMDAN c. RUMSFELD Secretari de defensa, et al.)
<<http://www.supremecourtus.gov/opinions/05pdf/05-184.pdf>>
<http://supremecourtus.gov/opinions/casefinder/casefinder_1984-present.html>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Hamdan_v._Rumsfeld>

25/2007, de 18 d'octubre, de conservació de dades relatives a les comunicacions electròniques i a les xarxes públiques de comunicacions.

Aquest conjunt de disposicions legals són una manifestació del grau d'intervenció del poder públic per regular la nova forma d'expressió, i de comunicar i rebre informació. L'Estat i, abans que aquest, la Unió Europea –en la mesura que la majoria són lleis de transposició de legislació europea– no s'han mostrat indiferents a les TIC. Però la pregunta que tot seguit es planteja és si la singularitat tecnològica que presenta internet respecte dels altres mitjans de comunicació tradicionals obliga a un tractament jurídic diferenciat, tant pel que fa al marc tècnic que els dona suport com als continguts que s'emeten. I la resposta no pot admetre dubtes: perquè més enllà d'alguna especificitat que ofereix la regulació del règim jurídic de la comunicació a través d'internet i la seva relació amb els diversos actors socials, les regles jurídiques relatives a la forma i al contingut dels missatges emesos a través de la xarxa tenen en l'ordenament jurídic vigent i, especialment, en la jurisprudència del Tribunal Constitucional (TC) sobre el conflicte entre els drets fonamentals dels articles 20 (expressió i informació) i 18 (drets de la personalitat, inviolabilitat de les comunicacions i protecció davant de l'ús il·legal de la informàtica) un marc adequat d'aplicació, sense que hi hagi raons suficients per ser objecte d'un tractament diferenciat. Tanmateix, de l'anàlisi d'alguna de les disposicions esmentades, la conclusió a la qual s'arriba, com veurem, no és la mateixa, atès que en algun cas –com en l'article 12 de la LSSI– rep un tractament jurídic més restrictiu que ofereix dubtes seriosos de constitucionalitat. Ni tampoc no s'arriba a la mateixa conclusió respecte del dret a la inviolabilitat de les comunicacions que, en tant que garantia formal del dret a no patir cap intromissió en el missatge, inclou no solament la immunitat sobre els continguts, sinó sobretot la garantia de la confidencialitat ha d'abastar les dades que permetin identificar els subjectes que protagonitzen el trànsit de la comunicació, amb independència del contingut del missatge.

En un altre context dels drets de llibertat i de participació dels ciutadans, internet ja és una plataforma de participació social dels ciutadans en assumptes d'interès individual i general. En un futur no gaire llunyà, també se'n pot generalitzar la condició de plataforma de participació política en les institucions representatives a fi de consolidar un marc de

democràcia deliberativa que, com a tal, no quedi encotillat en les institucions representatives, sinó que també abasti altres instàncies de participació social. Perquè internet pot fer possible el debat i el raonament col·lectiu, tant privat com públic, sense la intermediació forçosa d'actors (partits, associacions, etc.) que puguin mediatitzar els discursos, atorgant més protagonisme al ciutadà individualment considerat per tal que aporti al debat d'interès general un raonament més conforme a les seves conviccions íntimes.

Amb relació a les aportacions que les TIC ofereixen en el marc de la comunicació i de la participació política, el vot electrònic ja és avui una realitat en alguns estats i, especialment, en les corporacions privades. En l'àmbit públic, malgrat ser una pràctica minoritària, el vot electrònic no és cap novetat en el dret electoral comparat, tal com ho demostren alguns estats dels Estats Units, Bèlgica, el Brasil, Filipines, Colòmbia i Veneçuela. A més, en d'altres ja s'aplica de forma experimental, però no jurídicament vàlida, com és el cas de l'Argentina, Xile, Espanya, França, el Regne Unit, Holanda, el Japó, Austràlia, etc. (Carrillo 2007, 85). En tots els casos, el repte de la regulació jurídica d'aquesta forma d'exercici del dret de sufragi mitjançant suport informàtic no pot ser un altre que el que es deriva del mandat constitucional, segons el qual el vot ha de continuar essent universal, igual, lliure, directe i secret (apartat 1 dels articles 68 i 69 CE, i apartat 1 de l'article 56 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya).

2. Les tecnologies de la informació i de la comunicació en l'ordenament jurídic espanyol

Les noves TIC han comportat un debat intens al voltant de la seva incidència en les institucions jurídiques, fins al punt que diversos sectors de la doctrina plantegen obertament que les TIC constitueixen una realitat nova a la qual s'ha d'adaptar el dret públic (Bernadí Gil 2006, 359). A més d'introduir fins i tot la idea que el seu nivell d'incidència impulsa a parlar clarament d'un dret administratiu electrònic, se subratlla que la incorporació de les TIC a l'Administració pública –ja anunciada de forma premonitòria el 1992 per l'article 45 de la Llei 30/92 del règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú– cal vincular-la al principi de l'eficàcia administrativa

i, especialment, atès el caràcter universal, al mateix principi democràtic, en la mesura que han de permetre l'accés generalitzat de la ciutadania a un major i millor coneixement dels assumptes públics. Tot i que cal precisar que l'accés a la informació administrativa no pot ser entès com una prolongació del dret fonamental a rebre informació de la lletra d de l'apartat 1 de l'article 20 CE, sinó com una expressió del principi constitucional de la lletra b de l'article 105 CE, que consagra un principi de funcionament de les administracions públiques que reconeix l'accés dels ciutadans als arxius i als registres administratius, amb les excepcions relatives a la garantia de la seguretat i la defensa de l'Estat, així com la recerca dels delictes i la garantia de la intimitat de les persones.

Des d'un punt de vista competencial, és evident que els títols dels quals disposa l'Estat respecte dels que pertanyen a les comunitats autònomes (CA) per regular aquesta matèria són més nombrosos i d'efecte més incisiu (legislació civil, penal, laboral, mercantil, cultura, recerca i desenvolupament tecnològic, telecomunicacions), però, així mateix, les CA no es veuen excloses *a radice* de llur participació normativa en els aspectes relatius a dret civil i cultura.

En aquest marc competencial, en els darrers anys l'Estat ha aprovat tot un seguit de disposicions legals que posen en relleu la importància de les TIC en el món del dret.

a. *La Llei 34/2002, d'11 de juliol, de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic (LSSI).*

Aquesta Llei va tenir per objecte incorporar en l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 2000/31/CE, del Parlament Europeu i del Consell de 8 de juny, relativa a determinats aspectes dels serveis de la societat de la informació, en particular, el comerç electrònic en el mercat interior. Així mateix, va incorporar parcialment la Directiva 98/27/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 19 de maig, relativa a les accions de cessació en matèria de protecció dels interessos dels consumidors. Entre les finalitats de la Llei, en la seva exposició de motius s'estableix que "solament es permet restringir la lliure prestació a Espanya de serveis de la societat de la informació procedents d'altres països que pertanyin a l'Espai Econòmic Europeu [...] que consisteixen en la producció d'un dany o perill greus contra certs valors fonamentals com ara l'ordre públic, la salut pública o la

protecció dels menors [...]". A conseqüència d'aquest objectiu, l'article 12 de la Llei va introduir unes previsions sobre el deure de retenció de dades de trànsit relatives a les comunicacions electròniques que comporten una penalització clara de la informació tramesa a través d'internet, a causa d'una notòria ambigüitat, desproporció i manca de seguretat jurídica impròpies d'una norma restrictiva d'un dret fonamental. En efecte, l'article esmentat estableix a l'apartat 1 que "los operadores de redes y servicios de comunicaciones electrónicas, los proveedores de acceso a redes de telecomunicaciones y los prestadores de servicios de alojamiento de datos deberán retener los datos de conexión y tráfico generados por las comunicaciones establecidas durante la prestación de un servicio de la sociedad de la información por un período máximo de doce meses [...]". La retenció d'aquestes dades es farà, diu l'apartat 4 del mateix precepte, "para su utilización en el marco de una investigación criminal o para la salvaguardia de la seguridad pública y la defensa nacional, poniéndose a disposición de los jueces o tribunales o del Ministerio Fiscal que así lo requieran". Prèviament, a l'apartat 2 es fa avinent que "en ningún caso la obligación de retención de datos afectará al secreto de las comunicaciones". Aquest article constitueix una translació expressa a Espanya de la legislació antiterrorista nord-americana inclosa en la molt qüestionada i finalment declarada inconstitucional USA PATRIOT Act 2001 i comporta una vulneració del dret fonamental a la inviolabilitat de les comunicacions (apartat 3 de l'article 18 CE). Perquè tot i que adverteix que no l'afectarà, el que en realitat està introduint és un règim excepcional, ja que la intervenció dels òrgans judicials es preveu *a posteriori* de la retenció de les dades, quan la CE únicament preveu aquesta circumstància en casos individualitzats (apartat 2 de l'article 55 CE). Així mateix, la CE garanteix formalment la inviolabilitat de les comunicacions, amb independència del contingut de la comunicació, la qual cosa significa que, primer de tot, la inviolabilitat abasta la identitat dels subjectes que protagonitzen el tràfic de la comunicació. A més, des d'un punt de vista formal, l'article 12 de la LSSI planteja també problemes de constitucionalitat, perquè la regulació del règim dels drets fonamentals està sotmesa a la reserva de la llei

orgànica, una naturalesa jurídica de la qual està mancada la llei.

D'altra banda, la proporcionalitat de la mesura restrictiva del dret és més que qüestionable, si se'n posa en relació el contingut amb la jurisprudència del Tribunal Europeu dels Drets Humans (TEDH) –per exemple– fixada en els assumptes *Klass i altres c. Alemanya (1978)* i *Rotaru c. Romania (2000)*, en els quals el TEDH reflexiona sobre l'existència de les garanties adequades i suficients contra els abusos, i on afirma que un sistema de vigilància secret adreçat a protegir la seguretat nacional suposa el risc de destruir la democràcia. Doncs bé, en el cas de la LSSI, a més, no es tracta d'un sistema secret, sinó públic, la qual cosa exigeix encara més plantejar-se si una mesura de retenció de dades sense precisió subjectiva de les persones afectades i per un període màxim de 12 mesos amb control judicial *a posteriori* resulta proporcional a un sistema democràtic.

Segurament, fruit d'aquests indicis racionals d'inconstitucionalitat, l'article 12 de la Llei 34/2002 (LSSI) ha estat derogat per la nova disposició sobre aquesta matèria, Llei 25/2007, de 18 d'octubre, de conservació de dades relatives a les comunicacions electròniques i a les xarxes públiques de comunicacions.

b. *Llei 25/2007, de 18 d'octubre, de conservació de dades relatives a les comunicacions electròniques i a les xarxes públiques de comunicacions.*

Aquesta nova llei subratlla que el caràcter neutre dels avenços tecnològics en telefonia i comunicacions electròniques no impedeix que, del seu ús, se'n puguin derivar efectes no desitjats o fins i tot de caràcter delictiu. A fi d'evitar aquestes conseqüències, la Directiva 2006/24/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 15 de març, sobre conservació de dades generades o tractats en relació amb la prestació de serveis de comunicacions electròniques d'accés públic ha modificat la Directiva 2002/24/CE, i ha provocat que, en l'ordenament jurídic espanyol, es modifiqui la LSSI esmentada anteriorment en un dels seus aspectes més restrictius. L'objecte de la llei és, doncs, regular l'obligació dels operadors de conservar les dades generades o tractades en el marc de la prestació de serveis de comunicacions electròniques o de xarxes públiques comuni-

cació, com també el deure de cessió d'aquestes dades als agents facultats, sempre que els siguin requerits a través de l'autorització judicial corresponent amb la finalitat de detectar, investigar i enjudiciar els delictes greus previstos en el Codi penal o en les lleis penals especials (article 1). Amb aquest control judicial previ, la Llei 25/2007 evita els flagrants problemes de constitucionalitat que es derivaven de l'article 12 de la LSSI, que ara ha quedat explícitament derogat.

No obstant això, el nivell d'intervenció pública sobre les dades que han de conservar els operadors és intens. Les dades són les que resultin necessàries per a la investigació i la identificació de l'origen de la comunicació; per identificar el destí d'una comunicació; per determinar la data, l'hora i la durada de la comunicació; la identificació del tipus de comunicació; la identificació de l'equip de comunicació dels usuaris o allò que es considera que pugui ser l'equip de comunicació i les dades necessàries per identificar la localització de l'equip de comunicació mòbil (article 3).

S'entén per agents facultats, destinataris de la cessió de la informació, els membres de la policia judicial, els funcionaris de la Direcció Adjunta de Vigilància Duanera quan desenvolupen funcions pròpies de policia judicial i el personal del Centre Nacional d'Intel·ligència (apartat 2 de l'article 6).

c. *Llei 11/2007, de 22 de juny, d'accés electrònic dels ciutadans als serveis públics*

Aquesta disposició posa de manifest l'esforç d'adaptació de l'Estat als reptes que les TIC han llançat per articular noves formes de relació dels ciutadans amb el poder públic més directes. En aquest sentit, en l'exposició de motius de la llei s'afirma que a fi de prestar un servei al ciutadà, l'Administració resta obligada a transformar-se en una administració electrònica regida pel principi d'eficàcia que preveu l'apartat 1 de l'article 103 de la CE. La introducció de les formes electròniques de gestió dels assumptes públics constitueix una forma de descentralització en la mesura que estableix unes noves bases per acostar l'Administració pública al ciutadà, perquè les TIC fan possible una proximitat més gran de l'Administració a la sala d'estar dels ciutadans i als despatxos de les empreses i dels professionals.

La Llei 30/1992 va suposar un primer estadi de compromís de l'Administració pública amb les TIC. Més recentment, la Llei 4/2001, de 27 de desembre, ha comportat una adaptació més directa en permetre l'establiment de registres telemàtics per a la recepció o la sortida de sol·licituds, escrits i comunicacions a través de mitjans telemàtics. En el mateix sentit, cal entendre les modificacions de la Llei general tributària de 2003, ja que també permet les notificacions telemàtiques i l'actuació administrativa automatitzada o la imatge electrònica dels documents.

Respecte de les obligacions administratives en l'àmbit de la telemàtica, la nova Llei pretén donar el pas pel qual els poders públics han d'estar disposats a passar de la fase normativa tradicional del "podran" per arribar a la de l'"hauran" d'atendre els ciutadans mitjançant les TIC. Tot i que, naturalment, l'ús dels mitjans electrònics no ha de significar cap disminució del dret del ciutadà interessat a accedir a un expedient i, en general, a ser atès pels mitjans tradicionals si així ho desitja.

D'altra banda, la incorporació de les TIC a l'organització i el funcionament de les administracions públiques no és concebuda com una qüestió simplement tècnica. El desembre de 2005, el Comitè de Ministres del Consell d'Europa va adoptar una recomanació per la qual l'administració electrònica no és un assumpte merament tècnic, sinó també de governança democràtica.

3. Internet i els mitjans de comunicació: Bill Gates envers Gutenberg

Però on l'impacte de les TIC i, en especial, d'internet, ha estat especialment decisiu per canviar les formes d'organització dels poders públics i les corporacions empresarials, com també els comportaments i les actituds personals i col·lectives ha estat en l'àmbit de l'exercici dels drets fonamentals de la llibertat d'expressió i el dret a rebre i a comunicar informació.

La xarxa d'internet presenta cada cop més agressivitat en l'aportació de dades al ciutadà. L'atracció o la seducció que genera l'espai públic virtual i que ofereixen els operadors d'internet ha deixat en un segon terme els mitjans de comunicació convencionals, especialment la premsa escrita. La

pregunta recurrent podria ser la següent: Bill Gates podrà realment anorrear Gutenberg?

Més enllà de les previsions de futur que no són el cas d'aquest article, és evident que la informació a través de la xarxa ha afavorit la diversificació dels subjectes que poden emetre informació. El dret a la informació no és un monopoli dels periodistes i la seva titularitat no admet distincions, per bé que els professionals siguin destinataris d'un tractament jurídic especial per mitjà de drets que, com la clàusula de consciència o el secret professional, només els corresponen a ells. Però la vocació d'universalitat que impregna internet permet que la xarxa sigui una plataforma accessible a la majoria de la ciutadania perquè s'expressi i, si escau, també informi. En aquest cas, les regles del dret fixades per les lleis i la jurisprudència no poden resultar diferents perquè el subjecte emissor no sigui un professional, sinó que han de ser les mateixes i, per tant, han d'estar sotmeses als mateixos criteris de responsabilitat jurídica.

Els atemptats de l'11 de setembre als Estats Units foren una oportunitat excepcional perquè la xarxa d'internet exercís una funció informativa complementària oportuna i, de vegades, alternativa als mitjans de comunicació convencionals. Per exemple, per seguir els efectes dels atacs a les Torres Bessones, les declaracions dels afectats i l'elaboració de les llistes dels desapareguts, a més de proporcionar en els primers moments les dades que la censura promoguda des de les altes instàncies del poder polític no van fer disponibles.

Així mateix, internet ha servit també per donar sortida a expressions polítiques reprimides en contextos de dictadura i de règims polítics autoritaris. Amb totes les dificultats que el poder públic interposa per impedir-les, internet ha servit i serveix com a plataforma de denúncia de violació dels drets humans i de les llibertats públiques. Aquest ha estat el cas de la situació a la Xina on, no obstant això, l'accés de webs occidentals de determinades ONG és impedit pel govern xinès a través de programaris (*software*) propis, que operen com una mena de mur virtual per impedir el coneixement global de les pròpies vergonyes. Quelcom similar es pot dir de Cuba o, en temps més recents, de la cruel repressió que ha dut a terme la Junta Militar que governa amb mà de ferro a Myanmar (l'antiga Birmània).

Internet ha fomentat també l'autopublicació d'informacions que, en molts casos, són d'interès públic. Els *weblogs*, els

anomenats blocs personals que comencen a ésser un instrument de comunicació de persones de rellevància pública, són una via complementària per no dir, en ocasions, alternativa als mitjans de comunicació tradicionals, que permeten al seu titular expressar-se sense cap encotillament formal o editorial sobre temes que considera d'interès per a un auditori potencial, del qual no estan exclosos els mateixos mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió), que poden trobar en aquestes pàgines personals una font permanent d'opinió i d'informació. Des de la perspectiva jurídica, no hi pot haver cap dubte que l'emissió d'opinions o l'aportació d'informacions a través d'un bloc personal estan sotmeses a les mateixes regles jurídiques que regulen, per exemple, la garantia de la veracitat informativa, entesa en termes de diligència en l'obtenció i de protecció, si escau, dels drets a l'honor, intimitat i pròpia imatge dels subjectes passius de la llibertat d'expressió o del dret a comunicar informació exercits pel titular del bloc, el qual, si arriba el cas, haurà de respondre per allò que hagi dit.

Internet també ha penetrat en l'ull dels mitjans de comunicació més tradicionals. Els mitjans escrits s'han dotat de versions electròniques de les seves edicions. Aquesta circumstància ha provocat una pluralitat d'informacions i d'edicions, ja que el mitjà escrit ja no s'espera a la primera edició que surt al carrer per publicar segons quines notícies. Perquè internet permet la informació en temps real. Per tant, l'edició impresa i l'edició digital al web constitueixen un binomi en l'edició del diari, de manera que el valor informatiu del diari ja depèn de totes dues edicions.

Tanmateix, no tota la informació de la xarxa és tributària d'una avaluació positiva; els efectes perversos sempre hi són presents (Lepage 2002, 67 i s.). Així, una visió pessimista de la societat de la informació pot conduir a la conclusió que més enllà dels avantatges que internet aporta a la vida democràtica (transparència, participació ciutadana, eficiència administrativa, etc.) sempre resta la sensació que la confidencialitat necessària lligada a la garantia d'alguns drets fonamentals es pot perdre. Entre els efectes menys desitjables d'internet figuren, com ho ha assenyalat Lepage (2002, 67), entre d'altres, el problema de la identificació de la informació; la seva fiabilitat i l'efecte pervers de l'abundància d'informació que no sempre és sinònim d'informació rellevant i d'interès objectiu.

La identificació de la informació a internet obliga a diferen-

ciar entre la informació *stricto sensu* i allò que és publicitat, atès que hi ha molts operadors que fan servir la xarxa per comunicar als seus clients informacions sobre la seva activitat comercial, la qual cosa significa que sovint la informació es barreja amb la simple publicitat.

Un altre aspecte que planteja internet com a suport d'informacions de tota mena és la fiabilitat del contingut, ja que és prou notori que el caràcter universal de l'accés permet que sigui molt fàcil que la xarxa virtual es converteixi en un camp adobat per a rumors i especulacions que alterin el deure de diligència informativa que ha de presidir tot tipus de difusió de fets que siguin d'interès general. També hi ha una altra faceta del problema de la fiabilitat de les informacions aparegudes en un web d'internet: la falsificació de les informacions comesa pels pirates del ciberespai (*hackers*) que manipulen la informació amb finalitats diverses. I no sempre amb finalitat destructiva, sinó també per evidenciar la negligència dels responsables de determinats webs que contenen –reiteradament– informació incorrecta, com el cas del qual va ser “víctima” el web Yahoo News. Finalment, un efecte pervers especialment sovintejat a internet és l'excés d'informació que la xarxa aporta sense que sempre sigui fàcil discriminar entre allò que és superficial d'allò que realment ofereix interès.

Sens dubte, un dels problemes jurídics d'especial rellevància que presenta l'exercici del dret a la informació a internet és la determinació de l'autoria i la fixació de responsabilitats. Un exemple que resulta prou il·lustratiu respecte d'aquesta qüestió és el que fa poc oferia el web de l'enciclopèdia en xarxa Viquipèdia, de la qual és propietària la Foundation Wikimedia, una entitat sense ànim de lucre amb seu a Florida. Aquesta entitat fou demandada davant del Tribunal de Primera Instància de París (Tribunal de Grande Instance, TGI) per les referències a les opcions sexuals dels recurrents incloses en un article incorporat a aquesta enciclopèdia virtual. El TGI va eximir de responsabilitat la fundació americana perquè va estimar que, atès que l'entitat no exerceix cap control sobre el contingut dels articles, no ha de suportar una responsabilitat de caràcter editorial. Sobre aquest fet particular, segons la legislació francesa (la Llei de 21 de juny de 2004 sobre la confiança en l'economia numèrica), el propietari del web no està *a priori* obligat a vigilar o a fiscalitzar tots el continguts que acull, llevat de l'obligació de notificar-ne el contingut manifestament il·lícit

(amb una carta certificada amb avís de rebuda a l'autor), circumstància que es produeix quan té caràcter de pornografia infantil, obertament racista o negacionista, la qual cosa obliga el propietari del web a suprimir-los sense dilació.³

A internet, ho hem reiterat anteriorment, s'apliquen les regles comunes establertes per la llei i la jurisprudència per tal d'abordar els conflictes que eventualment es puguin arribar a produir entre el dret a informar i els drets de la personalitat. En aquest sentit, el punt de partida que ha de servir per al tractament jurídic d'una controvèrsia sobre béns jurídics protegits és tenir en compte que internet és en si mateixa una publicació autònoma. Amb independència que –tal com passa sovint– la informació objecte de la controvèrsia ja hagi estat difosa en un altre mitjà de comunicació. Des de la lògica del dret, la infracció que s'hagi pogut cometre és nova perquè també ho és la plataforma informativa des de la qual ha estat comesa. Per tant, caldrà sempre una autorització prèvia de la persona que és objecte d'una informació en imatges a internet. L'exempció d'aquesta autorització prèvia pot ser permesa en els casos d'una informació que, per la seva actualitat, requereixi la difusió immediata de les imatges d'una persona. Però un cop superada l'actualitat, res no assegura que una nova reproducció de la imatge d'una persona per un web d'internet continuï essent exclosa de responsabilitat per a qui l'ha difós a través de la xarxa. Sembla evident que si es tracta d'una persona anònima, estarà en condicions de salvaguardar el seu dret a la pròpia imatge, quan l'actualitat basada en un anterior "interès públic" de la notícia hagi estat superat.

Finalment, cal destacar que l'interès dels estats i de diverses organitzacions internacionals (per exemple, el Consell d'Europa) per protegir els drets dels sectors socials especialment vulnerables com ara la infància i la joventut ha desenvolupat una legislació penal i civil rigorosa. Tanmateix, de vegades aquesta política criminal que persegueix, sobretot, la pedofília, ha xocat amb la protecció deguda que exigeix la llibertat d'expressió i de creació artística. Un bon exemple el va oferir a la dècada dels noranta la sentència del Tribunal Suprem dels Estats Units de 26 de juny de 1997 (cas *Reno c. American Civil Liberties Union*), que va declarar inconstitucional la Communications Decency Act

de 8 de febrer de 1996, per violació de la primera esmena a causa del caràcter genèric i abstracte de les infraccions que la llei preveia en la seva lluita contra la pornografia a internet.

Bibliografia

BERNARDÍ GIL, X. (ed.) *Administracions públiques i internet*. Barcelona: Fundació Pi-Sunyer, 2006, 401 p. ISBN 84-95417-65-0

CARRILLO, M. "Incidència jurídica del vot electrònic en el règim electoral". A: *El vot electrònic a Catalunya: reptes i incerteses*. Col·lecció Politiques 56, Ed. Mediterrànea, 2007, p. 77-106

CASTELLS, M. *La era de la informació* (vol. 3). Madrid: Alianza Ed. 2a ed., 1999. ISBN 84-206-4296-7

GONZÁLEZ DE LA GARZA, L. M. *Comunicación pública en Internet*. Madrid: Creaciones Copyright, 2004, 594 p. ISBN 84-933336-8-9

FENOLL-TROUSSEAU, M.-P.; HAAS, G. *Internet et protection des données personnelles*. París: Ed. Litec. 2000, 206 p. ISBN 2-7111-3179-3

LEPAGE, A. *Libertés et droits fondamentaux à l'épreuve de l'internet*. París: Litec, Éditions du Juris-Classeur, 2002, 328 p. ISBN 2-7111-3509-8

3 *Le Monde*, 3 de novembre de 2007, p. 3

La producció informativa a la televisió

Rosario de Mateo, Laura Bergés i Marta Sabater

- *L'article presenta els principals resultats d'una recerca que analitza, des de la perspectiva econòmica i financera, la producció d'informatius a la televisió. L'objectiu de la recerca era el d'analitzar quin tipus d'informació s'ofereix, i per a quin públic, a les televisions amb més consum a Catalunya –TVC, TVE, Telecinco i Antena 3 TV– i com es produeixen aquests continguts informatius. Per això, s'analitza la posició de la producció informativa en l'estructura organitzativa de les empreses, l'oferta de continguts informatius i la quantitat i el perfil de la demanda que generen. S'analitza també quins són els factors de producció i els costos en la producció informativa, i com es comercialitzen, per tal de valorar els factors econòmics i financers que condicionen el tipus d'informació que podem rebre per mitjà de la televisió.*

Paraules clau

Economia de la informació televisiva, producció d'informació per a televisió, costos i ingressos de la informació a televisió, mercat d'informació televisiva.

Rosario de Mateo, Laura Bergés i Marta Sabater

Rosario de Mateo Pérez, catedràtica de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB); Laura Bergés Saura i Marta Sabater, professores associades de la UAB.

Informar ha estat, i continua sent-ho, una de les funcions principals dels mitjans de comunicació, com ara la televisió. El dret a la informació és, de fet, una de les bases de les societats democràtiques perquè fonamenta el debat públic i la participació en la presa de decisions. I aquest dret es garanteix, en les societats capitalistes modernes, per l'existència d'empreses, públiques i privades, que s'encarreguen de l'activitat informativa. És el cas de les televisions, que tradicionalment han assumit funcions d'informació, d'entreteniment, de divulgació i, segons alguns tractadistes, de formació.

Malgrat les diferències entre televisions públiques i privades, totes les televisions consideren que la seva oferta informativa és un servei públic i, encara que de manera menys explícita, una forma de crear opinió i d'augmentar la seva incidència en la societat i en el poder polític. Per això, consideren els seus programes informatius com una part important per reforçar la seva imatge corporativa i, en conjunt, per definir i per desenvolupar les seves polítiques de màrqueting.

Si des del costat de l'oferta, la informació apareix com un dels continguts fonamentals dels diferents models de televisió, des del costat de la demanda, la informació televisiva ocupa també un espai cabdal. La televisió és el mitjà de comunicació amb més ús entre tots els grups socials i la font d'informació principal per a segments amplis de la població –de més edat i de menys nivell adquisitiu. La quantitat i les característiques de l'audiència dels informatius resulta també d'interès per a les empreses televisives en la seva estratègia comercial. Les dades d'audiència són l'argument comercial principal de totes les cadenes de televisió –a més dels elements d'imatge, de credibilitat i de qualitat, associats també a la informació–, en la mesura que són els factors principals en la fixació del preu de la publicitat i, per tant, dels ingressos de les empreses de televisió.

La informació televisiva és, doncs, moltes coses alhora: servei públic, espai de creació d'opinió pública, font d'informació popular, part d'una oferta de programació més àmplia amb objectius comercials. La informació forma part de les eines de comunicació empresarial, contribueix a crear imatge d'empresa i genera uns ingressos publicitaris en funció de la quantitat i la qualitat de l'audiència aconseguida. Però, com es fa la informació? Quin tipus d'informació s'ofereix i per a quin públic, a les televisions amb més consum a les nostres cases? Quins són els condicionants econòmics i financers que actuen sobre l'oferta d'informació que podem rebre mitjançant els televisors?

Aquest és el repte que es planteja la recerca que presentem en aquest article: analitzar, des de la perspectiva econòmica, la producció informativa a la televisió. Això ha suposat analitzar el lloc que ocupa la informació en el conjunt de les empreses televisives, en la seva estructura organitzativa. Analitzar quines són les condicions de mercat en què operen les televisions, quina és l'oferta informativa en competència i com es reparteix la demanda. Analitzar com funciona la producció d'informació a la televisió, quins factors de producció s'utilitzen per fer informació, amb quins costos. I analitzar quin és el resultat econòmic que obtenen les televisions de la seva activitat informativa, quins ingressos aconseguixen amb la comercialització de l'audiència dels programes informatius.

Per estudiar aquests quatre aspectes, hem seleccionat les televisions amb més consum a Catalunya –Televisió de Catalunya (TVC), Antena 3 TV, Telecinco i Televisión Española (TVE)– que representen quatre tipus de televisió. En tenim dues de públiques, però de cobertures i d'administracions diferents, TVC i TVE; i dues de privades, una, Antena 3 TV, amb producció interna, i l'altra, Telecinco, amb producció externalitzada.

A més de la novetat de les qüestions plantejades, la recerca ha estat també un repte per les fonts d'informació que requeria. D'una banda, els comptes anuals de les televisions estudiades presenten dades consolidades, per la qual cosa és pràcticament impossible obtenir les dades desagregades que permetin analitzar el comportament econòmic i financer dels programes informatius. D'aquí que, sense oblidar aquestes i altres fonts secundàries, s'hagi hagut de recórrer, també, a instruments metodològics qualitius, que són també quantitius pel contingut de la informació, com

han estat un qüestionari i entrevistes als responsables dels programes informatius o d'altres àrees relacionades, de les quatre empreses analitzades. Hi ha hagut dificultats per obtenir informació per aquesta via, particularment en el cas de Telecinco-Atlas, i per fer l'anàlisi econòmica i financera comparativa, per les diferències en la gestió comptable d'aquestes empreses de televisió, que utilitzen diversos mètodes a l'hora d'imputar els costos i els ingressos originats per la producció informativa. Tot i així, el treball realitzat ha permès extreure conclusions significatives en relació amb els aspectes assenyalats. Aquest article presenta algunes consideracions sobre com s'han tractat els diferents punts que planteja la recerca i comenta les conclusions més destacades.

1. La informació dins de l'estructura de l'empresa televisiva

La producció informativa delimita una àrea de gestió empresarial dins d'una activitat televisiva més àmplia que inclou tasques diverses i continguts amb requeriments de producció i possibilitats de comercialització també diversos. Per veure quines posicions ocupen les àrees informatives dins de cada empresa i com s'organitzen, en la recerca s'han tingut en compte tres nivells d'anàlisi: l'estructura del conjunt empresarial, l'estructura organitzativa de la televisió i l'organització dels serveis informatius.

Analitzant aquests tres nivells, es pot veure com la informació, per necessitats productives, ocupa un espai propi en totes les televisions, però amb diferències importants entre empreses públiques i privades. Les corporacions públiques presenten una estructura més simple en el nivell superior (estructura empresarial) i més complexa en el nivell inferior (serveis informatius), mentre que a les televisions privades trobem una estructura de grup més complexa i un organigrama més senzill en la televisió i en els serveis informatius.

En el nivell superior, les corporacions públiques compten amb societats separades per a la televisió i per a la ràdio i centralitzen la direcció corporativa i alguns aspectes de gestió de recursos humans i materials i de gestió econòmica i financera. No obstant això, és la societat encarregada de la televisió (TVC i TVE) la que assumeix la gestió

dels aspectes de producció i màrqueting vinculats al canal. Els serveis informatius constitueixen una àrea dins de la televisió, diferenciada d'altres tipus de continguts, i s'organitzen segons criteris de periodicitat, de temàtica i d'ubicació geogràfica dels programes informatius per coordinar la xarxa territorial. Aquesta estructura respon a les necessitats d'unes televisions públiques que tenen més oferta informativa i que mantenen una cobertura territorial amb recursos propis més àmplia.

A diferència de les corporacions públiques, els grups privats Gestevisión-Telecinco i Antena 3 TV presenten una estructura de grup més complexa. Els mateixos grups empresarials titulars de la televisió formen part de grups empresarials més amplis, que són propietaris també de mitjans escrits, ràdios i televisions locals, i que tenen dimensió internacional –a Telecinco hi participen Vocento i Mediaset, mentre que a Antena 3 TV hi trobem Planeta-deAgostini i RTL. Cap a baix, a Gestevisión-Telecinco i a Antena 3 TV hi trobem societats filials que centralitzen la venda de publicitat per als diferents suports del grup, com ara la televisió i diverses filials per a la producció de diferents continguts (sèries, cinema, entreteniment). Per la seva banda, la societat dominant s'encarrega de la gestió dels canals de televisió i centralitza les funcions de direcció –planificació de recursos productius i financers o definició d'estratègia corporativa.

A aquesta major complexitat en l'estructura del grup, li segueix una organització més simple dins de la televisió i en els serveis informatius, d'acord amb una oferta de programació que, a les televisions privades, dedica menys temps als gèneres informatius. Entre les dues televisions privades, però, hi ha diferències importants. Els serveis informatius d'Antena 3 TV conformen una àrea dins de la direcció de la televisió i presenten un organigrama bastant senzill que atén a l'especialització temàtica (àrees de la redacció) i a les diverses edicions dels telediaris. En canvi, a Telecinco la producció dels informatius s'encarrega a una empresa del grup, Atlas, que s'organitza en dues grans àrees: la producció d'informatius per a Telecinco i la comercialització d'aquests continguts, un cop transformats, a altres clients. També es comercialitzen serveis de producció que permeten rendibilitzar les inversions en equipaments necessàries per a la producció dels informatius. A més, Atlas compta amb filials –Salta i Aproz– per produir altres

programes i continguts per a l'agència, especialitzades sobretot en la “informació rosa”.

Malgrat les diferències entre les televisions públiques i privades, l'anàlisi posa de manifest alguns elements comuns que corresponen a les característiques de la producció i de l'emissió televisiva i de la informació en particular. Dins de l'activitat televisiva, els diferents tipus de continguts (segons funció, periodicitat i gènere) presenten prou diferències en les necessitats productives com per delimitar àrees empresarials diferenciades, en el cas de les privades, fins i tot en societats i explotacions específiques. En canvi, des del punt de vista comercial, la informació televisiva genera ingressos principalment només com un contingut més dins de la programació on es pot posar publicitat i, en aquest sentit, la comercialització d'espais publicitaris en els programes informatius no es diferencia de la venda de publicitat en altres espais i suports. Així es pot veure també en l'estructura organitzativa de les empreses on el màrqueting i les vendes de publicitat es gestionen de forma centralitzada, especialment en les empreses privades, que compten amb centrals de vendes per a tots els mitjans del grup. Hi ha, però, una tendència a buscar noves fonts d'ingressos per vendre continguts informatius i comercialitzar serveis que augmentin la productivitat del treball, dels equipaments i de les inversions en innovació tecnològica. Telecinco, juntament amb Atlas, és l'exponent principal d'aquesta tendència, però també la podem veure a Antena 3 TV, amb la divisió Nuevos Negocios, que explora nous mercats on aprofitar les aplicacions tecnològiques en el marc de la digitalització. També TVC ha entrat en aquestes noves formes de distribució dels continguts informatius a través de CCRTV Interactiva, però més per rendibilitat social que, almenys fins al moment, per rendibilitat econòmica.

Els canvis organitzatius produïts per la digitalització són menys significatius en la producció, on se suposa que encara han d'arribar. La digitalització només es tradueix en canvis organitzatius a TVC, on s'ha creat una àrea d'indexació dins de la redacció, que s'ocupa d'explotar les noves possibilitats d'arxiu i de recuperació d'informació i d'imatges. En canvi, encara no s'han produït canvis significatius en temes importants com la convergència de les funcions i/o dels missatges dels diferents mitjans de comunicació de cada grup, als quals pertanyen les televisions analitzades, tot i que s'estan donant alguns passos en aquest sentit.

2. El mercat de la informació televisiva: oferta i demanda

En un mercat ja saturat com el de la televisió, caracteritzat per una situació d'oligopoli i per l'aparició de nous canals de distribució que obtenen audiència a costa de reduir l'audiència de les televisions competidores, les empreses televisives han de considerar com poden afrontar estratègies per continuar mantenint la rendibilitat econòmica. Si abans la qüestió era "què pot fer l'empresa de televisió?" ara la qüestió és "què pot permetre's l'empresa de televisió?", ja que els ingressos no s'incrementaran exponencialment: si hi ha menys recursos, per mantenir i augmentar la rendibilitat, les empreses de televisió tractaran d'optimitzar la seva audiència i de reduir costos ajustant l'oferta de programació.

Oferta i demanda –en el cas que ens ocupa, oferta i demanda informativa– són els dos aspectes que s'aborden en l'anàlisi del mercat informatiu, que dona compte de les condicions de competència en què es mouen les televisions. Des del punt de vista metodològic, la dificultat principal en aquest apartat ha estat la de delimitar què s'inclou com a *programes informatius*. Les fonts secundàries disponibles per analitzar l'oferta televisiva (GECA, OEA) inclouen diferents tipus de programes en la categoria d'informatius i proporcionen resultats dispersos poc concloents, de manera que s'ha fet també una anàlisi pròpia restringint el concepte a una definició clàssica que deixa fora els informatius rosa i els magazins de societat, que hem considerat com a entreteniment, i també deixa fora els programes divulgatius. Aquesta anàlisi mostra diferències clares entre televisions públiques, amb més oferta, i televisions privades (taula 1).

A més dels programes d'informació general, amb quatre edicions en les tres primeres televisions considerades i tres edicions diàries a Telecinco, TVE i TVC, ofereixen diversos programes informatius no diaris, emesos per les segones cadenes, i algun a les primeres cadenes (taula 2). Les cadenes públiques ofereixen també informació territorial en desconexió i més diversitat en continguts, formats i gèneres, amb un pes destacat dels programes d'informació esportiva. Disposen, també, de canals de 24 hores d'informació i de canals internacionals on la informació té un pes important, sobretot en els canals internacionals de TVE. Les dues televisions privades, en canvi, gairebé no inclouen informatius no diaris en les graelles i basen els informatius, principalment, en informació de societat, esportiva i "rosa", sent Telecinco la que dedica més temps a històries domèstiques i situacions diàries que toquen les emocions de l'audiència, fent bons els comentaris dels crítics de notícies que consideren que en l'actualitat perquè una notícia tingui impacte en l'audiència necessita mostrar algú plorant. A Telecinco, l'oferta de programes "del cor" supera fins i tot els d'informació.

Quant a la demanda de continguts informatius a la televisió, els informatius de les quatre cadenes analitzades sumen un *rating* màxim del 29,8% en l'edició del vespre, la de més audiència. Al migdia, el *rating* dels quatre informatius suma un 21,4%, mentre que a la nit i al matí sumen un *rating* del 2,5 i el 2,4%, respectivament. Així doncs, el seguiment de la informació televisiva atreu l'atenció d'entre una cinquena part i un terç de la població de més de 4 anys, en les dues edicions principals de migdia i de vespre.

Taula 1. Oferta informativa dels canals de televisió. Any 2007

	TVC	TVE	Antena 3 TV	Telecinco
Informatius diaris	3.163	2.431	1.846	1.621
Canal 24 hores	8.506	5.443		
Informatius no diaris	256	687	0	±20*

Font: Elaboració pròpia.

* Els programes no diaris de Telecinco no són setmanals, sinó que s'emeten de forma irregular.

Taula 2. Programes informatius en la graella de programació

	TVC (TV3 i 33)	TVE (TVE-1 i La 2)	Antena 3 TV	Telecinco
Matí	3/24 (2h) Magazín (5:15)	Euronews (1h) Informatiu matinal (2h) Magazín (1:15) Programes setmanals: Inf. per a sords (0:30) Inf. parlamentària (1h)	Informatiu matinal (2h) Magazín (2:15)	Informatiu matinal (2:40) Magazín (1:35)
Accés migdia	Desconnexions (0:20) Medi Ambient (0:10) Immigració (0:15 CS) Informatiu migdia (1h)	Desconnexions (0:30)		Informatiu migdia (1h)
Migdia	<i>Final informatiu migdia</i>	Informatiu migdia (1h)	Informatiu migdia (1h)	<i>Final informatiu migdia</i>
Tarda	Informatiu infantil (0:30)			
Accés <i>prime time</i>	Informació parlamentària (0:25 CS)	Desconnexions (0:30) Programes setmanals: Reportatges (0:35)		
<i>Prime time</i>	Informatiu vespre (0:40) Programes setmanals*: Reportatges (1:30) Debat (1:30) Economia (0:30) Crònica (0:30)	Informatiu vespre (1h) Informatiu La 2 (0:30) Programes setmanals*: Reportatges (6h) Debat (1h) Entrevista (0:35) Crònica (0:30)	Informatiu vespre (1h)	Informatiu vespre (0:25)
Nit	Informatiu nocturn (1:35)	Informatiu nocturn (0:30) Programes setmanals: Cultura (0:30)	Informatiu nocturn (0:15)	
Matinada		Euronews (3h)		

Font: Elaboració pròpia.

* Alguns d'aquests programes s'allarguen fins a l'horari de nit.

Els programes informatius no diaris, que s'emeten majoritàriament en els segons canals públics, obtenen unes xifres d'audiència més baixes. Com a excepcions, cal destacar els bons resultats que obtenen els programes de tipus documental o de reportatges, mentre que els programes de debat, d'entrevistes o informatius especialitzats que s'emeten als segons canals en horari de *prime time* o de nit, competint amb continguts d'entreteniment i de ficció, tenen un seguiment molt baix, amb *ratings* inferiors al 2%.

En el primer trimestre de 2007, en el mercat català, TV3 és la cadena que aconsegueix més audiència considerant el conjunt dels programes informatius diaris, gràcies a uns resultats més regulars que Antena 3 TV, encara que aquesta cadena és líder en l'informatiu del vespre, superant els 500.000 espectadors. Aquestes dues cadenes aconsegueixen una quota per als programes informatius en la línia dels resultats totals de la cadena. En canvi, Telecinco, que ocupa la primera posició en el total de les emissions, només

se situa entre la tercera i quarta posició quant a l'audiència dels informatius. Al contrari, TVE-1 obté millors xifres d'audiència amb els informatius que amb el conjunt de la programació. En general, s'aprecia un rendiment millor dels informatius de les televisions públiques, més acusat a TV3, encara que Antena 3 TV també considera els informatius com una peça important en la lluita per l'audiència. Telecinco, per la seva part, no aconsegueix augmentar la quota de mercat dels seus informatius per la qual cosa, en la competència per obtenir més audiència per al conjunt de la cadena, es decanta pels programes d'entreteniment.

Un dels elements fonamentals a l'hora de negociar la inserció publicitària és el perfil de l'audiència. TVE és la televisió que té un perfil menys comercial a Espanya i a Catalunya, amb un públic de més edat i menys poder adquisitiu. A Catalunya, TVE-1 és la cadena més afectada per la competència de TV3, que aconsegueix un públic de classe mitjana-alta per als seus programes informatius –supera, fins i tot, les televisions privades–, un públic més jove i de municipis més petits. Els programes informatius d'Antena 3 TV i de Telecinco tenen una audiència de classe mitjana i, menys, de classe mitjana-alta, adulta i urbana, encara que és més jove el públic de la primera cadena, i, quant a hàbitat, Telecinco està més present en municipis petits i mitjans. La classe social és la variable que es mostra més dependent de la cadena que de l'horari d'emissió del programa informatiu, com es pot veure en el cas de TV3, que en el programa *La nit al dia* arriba a tenir fins a un 40% de l'audiència entre el grup de classe mitjana-alta. També cal destacar el poc pes de les persones de menys de 24 anys en l'audiència dels programes informatius diaris de les televisions, excepte en el cas d'Antena 3 TV, que aprofita estratègies de traspàs d'audiència d'un programa a un altre per obtenir un perfil d'audiència més jove.

3. Producció d'informatius per a televisió: recursos productius i costos

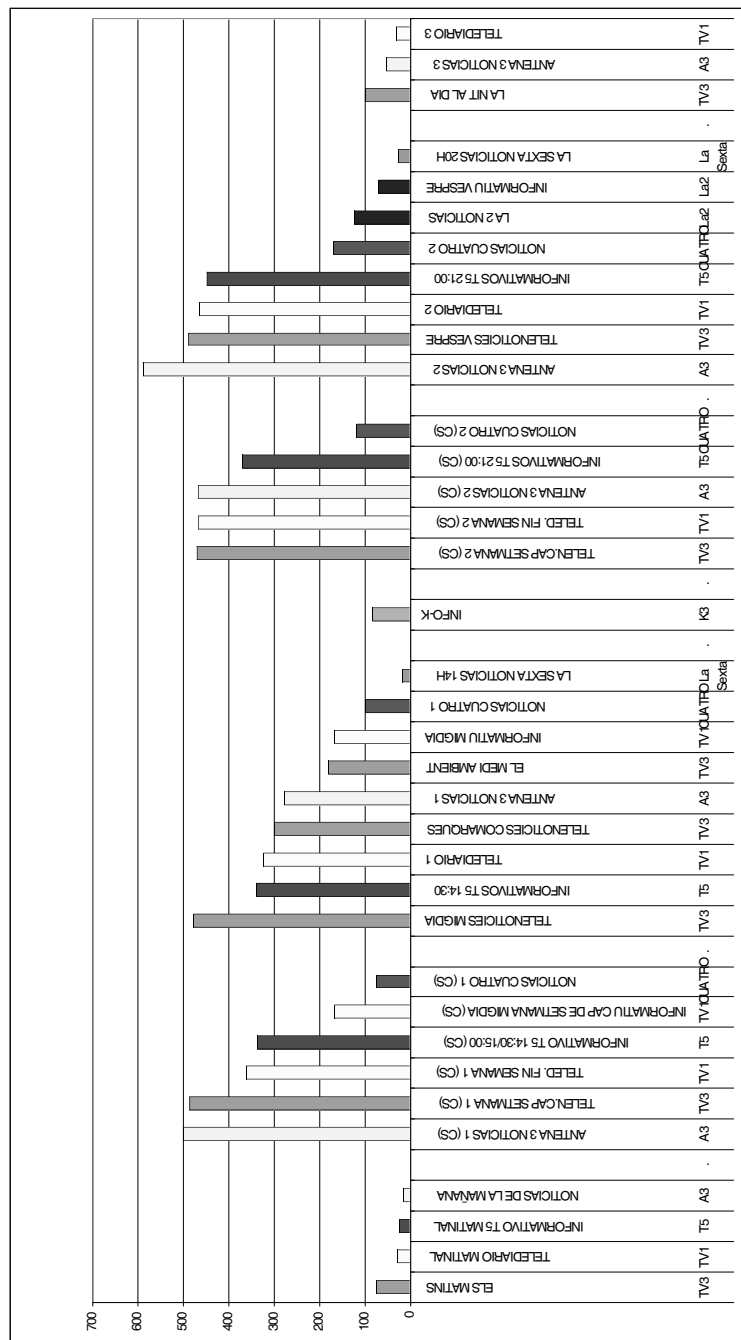
Quant a producció, la recerca analitza aspectes de localització i descentralització de la producció, que donen compte dels criteris de cobertura informativa, i els recursos de producció –personal, equipaments i compres– que intervenen en la producció informativa, amb els costos corresponents.

Les televisions públiques, més TVE que TV3, mantenen una xarxa territorial més extensa, en l'àmbit estatal, català i internacional, que les televisions privades, Antena 3 TV i Telecinco. A més, les dues primeres han optat per realitzar aquesta cobertura amb recursos propis, cosa que significa més costos en equipaments i en personal, en aquest cas agreujat per les necessitats de distribució del personal per tasques i temes requerida en la producció d'informatius. Les televisions privades coincideixen a concentrar els recursos productius a Madrid i a externalitzar personal i equipaments per a la cobertura del territori espanyol i internacional. Antena 3 TV ha anat eliminant les delegacions territorials a Espanya, ha deixat només un delegat a cada comunitat autònoma i ha contractat personal i equipaments a Media-pro. Tampoc no té corresponsals fixos internacionals. A Telecinco, Atlas ha eliminat les seves delegacions a Espanya, tampoc no té corresponsals fixos i ha liquidat les seves filials a Catalunya i al País Basc, i ha optat, per tant, per la contractació de *free lance* i de productores independents.

A la taula 3 s'hi poden veure les diferències en les dotacions de personal de les televisions analitzades i la distribució dels redactors per àrees temàtiques. Les àrees que les tres cadenes coincideixen a dotar de més personal són *societat* i *esports*. Després de *societat* i *esports*, per nombre de treballadors, se situa l'àrea de *política*, mentre que a altres àrees temàtiques hi ha més dotació de personal a les televisions públiques que a les privades.

L'externalització de les televisions privades, Antena 3 TV i Telecinco-Atlas, redueix les necessitats de costos de personal fix i les d'inversió en equipaments, i incrementa la rendibilitat de les empreses de televisió en dos sentits: d'una banda, poden ajustar més les inversions en equipaments perquè no quedin recursos infrautilitzats; d'altra banda, en transformar les decisions d'inversió en decisions de compra, l'empresa s'estalvia, a més de la inversió, les despeses de manteniment i de reparació, evita problemes d'obsolescència, redueix les necessitats de control i ajusta de forma més flexible la capacitat productiva a les necessitats de producció i a les variacions de la demanda. En canvi, l'opció de producció pròpia de les televisions públiques, TVE i TVC, suposa més costos de personal i d'inversió, però es justifica amb criteris de rendibilitat social associats als criteris de qualitat en la cobertura informativa, la fa menys dependent de proveïdors externs i l'ajusta millor als

Gràfic 1. Audiència dels programes informatius diaris a Catalunya per franges horàries. Any 2006 (Ind. +4)



Font: Elaboració pròpia, amb dades de Sofres.

Taula 3. Treballadors dels serveis informatius i seccions temàtiques. Any 2006

	TVC*	TVE	Antena 3 TV	Atlas
Total informatius	403	1.564	189	182**
Redacció (amb ENG)	108 +ENG	1.100	105	s.d.
Per seccions				
Política	13	20	15	s.d.
Internacional	9	18	7	s.d.
Societat	59	22	18	s.d.
Cultura	9	10	1	s.d.
Economia	9	13	7	s.d.
Esports	-	24	22	s.d.
Altres	9	6	-	s.d.

Font: Elaboració pròpia amb dades de les companyies.

* TVC inclou dins de *societat* els redactors de les delegacions territorials i compta amb una àrea d'esports separada de la d'informatius.

** Dades corresponents al 2005.

requeriments de qualitat propis en relació amb: selecció d'informació, ús de fonts pròpies i tractament de la informació. A més, l'augment de la inversió en equipaments incrementa la capacitat productiva, cosa que es reflecteix en una oferta més àmplia i variada de programes informatius.

Ja sigui amb un model amb més producció interna o amb un model de producció externalitzada, totes les televisions han d'adquirir alguns béns i serveis a l'exterior. S'inclou aquí la compra de notícies i imatges d'agència, la contractació de serveis de transmissió de senyal, tant per a la producció (entrada de notícies i imatges, connexions en directe) com per a l'emissió, i l'adquisició de tecnologies de producció i emissió. La informació que han proporcionat les empreses en relació amb aquestes compres (quantitat i costos) és limitada, ja que els contractes amb els proveïdors estan subjectes a una negociació particular i confidencial entre els prestadors de serveis audiovisuals.

Pel que fa al tipus d'aplicacions tecnològiques que s'utilitzen en la producció informativa, destaca el predomini dels sistemes desenvolupats per AVID, que són majoritaris en les redaccions de totes les televisions. En alguns casos,

s'utilitzen també sistemes propis, com el programa de consum i recuperació d'imatges de TVC (Digiton), o les aplicacions per a la redacció desenvolupades per Antena 3 TV.

Quant a agències d'informació i d'imatges, totes les televisions utilitzen els mateixos proveïdors: EFE, Europa Press, Reuters i APTN per a imatges, i aquestes mateixes agències més France Press i Servimedia per a text. Les televisions públiques disposen a més dels serveis d'agència que els proporcionen les diverses xarxes en què s'integren. TVC compta amb informacions i imatges que li proporcionen altres televisions autonòmiques a través de la FORTA i TVE compta amb els serveis de la xarxa de televisions públiques European Broadcasting Union (EBU) i Euronews.

Pel que fa a les xarxes de transmissió, les televisions poden utilitzar-ne de pròpies, compartides i externes. Després de la privatització de Retevisión (xarxa de RTVE) i de Tradia (xarxa de la Generalitat de Catalunya), les televisions públiques no compten amb xarxes d'emissió pròpies, però, a diferència de les televisions privades, no són dependents totalment de recursos aliens. TVE disposa d'una xarxa pròpia que enllaça els diferents centres territorials de

la televisió pública i utilitza els recursos de la xarxa FINE de la UER per a connexions internacionals. En el cas de TVC, els serveis d'emissió s'inclouen en un contracte amb el Centre de Telecomunicacions de la Generalitat de Catalunya i és aquest centre, titular de la xarxa de transmissió audiovisual de Tradia abans d'haver estat privatitzada, el que negocia amb Abertis (actual titular de la xarxa) d'acord amb les clàusules establertes en el procés de privatització. A més, TVC compta també amb serveis de transmissió contractats de forma conjunta per la FORTA. Les televisions privades han contractat sempre a empreses externes tant els serveis de transmissió de senyal d'entrada per a la producció com els serveis d'emissió. La participació de Telefónica en l'accionariat d'Antena 3 TV va donar lloc a alguns contractes a baix cost amb la mateixa companyia, que s'han mantingut en l'etapa actual.

Més enllà d'aquestes diferències, els proveïdors de serveis externs de transmissió (d'entrada i de sortida) coincideixen en les quatre cadenes analitzades. Abertis és el proveïdor principal per a totes les televisions, especialment pel que fa a l'emissió en territori espanyol, tant en sistema analògic com digital. Les televisions utilitzen també els serveis TSA (Telefónica), en aquest cas més per a transmissions entre centres territorials o connexions per a la producció. Per a les transmissions per satèl·lit s'utilitzen els serveis d'Astra, Hispasat i Eutelsat.

En les quatre televisions analitzades, els programes informatius diaris són els que generen més costos, ja que requereixen més dotació de personal, més compres a agències, fan un ús intensiu dels serveis de transmissió de senyal per a l'emissió i la producció, inclouen connexions en directe,

nacionals i internacionals, i requereixen desplaçaments freqüents, amb el que comporta de despeses de viatges i dietes. TVE destaca com la televisió amb uns costos clarament més elevats (taula 4), ocasionats per una plantilla més àmplia i una xarxa territorial més extensa –els centres territorials a Espanya li ocasionen uns costos de 57 milions d'euros, més del que gasten les altres tres televisions analitzades en el total dels seus serveis informatius.

Totes les cadenes rebaixen el cost unitari dels programes informatius diaris gràcies a l'emissió de programes matinals de 3-5 hores, mentre que si només tenim en compte els telenotícies, el cost unitari augmenta de forma considerable. El cost unitari encara es rebaixa més en les dues televisions públiques i compensa el seu esforç en personal i inversions amb l'oferta més àmplia de programes informatius i la política de remissions a través dels diferents canals dels grups, canals de notícies i canals internacionals, cosa que permet a TVC baixar el cost unitari total a 3.995 euros i a TVE a 7.229 euros. Això no obstant, les reemissions no han aportat ingressos addicionals a les corporacions públiques, ja que aquests canals de notícies no inclouen publicitat.

4. Explotació comercial dels programes informatius: ingressos i resultat econòmic

Els programes informatius generen també un volum d'ingressos important per a les empreses televisives, principalment per la venda de publicitat. Altres fonts d'ingressos com la venda de continguts i la prestació de serveis són residuals, excepte en el cas de Telecinco-Atlas, que pre-

Taula 4. Costos de producció dels informatius. Any 2006

	TVC	TVE	Antena 3 TV	Telecinco*
Total	43 milions €	166 milions €	42 milions €	55,4 milions €
Cost/hora	3.995 €	7.229 €	22.752 €	s.d.
Cost/hora informatius diaris sense reemissions	13.000 €	29.000 €	22.752 €	s.d.

Font: Elaboració pròpia amb dades de les companyies.

* Dades corresponents al 2005.

cisament va optar pel model de producció dels informatius de la cadena a través de la filial per aprofitar aquests mercats secundaris.

A les quatre cadenes considerades, l'anàlisi dels costos i dels ingressos que generen els programes informatius mostra que aquests programes no s'han de considerar només com un servei d'interès públic que reforça la imatge de la cadena, sinó que també representen una font de beneficis. El marge de beneficis de les dues cadenes privades és més gran que el de les cadenes públiques, ja que ajusten l'oferta informativa als programes més rendibles –informatius diaris generalistes– i en fan més explotació publicitària.

A Antena 3 TV, el benefici d'explotació dels programes informatius correspon pràcticament a la meitat dels ingressos publicitaris generats per aquests programes, essent de 38,4 milions d'euros. Malgrat la falta de dades oficials d'ingressos i de resultats a Telecinco-Atlas, les fonts secundàries analitzades, com els comptes anuals de les dues societats, indiquen també un marge de benefici alt. Per la seva banda, les dues televisions públiques, TVE i TVC, també obtenen marges de beneficis, ja que els ingressos per publicitat dels programes informatius, 137,4 milions d'euros i 48 milions d'euros, respectivament, superen els costos. No obstant això, el benefici obtingut és menor que el de les televisions privades, ja que produeixen més programes informatius, molts de deficitaris. A més, en el cas de TVE, amb un marge de benefici de 28 milions d'euros per als informatius centrals, el conjunt dels serveis informatius presenta pèrdues d'explotació, ja que tenen adscrits uns centres territorials clarament deficitaris.

5. Conclusions: informació, servei públic, servei comercial i qualitat de la informació

Les quatre televisions que s'han inclòs en l'anàlisi, dues de públiques –TVC i TVE– i dues de privades –Antena 3 TV i Telecinco– apareixen com a casos amb diferències importants tant pel que fa als objectius empresarials com a les formes d'organització, cobertura, sistemes de producció o estratègies de venda. Les diferències corresponen principalment al criteri de propietat, de manera que en primer terme es pot parlar de dos models diferenciats, per a les televisions públiques i per a les privades. Tot i que tant les unes com les altres reivindiquen el concepte de servei públic en relació amb la programació informativa, es pot diferenciar de forma clara entre les televisions públiques, on tenen més pes els criteris que podríem anomenar de *rendibilitat social del servei públic*, i les televisions privades, on l'objectiu principal és la rendibilitat econòmica de l'empresa.

Les televisions públiques fan un esforç econòmic més gran en la producció informativa, que comprèn més oferta, més diversa, destinada a públics amplis, però també a la satisfacció de demandes més concretes. Per dur-la a terme compten amb més recursos propis, que ocasionen un volum de despesa molt important. Mentre que els programes diaris, per l'audiència i la publicitat que aconsegueixen, presenten un resultat positiu, els programes no diaris, els canals tot notícies i internacionals, i les xarxes territorials de producció informativa, resulten deficitàries. En el cas de les televisions privades, els informatius fan una aportació positiva als resultats de les cadenes. En aquest cas, l'oferta es

Taula 5. Ingressos atribuïts als programes informatius

	TVC	TVE	Antena 3 TV
Ingressos	48 milions €	137,4 milions €	80,4 milions €
Ingrés/hora (sense tenir en compte re emissions)	3.713,73 €	16.055,15 €	43.553,63 €
Ingrés/hora (TV3/33 i TVE -1 La 2)	14.002,33 €	44.094,99 €	-

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de les companyies.

redueix a la informació més rendible –informació diària generalista, amb molt pes de *societat* i *esports*–, amb un perfil de públic més comercial i amb un model de producció externa que permet reduir costos de personal i capital fix. Aquestes diferències quant a oferta i model productiu estan estretament relacionades amb la qualitat del servei informatiu televisiu, per tal com es relacionen amb la diversitat de la informació que s'ofereix, els criteris de selecció temàtica, la cobertura geogràfica, els recursos per a la interpretació de la informació o la diversitat de fonts d'informació.

Bibliografia

ANTENA 3 TV. *Informe anual de Antena 3 Televisión, S.A. y cuentas anuales consolidadas. 2007*
<http://www.antena3.com/a3tv_2004/accionistas.htm>

ANTENA 3 TV. "Antena 3 Noticias, el referente informativo en España", "Antena 3 es la televisión con mejor imagen y más valorada por los españoles".
<http://www.antena3.com/a3tv_2004/accionistas.htm>

ANTENA 3 TV. *Tarifas de publicidad A3Advertising*.
<<http://www.atresadvertising.com/a3ad/index.html>>

BLUMLER, J. G. *Televisions and the public interest*. Londres: Sage, 1992.

CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ. *Memòria anual 2005 i Comptes anuals 2005. 2006* <http://www.ccrtv.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm>

DOGLIO, D. "El futuro de los servicios públicos radiotelevisivos". A: RICHERI, G. *La televisión: entre servicio público y negocio*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS. *Resumen General de Resultados, 1er Año Móvil 2007*. Abril de 2006 a Marzo de 2007.
<http://www.aimc.es/aimc.php?izq=egm.swf&pag_html=si&op=cuatro&dch=02egm/24.html>

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. *Yearbook on line Premium service 2004-2005*. Estrasburg: 2006
<http://www.obs.coe.int/yb_premium/public/>

GECA. *El anuario de la televisión 2005/2006*. Madrid: GECA, 2007.

GRUPO RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA. *Informe anual sobre cumplimiento de la función de Servicio Público del Grupo Radio Televisión Española en 2003*. Madrid: Dirección General Internacional y Corporativa de RTVE Subdirección de Estudios Corporativos de RTVE, 2004.
<<http://www.rtve.es/informe/index.html>>

GRUPO RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA. *Informe anual sobre cumplimiento de la función de Servicio Público del Grupo Radio Televisión Española en 2005*. Madrid: RTVE, 2006.
<http://www.rtve.es/informe_2005/inicio.htm>

GRUPO RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA. *Tarifas de publicidad*.
<http://comercial.rtve.es/comercial_tve/index.htm>

OBSERVATORIO AEA DE LA PUBLICIDAD. *Informes Observatorio AEA 2006 (enero-diciembre)*.
<<http://www.anunciantes.com/>>

TELECINCO (2007). *Informe anual 2006 y Cuentas anuales 2006*.
<<http://www.inversores.telecinco.es/es/home.htm>>

TELEVISIÓ DE CATALUNYA (2007). *Pla d'Activitats 2006*.
<http://www.ccrtv.com/corporacio/corporacio_pla_activitats_cat.htm>

TELEVISIÓ DE CATALUNYA. *Tarifas de publicidad*.
<<http://www.tvccom.com/>>

SÁNCHEZ TABERNERO, A.; HIGUERAS, I.; i altres (1997) *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*. Pamplona: Eunsa.

SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y EDITORES (2000). *Informe sobre hábitos de consumo cultural*.
<<http://www.artenetsgae.com/anuario/home.html>>

SOFRES. *Informes d'audiència*. Facilitats per les televisions.

Els models d'amor en la ficció televisiva seriada.

Estudi de cas: *Porca misèria*¹

Pilar Medina, Miquel Rodrigo, Sue Aran, Rosa-Àuria Munté i Joan Tharrats

- *La televisió ens permet aproximar-nos al discurs que la nostra societat manté sobre el que es considera amor i sobre les relacions de parella: la ficció audiovisual s'alimenta de la realitat per facilitar la identificació de l'espectador i, alhora, acaba sent una font d'informació. D'aquesta manera, retroalimenta el model. Així, presentem un model per a l'anàlisi del discurs i l'apliquem a la sèrie de ficció Porca misèria. Dels tres nivells proposats pel model d'anàlisi, centrem aquest article en el segon nivell (l'estructura narrativa del sentiment amorós, ENSA), analitzem els discursos narratius de les tres parelles principals de la sèrie i n'extraïem les conclusions principals.*

Paraules clau

Ficció seriada, anàlisi del discurs, relació de parella, estereotips amorosos.

1. La construcció intersubjectiva de les emocions i la seva representació mediàtica

Un concepte fecund per estudiar les emocions, la seva construcció intersubjectiva i les seves representacions mediàtiques és el d'*estructura del sentiment* (*structure of feeling*) de Raymond Williams. Com assenyala Nightingale (1999, 89), "l'estructura del sentiment es va convertir en un mitjà per aconseguir la finalitat d'explicar el consum (per què considerem que els textos són agradables), en lloc d'una manera de comprendre la cultura". Per a Williams (1975, 64-65), l'estructura del sentiment és "la cultura d'un període concret: és la conseqüència concreta de com són viscuts tots els elements que es donen en l'organització general [...] Això no significa que l'estructura del sentiment, en major mesura que el caràcter social, sigui compartida de la mateixa manera per tots els individus d'una comunitat. Però considero que constitueix una propietat molt profunda i àmplia, en totes les comunitats actuals, precisament perquè d'ella en depèn la comunicació." Recordem que, per a Williams (1975, 63), el caràcter social és un sistema de conductes i d'actituds important que s'aprèn tant de manera formal com informal. Per a aquest autor, el caràcter social dominant condiona l'estructura del sentiment, però cada nova generació construirà la seva pròpia estructura del sentiment que, òbviament, no apareix *ex nihilo*, sinó que és una forma distinta d'interpretar i d'experimentar les realitats quotidianes. Així, aquesta estructura del sentiment es mani-

Pilar Medina, Miquel Rodrigo*, Sue Aran, Rosa-Àuria Munté i Joan Tharrats

*Professors de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull) i dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra**

¹ Recerca realitzada gràcies a l'ajut atorgat a la III Convocatòria per a la concessió d'ajuts a projectes d'investigació sobre comunicació audiovisual del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Es pot consultar l'informe complet (*Violència simbòlica i models amorosos en la ficció televisiva seriada per al consum adolescent i juvenil. Estudi de cas: Porca misèria*) al web <<http://www.cac.cat>>.

feita des de les diferents formes de vestir-se fins als diferents gustos musicals, en la idea proposada per Nightingale (1999, 88) quan parla de l'*estructura de sensibilitat* d'una època. En aquesta línia, Ang (1996, pàssim) aplica el concepte de Williams al gènere del melodrama televisiu i parla de l'estructura tràgica del sentiment (*tragic structure of feeling*). Els espectadors de les telenovel·les reconeixen i comparteixen l'estructura del sentiment dels melodrames que consumeixen, i per això se senten atrets per aquests programes i se'n senten gratificats. Seguint aquest mateix argument, Ang (1996, 87), en la seva anàlisi de la recepció de la telesèrie *Dallas*, arriba a la conclusió que "almenys el que agrada a aquests fans és el sentit del realisme emocional. Més concretament, aquest realisme està relacionat amb el reconeixement d'una estructura tràgica del sentiment, que es considera real i que té sentit per a aquests televidents."

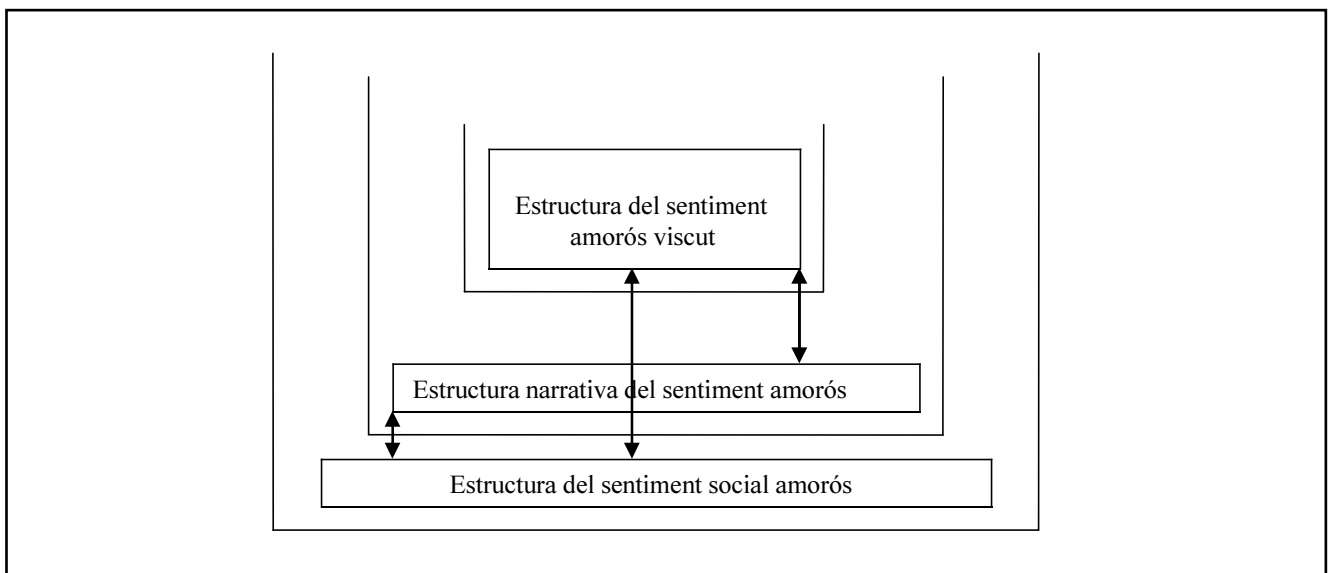
Per la nostra part, inspirant-nos en part en Williams i Ang, voldríem proposar un seguit de conceptes que ens ajudin a analitzar la representació i l'apropiació dels relats amorosos televisius. Per això ens centràrem, pel que fa a l'estructura del sentiment, en els models i les relacions amoroses de parella en la ficció televisiva.

Nivells d'anàlisi de l'estructura del discurs amorós

La nostra proposta se centra en l'estudi concret del sentiment amorós a partir de tres nivells d'anàlisi. En primer lloc, hi hauria l'**estructura del sentiment social amorós (ESSA)**, el marc general que és compartit per la majoria de persones i que forma part del sentir dominant. Aquí ens aproximem al concepte de Williams, encara que concretant-lo en l'aspecte que estudiem (el sentiment amorós). Evidentment, ens situem en el nivell sociocultural d'una comunitat determinada en la qual hi pot haver diferents formes de donar sentit al sentiment amorós. No obstant això, podem acordar fàcilment que el model hegemònic, encara que no sigui acceptat, és segurament el més conegut per tots els membres de la comunitat.

En segon lloc hi hauria l'**estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA)**, que són els models amorosos que apareixen en els relats mediàtics analitzats. És a dir, es tractaria de reconèixer quina és l'estructura dels sentiments narrats. En aquest nivell se situaria l'anàlisi de la representació amorosa que apareix concretada en el relat mediàtic. Per les característiques de la cultura de masses, la representació d'aquesta estructura amorosa acostuma a ser

Taula 1. Nivells d'anàlisi de l'estructura del discurs amorós



Font: Elaboració pròpia.

fàcilment reconeguda pels televidents, ja que, excepte en espais televisius molt alternatius, forma part del model hegemònic de l'estructura del sentiment social amorós.

Finalment, trobaríem l'**estructura del sentiment amorós viscut (ESAV)**, és a dir, com són interpretats els relats mediàtics per actors socials concrets. Així, es podria apreciar, en primer lloc, com reaccionen davant de la narrativa televisiva i, en segon lloc, com interpreten creativament de nou l'estructura del sentiment social amorós.

Com es pot veure, aquests tres nivells estan interconnectats. Encara que els esquemes són una aproximació pobra als fenòmens complexos, podríem establir algunes de les relacions entre aquests tres nivells. Així, es podria considerar que el primer nivell és el més general i, el tercer nivell, el més concret. Com si fos una *matrioska*, l'estructura del sentiment social amorós (ESSA) acolliria l'estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) i, aquest, l'estructura del sentiment amorós viscut (ESAV).

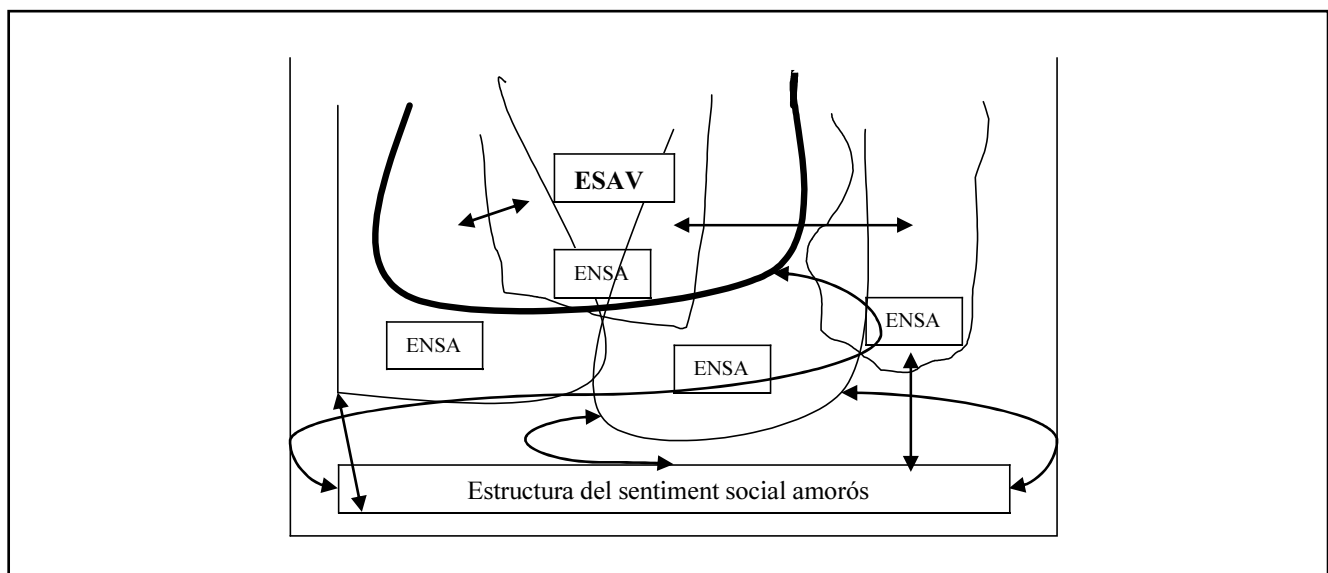
L'estructura del sentiment social amorós (ESSA) conformaria l'esperit d'una època, que normativitza i sanciona diferents formes d'estimar. És un text social de contorns indefinits i de contingut, de vegades, contradictori. Aquesta estructura, com qualsevol sistema obert, es mou entre la

conservació del sistema i els canvis que modificaran el sistema mateix. És a dir, no ens trobem davant d'un text social escrit i tancat, sinó d'un text que es va escrivint i reescrivint contínuament i que, al mateix temps, té permanència. Aquest text social seria pròpiament un palimpsest.

L'estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) estaria formada per diferents narracions i autonarracions. Les narracions procedirien de diferents gèneres i subjectes de l'enunciació. Són relats de ficció, relats referits a la realitat i relats híbrids que fan referència, directament o indirectament, a les relacions amoroses. Aquí hi entrarien múltiples relats heterogenis, des de pel·lícules fins a novel·les o contes tradicionals narrats oralment, i tot un heteròclit grup de narracions que s'inclourien en el gènere narratiu de la ficció. Aquests relats establirien les estructures narratives del sentiment amorós, que poden ser diferents en cada narració.

D'altra banda, cal reconèixer que a escala general és difícil establir l'estructura del sentiment amorós viscut (ESAV) en cada cas concret. És complex establir com són viscuts, en cada persona i en tots els seus matisos, l'estructura del sentiment social amorós (ESSA) i l'estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA). Però també és difícil dilucidar quin relat de l'estructura narrativa del sentiment amorós té

Taula 2. Interacció dels diferents relats en l'estructura narrativa del sentiment amorós



Font: Elaboració pròpia.

més influència en l'estructura del sentiment social amorós i com interactuen els diferents relats en l'estructura narrativa del sentiment amorós, és a dir, les seves relacions intertextuals i com ho fan amb els autorelats de cada persona les relacions extratextuals.

Malgrat aquesta dificultat, podem apuntar un parell d'elements que considerem significatius. En primer lloc, l'estructura narrativa del sentiment amorós d'un relat concret (en el nostre cas, la sèrie de ficció *Porca misèria*) pot ser un element desencadenant per a la interpretació dels autorelats amorosos. D'aquí la seva influència en l'estructura del sentiment amorós viscut. En segon lloc, les obres de ficció poden tenir un efecte de modelització. Ofereixen, en la seva estructura narrativa del sentiment amorós, models de relacions amoroses, freqüentment sancionables positivament o negativament. A continuació, en concretem alguns aspectes en la sèrie objecte del nostre estudi.

2. Estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) a *Porca misèria*

D'acord amb el model d'anàlisi proposat, presentem a continuació l'aplicació del segon nivell del model (l'ENSA) a un producte audiovisual concret: la sèrie *Porca misèria* (primera i segona entrega). Per raons evidents d'espai, centrem aquesta anàlisi en tres de les quatre estructures narratives del sentiment amorós (ENSA): la relació entre el Pere i la Laia, la relació entre el Roger i la Sònia, i la relació entre la Natàlia i el Jordi, i deixem per a una altra ocasió l'anàlisi al voltant de les estructures narratives de l'Àlex, així com les reflexions generades des del primer nivell d'anàlisi del model (l'estructura narrativa del sentiment social amorós, ESSA).

a. *L'amor confluent. "Som un equip": el Pere i la Laia*

A més de ser els protagonistes centrals de la sèrie, l'estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) de la relació del Pere i la Laia apareix com el prototipus ideal que cal aconseguir en els nous temps de la postmodernitat (Lipovetsky 1999). És una relació plena de compromís i de romanticisme, ara bé, adaptada al signe dels nous temps, amb espais per a certs moments d'idealisme, però molt arrelada a la realitat de les demandes

quotidianes. Els ideals d'amor romàntic manifestats pels protagonistes s'emmarquen en els ideals de llibertat personal, on una persona se sent lliure per comprometre's amb l'altra. Una relació que inclou la sexualitat i la passió, alhora que les sobrepassa. Partint de l'enamorament, el Pere i la Laia arriben a una relació amorosa de compromís real amb l'altre, en una línia que ens fa pensar en el concepte de "relacions pures" o "amor confluent" del qual ens parla Giddens (2000): "En la relació pura, la confiança no té suports externs i s'ha de desenvolupar sobre la base de la intimitat. La confiança és fiar-se de l'altre i també creure en la capacitat dels lligams respectius per a resistir traumes futurs. [...] Confiar en l'altre és també apostar per la capacitat de l'individu d'*actuar amb integritat*" (Giddens 2000, 128; la cursiva és nostra).

Ara bé, el personatge del Pere ens recorda que els canvis socials en les relacions entre els homes i les dones només són factibles si tots dos (homes i dones) canvien. És a dir, que la Laia també troba en el seu camí biogràfic un home, el Pere, que ha aconseguit allunyar-se del *corsé* d'una identitat masculina centrada en la virilitat o, com assenyala Connell (2003), en una "masculinitat hegemònica". Badinter (1993) ens ho dirà de manera més radical i provocativa, en adaptar la formulació de Simone de Beauvoir: "com la dona, un home no neix, es fa".

Aquest nou romanticisme-confluent parteix de la premissa d'una relació activa d'igualtat en el donar i rebre emocional i que ja no es basa en el desig i la promesa de futur etern. A diferència de l'amor romàntic propi del segle XIX, centrat en "aquella persona especial", l'amor confluent té més possibilitats de consolidar-se perquè busca la "relació especial" amb aquesta persona concreta. Mentre que el paper de l'home en les formes romàntiques del passat quedava relegat a un paper de distanciament i d'inoperància emocional, en l'amor confluent s'espera d'ell la capacitat per mostrar i parlar de les seves emocions, i la capacitat per donar afecte.

La relació que mantenen en Pere i la Laia és un exemple d'entendre la relació com una tasca conjunta de col·laboració emocional mútua. Per a Giddens (2000), aquesta idea de col·laboració emocional representa justament una de les grans transformacions de la societat

moderna, en representar la incorporació de la intimitat emocional a l'esfera del vincle matrimonial. En aquest sentit, els protagonistes donen vida a un concepte renovat de la intimitat emocional entesa com "una negociació transaccional de lligams personals per part de persones iguals... La intimitat implica una democratització absoluta del domini interpersonal" (Giddens 2000, 12-13). Bauman s'hi refereix d'una manera més poètica, que ens agrada força: "Sense humilitat ni coratge no hi ha amor" (Bauman 2005, 22). I el Pere ho fa d'una manera més directa i quotidiana: "Ei! Que jo sàpiga som un equip". En paraules de Beck i Beck-Gernseim (1998), no es tracta en cap moment d'un cant de retorn al passat tranquil de les tradicions, sinó d'una anàlisi detallada i crítica dels elements de risc que comporta una creixent societat individualista en les demandes economicistes del mercat laboral, però que no protegeixen l'individu de la soledat i el desarrelament. Com es plantegen els autors, una de les preguntes implícites en la parella del Pere i la Laia tindrà a veure amb la dificultat per unir dues *biografies autoplanificades* (Beck i Beck-Gernseim 1998, 98).

Com més complicat resulta donar sentit a les pressions externes (d'autorealització, de lluita laboral, de progressió, d'èxit [...]), més necessitat hi ha de trobar en el món de la parella un sentit personal de vinculació, d'arrelament, de seguretat i de prevenció a la soledat. En les converses quotidianes entre el Pere i la Laia sobre les seves feines respectives, hi veiem un exemple de conversa íntima, rutinària, si es vol, en els arguments, però plena de complicitat amb l'altre. Segurament, poder compartir amb la parella els maldecaps de la pressió laboral sigui un dels punts actuals indicadors d'intimitat emocional. La realitat ens recorda la importància de mostrar-se flexible, autònom i independent en el món laboral, però es manté la necessitat humana de trobar en un altre (en aquest cas, la parella) el company o la companya de camí que ens escolti en les nostres pors i les nostres febleses.

Pel que fa a la sexualitat, per a Giddens (2000) la monogàmia deixa de ser una exigència imposada com *a priori* indiscutible i passa a ser una mostra (especialment rellevant, això sí) de la confiança mútua. Aquest és potser l'altre gran canvi introduït per l'autor a més de la

reivindicació que fa sobre la concepció democràtica enfront d'una visió de l'amor més tradicional: l'alternativa que la relació d'intimitat emocional integra l'exclusivitat sexual no com una obligació predeterminada, sinó com una mostra de confiança que es dona a l'altre. D'alguna manera, ens recorda que el que fa mal de la infidelitat no és la infidelitat en si mateixa, sinó el dolor d'haver estat enganyat i les difícils conseqüències que això té per a la confiança mútua (que, sense confondre's amb una confiança cega ni pueril, sí que representa la tranquil·litat de no haver de sospitar ni de dubtar de l'altre). De fet, *Porca misèria* també és sensible a aquesta nova possibilitat: mentre la Laia és a Utah coneix en John, amb qui mantindrà una relació sexual (o potser caldria dir-ne un únic "contacte sexual", perquè tot i que ell dona mostres d'estar interessat en una relació més continuada amb la Laia, ella tancarà aquesta possibilitat). Ara bé, el context en què es mostra aquest contacte sexual no neix d'un pacte de llibertat sexual entre el Pere i la Laia. Si Giddens potser està apuntant una possibilitat de futur, *Porca misèria* ens mostra una realitat més present i actual en els nostres carrers de la vida real: la infidelitat com a resultat de la confusió, la ràbia i la soledat, amb el preu posterior de l'endemà: els remordiments i els sentiments de culpa. Són aquests precedents emocionals (la confusió, la ràbia i la soledat) i els seus resultats (els remordiments i la culpa) els elements que estableixen una diferència radical entre aquest tipus d'infidelitat i la del personatge del Roger al qual dediquem l'apartat següent.

- b. *L'amor narcisista. Una relació flip: en Roger i la Sònia*
Tot i que els protagonistes principals de la sèrie són el Pere i la Laia, l'estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) del Roger i la Sònia és interessant com a exemple de les situacions de risc en les quals s'aventura la Sònia amb la convicció interna d'estar enamorada (però cega a les evidències externes). D'altra banda, el Roger encarna un nou format de relació amorosa caracteritzat per un compromís tou, lax i que no ha d'interferir en altres experiències puntuals, plaenteres i descompromeses. D'aquí l'adjectiu *flip*, a la manera de l'espectador que té preferència per un programa concret, però que no per això dubtarà a anar "saltant" a d'altres pro-

gramacions (i, en extensió de la metàfora, altres persones, experiències, feines, etc.) en aquell moment més interessants... Per a què la fidelitat?

Com ens recorda Lasch (1991), el narcisisme s'ha estès com a prototipus de funcionament social. A diferència de l'època victoriana en la qual Freud va poder remarcar la importància de la culpa i la repressió emocional, els nous temps són els temps del desig i de la impulsivitat. En una societat on tots els somnis poden ser possibles, la renúncia ha perdut el sentit que abans tenia. En el funcionament narcisista es té dret a tot, i el plaer personal acaba sent el gran impulsor de les pròpies actuacions. En Roger és la imatge del triomfador que està orgullós/satisfet de si mateix i que no dubta a mostrar-ho als altres. No hi ha febleses ni dubtes, sinó desitjos que són satisfets amb voracitat i impulsivitat.

Juntament amb les conductes addictives, el narcisisme és una de les formes malalties pròpies dels nostres temps. D'alguna manera, l'estil narcisista es planteja inconscientment que si tot el de fora pot fallar, la millor solució és centrar-se en les meravelles irrepetibles d'un mateix. Sentir-se a si mateix algú superior, diferenciar el món entre els forts i els febles és la manera inconscient d'intentar superar la por a ser abandonat o rebutjat. Les persones narcisistes (en Roger) no poden intimar amb un altra persona perquè això significa haver d'exposar els propis dolors i pors en la confiança interna que l'altre estimat se'n sabrà fer càrrec i en sabrà protegir la importància; la persona narcisista no pot compartir amb l'altra persona, si no és en situacions d'extrema conflictivitat i enfonsament personal, perquè per comunicar a l'altra persona un necessita prèviament reconèixer en un mateix aquests dolors i febleses. D'aquí la importància de la cuirassa narcisista: no hi ha res a comunicar, perquè no hi ha febleses ni tampoc dolor.

Quan les ansietats internes són apaivagades mitjançant una estructura narcisista, en Roger representa un narcisisme egòlatra més centrat en els impulsos i els desitjos, trets que –com apunten Lipovetsky i Charles (2006)– caracteritzarien més els nous temps "hipermoderns". En aquest narcisisme, no hi ha espai per als escrúpols ni per als remordiments. I així ho sap verbalitzar quan el seu germà el recrimina per tenir relacions sexuals esporàdiques amb altres dones estant casat amb la Sònia.

Sota la seva sociabilitat tova i superficial, el narcisista del segle XXI amaga una dificultat per a la intimitat psicològica i el compromís relacional. A la manera d'un infant, res no pot ser definitiu perquè es manté la il·lusió i l'anhel que sempre hi ha oberta la possibilitat de noves aventures excitants i nous regals apetitosos (en la forma de productes de consum, però també de relacions que s'han de consumir) als quals no s'ha de renunciar. Només renuncien els febles i només es comprometen els frustrats, que fan servir l'argument del compromís com a excusa sota la qual amaguen el fracàs i la impossibilitat de continuar caminant per les aventures. En Roger no és feble ni està frustrat, no és un perdedor social perquè coneix perfectament les normes del joc de "vendre's a si mateix" i busca el plaer de forma voraç tant en la feina com en l'amor. Per això és *flip*, en el sentit de donar l'aparença externa de compromís (en aquest cas, amb la Sònia) però amb l'íntim convenciment intern que aquest compromís no justifica la renúncia a l'aventura amb altres persones i situacions on la Sònia no intervé.

Una de les preguntes que cal fer-se és com el narcisisme individual pot superar l'examen del compromís amorós amb l'altre. I en Roger ens en dona la resposta: transformant l'ambivalència emocional ("és això o això altre, però no les dues coses alhora") en escissió emocional ("de la Sònia n'està enamorat i això no té res a veure amb les relacions sexuals amb altres dones. Són coses diferents"). Si abans recordàvem els temps freudians de la culpa i la repressió, ara són els temps d'un jo escindit on no hi ha facilitats perquè surti el remordiment i la culpa perquè cada parcel·la joica s'intenta mantenir desconnectada de la resta.

La Sònia representa la força perillosa de l'amor quan és cec i sord als nombrosos senyals de risc que apareixen en tants moments de la seva relació amb en Roger. Veient la manera que té de comportar-se amb les demandes imperatives i exigents del Roger, ens recorda l'ideari femení amorós de renúncia i abnegació. No costa cedir perquè es fa en nom de l'amor. I les renúncies personals per amor a l'altre continuen tenint molt predicament social, del qual no sempre es lliuren els pensadors; en tenim un exemple en Bruckner (2002, 182) quan escriu: "Sobretot, l'amor suposa que acceptem patir per l'altre i per causa de la seva indiferència, la

seva ingratitud o la seva crueltat” i que –fora de context– s’arribaria a entendre com tota una defensa de l’abnegació encara que s’estigui patint.

Tornant a la renúncia, una de les característiques bàsiques en la renúncia és la dinàmica de poder: en Roger acaba imposant sempre els seus desitjos i la Sònia, de manera conscient, cedeix. La trampa és la creença inconscient per part de la dona que ceder contínuament als desitjos de la parella dóna mostres de la potència veritable dels seus sentiments cap a ell i, alhora, d’un domini “subtil”, perquè com que es deixa dominar, en realitat és ella la que domina. Però no oblidem que creure’t lliure en la trampa no vol dir que no estiguis en una trampa. Convé assenyalar que la Sònia és conscient de la seva submissió a les demandes imperatives de la seva parella; però si això no la posa en alerta és perquè està enamorada del Roger i, d’alguna manera, “no importa renunciar si és per amor a ell”. Com que es tracta d’una renúncia voluntària, no pas forçada, no hi ha possibilitat de queixar-se’n (en la ment del Roger, però també en la mateixa ment de la Sònia), si ha decidit renunciar-hi és perquè ha volgut i això desterra la possibilitat de protesta, perquè sempre podria haver lluitat més en la defensa de la seva pròpia postura. Heus aquí una de les grans situacions de risc en l’ideari amorós femení.

En parlar d’aquest ideari amorós femení, hem de parlar del paper que hi juguen el conjunt de creences i expectatives al voltant de l’enamorament i el romanticisme. La Sònia no és l’única dona de la sèrie que valora el romanticisme (recordem ara paraules de la Laia “Jo crec que si estàs enamorat ho saps segur... Si dubtes, és que no ho estàs... perquè l’enamorament és una cosa física, quan el veus, no sé... et salta el cor i et tremolen les cames i... Què passa?! M’ho crec de debò!”), però si ens interessa remarcar la figura de la Sònia és perquè les seves expectatives romàntiques li entorpeixen la capacitat d’adonar-se que la parella que ha triat no es pot comprometre de la manera que ella sí que està disposada a fer-ho. Tot i que és possible una relació amorosa que neixi a partir de l’amistat mútua, el

prototipus occidental instaurat des del final del segle XVIII (l’estructura del sentiment social amorós del model que proposem, ESSA) fa èmfasi en el paper de la passió romàntica com a ingredient fonamental, especialment per a les dones. Hi ha moltes maneres de començar i de mantenir una relació amorosa, però sembla que n’hi ha una que preval sobre la resta: aquella que surt de l’enamorament, de la il·lusió intensa en el descobriment de l’altre i d’un mateix en aquest descobriment.

Ara bé, convé fer-ne una matisació important: abans parlàvem del funcionament *flip* del Roger com a cuirassa inconscient que el protegeix de possibles decepcions, però interpretar els seus mecanismes inconscients és una cosa, i disculpar-ne el dolor que causa a l’altre (en aquest cas, a la Sònia) per raons de l’inconscient n’és una altra de ben diferent. L’amor confluent entre dos adults s’ha de basar més en els recursos emocionals que cadascú és capaç d’aportar a la relació que no pas en les febleses i/o mancances que un té i que l’altre pot sentir la necessitat inconscient de protegir i de justificar. A través del patiment de la Sònia, resulta fàcil comprendre els riscos d’una relació emocionalment descompensada.

c. *L’amor-amistat. Natàlia i Jordi: carinyo sense passió*

L’estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) que escenifiquen la Natàlia i el Jordi és, d’alguna manera, la confirmació de la importància que s’atorga en els nous temps a l’enamorament passional com a element bàsic en la consolidació d’una relació de parella.

Recordem que la Natàlia s’ha enamorat intensament del Roger, és conscient dels seus sentiments i si ha decidit no anar més enllà amb ell és –segons ella mateixa li dirà– pel que ha patit amb ell i per la por a tornar a patir. És en aquest context emocional en què apareix la figura del Jordi, un bon home, enamorat sincerament d’ella i disposat a comprometre’s seriosament en la relació.

En aquest sentit, és interessant el tractament que *Porca misèria* atorga a les figures masculines: a diferència d’altres sèries estudiades,² la relació personal que els

2 “Estereotips del món de la parella i la seva representació en les sèries de ficció. Implicacions per a la construcció de la identitat en la jove preadolescent i adolescent” (investigació centrada en la sèrie *Los Serrano*). Recerca subvencionada per l’Institut Català de les Dones (2005, expedient U-55/05). Informe no publicat.

diferents personatges masculins de *Porca misèria* mantenen amb l'amor, les seves expectatives de parella i les seves demandes amoroses són complexes i poc estereotipades (en algun cas, no ho són gens). El personatge del Jordi n'és un exemple clar: apareix un home sincerament enamorat i sincerament compromès en la seva relació amorosa, capaç de verbalitzar els seus sentiments, les seves necessitats i els seus temors, prou sensible com per adonar-se dels estats d'ànim de la Natàlia, i prou respectuós com per observar i saber esperar, prou capaç com per avergonyir-se del seu propi atac de gelosia... Per què en dubta la Natàlia? Segurament perquè el *carinyo* sense passió no és amor, o no ens ho sembla almenys en el nostre marc contemporani (Castillo i Medina 2007; Medina, Castillo i Davins 2006). Si agafem els models amorosos plantejats per Sternberg (1989), entenem que mentre que en Jordi és capaç de donar a la Natàlia (i sentir amb ella) els tres factors bàsics segons el model per a la relació de parella –la passió, la intimitat emocional i el compromís–, ella necessita autoenganyar-se i es compromet amb ell i amb la relació (element de “compromís” del model) perquè se sent cuidada i valorada per en Jordi (element d’“intimitat” que sent cap a ell) encara que la passió la té dipositada –amb major o menor consciència personal d’això– en un altre home, en Roger. Lluny de visions tòpiques sobre el paper de l'*autoengany*, el de la Natàlia no és gens estereotipat ni resulta allunyat del que podem observar en la vida real de les persones reals. Però, quantes parelles reals poden partir d'aquesta circumstància descompensada? Quan es comença una relació de parella –tret que un sigui adolescent– ja no es parteix d'una *tabula rasa*; qui més qui menys comença una nova relació amb el seu propi *bagatge amorós* a l'esquena; i no sempre és un *bagatge* de mals records, hi ha la possibilitat de la malenconia cap a una relació que no va poder tirar endavant. Des d'aquesta circumstància personal, des del propi *bagatge*, es mira la nova relació, i n'hi ha algunes que tiraran endavant i aniran molt bé, d'altres arrossegaran per sempre més molta o poca de la descompensació inicial i, d'altres, no la superaran i la parella s'acabarà desfent. De què dependrà? La sèrie aposta per aquesta última possibilitat i condueix la parella formada per la Natàlia i en Jordi a aquest

desenllaç a partir del fet que la Natàlia continuï treballant al costat del Roger i, així, el continua veient cada dia. No hi ha la possibilitat de la distància (temporal i/o espacial) que potser permetria que el record s'anés diluint i difuminant. La passió es pot recrear cada dia en anar a la feina i –opció del guió– la passió cap al Roger acaba sent més forta que la intimitat i el compromís cap a en Jordi. És d'agrair que la sèrie no presenti aquest camí com el clàssic triomf de l'amor (a la manera pintoresca de les novel·les romàntiques), sinó que apareix una Natàlia més humana, més ambivalent, capaç de reconèixer la vàlua del Jordi i els seus sentiments sincers, i de saber-se culpable davant dels seus propis sentiments contradictoris. No ha de resultar fàcil renunciar a la passió amb el sentiment d'estar-se conformant a la intimitat... O, almenys, no resulta fàcil en uns temps en què la passió està tan reivindicada.

En definitiva, la passió amorosa està renyida amb la compassió. La Natàlia sembla estar d'acord amb Bruckner (2002, 184) quan afirma: “Una llibertat exigent no és una llibertat que es preserva, sinó una llibertat que s'exposa a cremar-se. La passió potser està condemnada a la malastrugança; però no apassionar-se mai és una malastrugança encara major”. Aquesta és la possibilitat, però també la tirania dels nous escenaris amorosos.

3. Conclusions

El sistema, enfront de les propostes de models amorosos de les diferents narratives, oposa la seva capacitat d'integrar –com a hegemònica, possible, minoritària, marginal, etc.– o no aquests models en l'estructura del sentiment social amorós. Les diferents dificultats i trames amoroses del Pere, la Laia, la Sònia, el Roger, la Natàlia, el Jordi, etc. ens ajuden a entendre de quina manera les construccions amoroses formen part i són manifestació d'un món simbòlic cultural. Aquesta ficció ens ha permès analitzar i reflexionar entorn de les claus simbòliques del funcionament amorós contemporani.

Sense conflicte no hi ha relat i la trama amorosa sempre ha resultat un bon magatzem de conflicte dramàtic per als guions, i així es contempla en la realitat de moltes sèries de

ficció d'èxit al nostre país (pensem, per exemple, en *Médico de familia*, *Los Serrano*, *Cuéntame cómo pasó*, *Aquí no hay quien viva...*). Recordant les paraules de Fuenzalida (1992, 161), “apareix també la parella i la família com a espai social en què es valora l'emoció, ja que s'hi expressen els conflictes de sentiments i les reaccions afectives davant la vida”. *Porca misèria* s'allunya de la família com a escenari de trobada de membres de diferents generacions i obre les portes del guió a una realitat social específica: la *parella* i els seus discursos específics.

Des del model proposat de tres nivells d'anàlisi, si ens ha interessat *Porca misèria* és, entre altres raons, pel pes del guió en la narrativa amorosa, de manera que ens permetia realitzar un salt fàcil entre el primer nivell (estructura del sentiment social amorós, ESSA) i el segon nivell (estructura narrativa del sentiment amorós, ENSA) del model teòric que hem elaborat. Seguint Morin (1972), podríem dir que l'estructura del sentiment social amorós (ESSA), com a sistema, imposa el poder interpretatiu i valoratiu als relats mediàtics amorosos. De fet, podem interpretar els models oferts en l'estructura narrativa del sentiment amorós (ENSA) perquè tenim una competència interpretativa que ens aporta el sistema. D'aquesta forma, el sistema oposa el seu determinisme a l'atzar del món exterior. És a dir, ens ofereix les claus interpretatives i valoratives, i emmarca les propostes amoroses de les narracions. L'homeòstasi es dóna en aquest poder de definició i emmarcament de les noves realitats amoroses. Mitjançant el poder de definir i de classificar s'esmorteeix el poder disruptor de les novetats en les relacions amoroses que van sorgint. L'estructura del sentiment social amorós (ESSA) tendeix a imposar-se com a matriu interpretativa, fins i tot integrant aquelles estructures narratives del sentiment amorós (ENSA) que inicialment rebutjava o ignorava (com ha passat, per exemple, amb la incorporació de les parelles homosexuals com un altre element narratiu del guió. D'aquesta manera, l'estructura del sentiment social amorós va canviant a partir de les estructures narratives del sentiment amorós que circulin socialment i mediàticament. Les diferents estructures narratives del sentiment amorós (ENSA presentades a la sèrie, són l'escenificació de com en els nous temps de l'individualisme, la parella amorosa s'intenta situar en un nivell d'igualtat emocional (Pere-Laia; Roger-Sònia; Natàlia-Jordi). Alhora, són un element clau per a la supervivència

de la relació els sentiments: romanticisme, sensualitat, passió i felicitat formen part d'aquesta nova “exigència amorosa” tan atraient i, alhora, tan tirànica.

En la seva reflexió sobre el nou paper de la intimitat, Giddens (1998, 47) escrivia que “algú ha dit que l'amor romàntic ha estat un complot dels homes contra les dones per omplir les seves ments de somnis impossibles”. Hi estem d'acord, però amb matisos, tots els que ens desperta l'observació de les protagonistes i també dels protagonistes de *Porca misèria*: més enllà dels condicionaments imposats per les exigències sobre la feminitat o la masculinitat, els nostres protagonistes ens ofereixen la possibilitat de veure individus adults no estereotipats i que intenten –amb més o menys èxit– tirar endavant les seves vides en companyia. Ni les dones de *Porca misèria* semblen enlluernades pel mite de la “mitja taronja” que tant mal fa i que encara tants sospirs d'amor desperta, ni els homes de la sèrie són la representació vulgar d'una masculinitat centrada en la virilitat i l'absència de complexitats emocionals. Sense pràcticament adonar-nos-en, convivim reproduint les asimetries en els rols afectius: donar per “natural, essencial i consubstancial” de la condició femenina la seva capacitat per encarregar-se de les relacions afectives, i considerar l’“alfabetisme sentimental i la rudesia emocional” com a propis de la condició masculina de tot home acaba sent un exercici que empobreix la ment de qualsevol persona, alhora que en limita les possibilitats personals si interioritza aquestes creences sense ser capaç de qüestionar-se-les. En aquest sentit, no oblidem que un dels interessos de l'equip de recerca i des del qual es va estructurar aquest treball sempre ha estat l'anàlisi del paper dels estereotips amorosos i la seva representació en la ficció audiovisual. Trobar material audiovisual que defugui d'aquests plantejaments arquetípics no era una tasca fàcil, i per això *Porca misèria* ha representat un material d'anàlisi idoni per als nostres objectius.

La programació de televisió en la transició del segle XXI

Jordi A. Jauset

- *La programació, en televisió, consisteix a situar els diferents espais en uns horaris d'emissió determinats segons diversos patrons que depenen, entre d'altres, dels objectius empresarials de les diferents cadenes. Els espais esmentats es poden catalogar en gèneres, que evolucionen constantment per adequar-se a les preferències de l'audiència.*

En aquest article, es presenta una anàlisi de la programació per gèneres de les principals cadenes de televisió en l'àmbit de Catalunya, en el període 1998-2003, segons la classificació utilitzada per Taylor Nelson Sofres (TNS). Es comenten les similituds i les diferències observades en les diferents cadenes, tenint-ne en compte la titularitat i l'àmbit de cobertura.

Paraules clau

Cadenes, Catalunya, gèneres, programació, televisió.

Jordi A. Jauset

Doctor en comunicació i professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull

1. Introducció

1.1. La programació televisiva

L'estudi de la programació televisiva és un dels components fonamentals en el complex procés de producció comunicativa, ja que ha de conjugar els interessos propis de la cadena i l'oferta comunicativa amb les preferències de l'audiència. És un concepte molt ampli que tracta diversos aspectes del contingut de les emissions televisives.

Segons Gómez-Escalonilla (2002, 28), “[...] la programació puede ser entendida como la propuesta organizada de los productos televisivos que son ofrecidos a la audiencia en un determinado momento”. És a dir, programar consisteix a ubicar els diferents “productes” o espais en uns horaris d'emissió sobre la base d'uns patrons determinats que depenen, entre d'altres, dels objectius que cada una de les cadenes tingui definits en els plans estratègics respectius. Aquestes ubicacions temporals i espacials constitueixen les conegudes “graelles o reixetes de programació”. Encara que el disseny de la graella es realitza, generalment, per temporades anuals, es planifica per períodes setmanals i està subjecte als retocs diaris necessaris per adaptar les darreres previsions i els imprevistos.

Els factors que influeixen en la programació, entesa com el resultat del que finalment apareix a la pantalla del televisor, són múltiples. Al marge del context històric, la programació ha tingut durant molts anys una naturalesa cronològica important (variacions diàries, setmanals i estacionals) i està subjecta a diversos factors socials, econòmics, polítics i, sens dubte, als criteris propis de programació de les diferents cadenes de televisió. Avui dia, tanmateix, el factor cronològic potser té menys importància, ja que la tecnologia facilita que sigui l'usuari mateix qui controli o adequi la graella de programació a la seva conveniència. Els grava-

dors personals de vídeo (PVR) permeten programar els diferents espais que les cadenes emeten al llarg del dia. D'aquesta manera, l'usuari escull, en el seu temps de lleure, els esdeveniments que més li interessin independentment de la "ubicació temporal" a la graella de programació diària.

Un programador ha de tenir en compte els hàbits i els gustos del públic com a factors importants en les decisions de la seva feina diària. Així ho exposa Fuenzalida (2002, 39-40): "[...] para la programación televisiva, comprender a las audiencias significa comprender al televidente en su relación con un canal de televisión y con programas de televisión: sus gustos o desagradados, su entretenición [entretenimiento] o aburrimiento, su empatía o rechazo, su motivación a ver o a cambiar de programa, sus simpatías o prejuicios, sus significaciones y apropiaciones ante la pantalla. Se busca comprender las diferencias entre segmentos de televidentes: las preferencias diversas según estratos socioculturales, sexo y edad; la evolución histórica de las percepciones y expectativas."

Tot sembla indicar que hi ha una multiplicitat de factors que afecten la programació que ofereix una cadena i que no es poden obviar. Segons apunta Gómez-Escalonilla (2002), l'oferta de continguts pot estar condicionada per factors com ara la titularitat de la cadena, el model televisiu que adopti el canal, si hi ha monopoli o no n'hi ha, com també les condicions sociopolítiques de l'època. La pràctica de la programació requereix saber conjugar una gran quantitat de factors i d'interessos de la cadena amb els del telespectador (interessos comercials, polítics i ideològics), com també gustos i hàbits del públic objectiu.

De fet, la mateixa autora (2002, 29) esmenta que "[...] los factores que explicarían, por tanto, el porqué de una determinada programación son de naturaleza muy diversa [...]" i, tal com ho assenyala Palacio (Contreras i Palacio 2001, 26), "[...] en definitiva, la programación televisiva es un fenómeno complejo, unido a una cultura, a unas costumbres y a unos hábitos sociales".

1.2. Conceptualització del terme "gènere" i la seva classificació

Cebrián (1992, 17) defineix els gèneres com "[...] los diversos modos en que pueden clasificarse formalmente las producciones textuales, sean escritas o audiovisuales y dentro de cada una de ellas según las diversas variables en

que se concreten [...]. Configuran la información por tipos de organización o estructuras periodísticas".

Així, un gènere no és res més que una manera de comunicar-se, un conjunt de regles que coneixen tant l'emissor com el receptor. Amb relació a aquesta qüestió, tal com ho assenyala el mateix autor (1992, 15), "[...] el género se presenta como una forma o modo de configuración textual. Es un conjunto de procedimientos combinados, de reglas de juego, productoras de textos conforme a unas estructuras convencionales, previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores". Per tant, el gènere no queda determinat per un contingut particular, sinó per les formes escrites i audiovisuals emprades segons unes combinacions peculiars.

Els gèneres no són estructures rígides i inamovibles, sinó que "[...] evolucionan constantemente para adecuarse a las preferencias de la audiencia" (Blum i Lindheim 1989, 18). Es manifesta en la mateixa línia Cebrián (1992, 17-18) quan afirma que "el género no es nunca un corsé rígido, sino una forma flexible [...]. el género se refiere a unas estructuras globales comunes a los diversos modos de hacer [...]. los géneros gozan de una enorme vitalidad [...]"

En les primeres èpoques de la televisió, la programació s'articulava sobre la base d'un seguit d'espais estancs, cadascun dels quals s'emmarcava en un gènere corresponent. Posteriorment, van aparèixer els espais que, encara que a efectes formals es poden denominar "programes", inclouen diversos continguts com, per exemple, els magazins actuals. Són els anomenats "contenedors". Tal com assenyala Wolf (1984, 195), "los programas contenedor realizan la operación de reorganizar el sistema de géneros existentes modificando no la forma o los contenidos, sino la relación comunicativa entre ellos y el espectador. Se indica o se predispone un diverso modo de participación receptora".

Classificació genèrica

Mitjançant la consulta de diverses fonts documentals, s'ha observat que no hi ha una única classificació estandaritzada, sinó que les diverses fonts consultades utilitzen diferents agrupacions, adaptades o dissenyades en funció d'una realitat específica. Dissenyar una classificació operativa, que prevegi i s'adapti a la transformació constant dels diferents gèneres, no és una tasca gens fàcil.

L'Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la

Ciència i la Cultura (UNESCO) oferiria una classificació que incloïa les categories següents: *informatius, educatius, culturals, religiosos, infantils, programes d'entreteniment, publicitat i altres* (els que no s'hagin classificat en les categories anteriors).

El Gabinet de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) –que edita els anuaris de televisió– classifica els gèneres, principalment, en *concursos, esports, divulgatius, docushow, ficció, humor, informatius, magazins, musicals, reality show i talk show*.

D'altra banda, TNS Audiencia de Medios, empresa responsable de mesurar les audiències a Espanya, el 1993 utilitzava els termes següents: *cinema, sèries, concursos, taurins, esports, musicals, religiosos, divulgatius, miscel·lànies, informatius, infantil-juvenil, teatre i d'altres*. A partir del 1995, es van modificar i van ser substituïts pels de *ficció, concursos, toros, esports, musicals, religiosos, culturals, miscel·lània, informació, infouxou, programes de vendes i altres*. Cadascun d'aquests gèneres es divideix en diverses especialitats, que poden incloure diversos nivells.

Aquesta darrera classificació és la que s'ha utilitzat en aquest estudi per catalogar els diferents espais emesos durant el període objecte de l'anàlisi.

2. Objectius

L'objectiu principal de l'estudi és l'anàlisi de l'oferta genèrica de les principals cadenes de televisió en l'àmbit de Catalunya, partint de la programació emesa durant els anys 1998 a 2003.¹

Les cadenes analitzades, classificades en funció de la titularitat i l'àmbit de cobertura, han estat les següents:

- Cadenes públiques (gratuïtes):
 - Àmbit estatal amb desconnexions territorials: TVE-1 i La 2.
 - Àmbit autonòmic: TV3 i el K3/33.

- Cadenes privades (gratuïtes):
 - Àmbit estatal amb desconnexions territorials: Telecinco (T5) i Antena 3 TV (A3).
- Cadenes privades de pagament, amb espais desdificats:
 - Àmbit estatal, canal analògic terrestre: Canal + (C+).

L'estudi s'ha elaborat a partir de la informació consultada en les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.²

3. Metodologia

El procediment s'ha basat en un seguit de consultes a les bases de dades d'emissions, i s'han agrupat convenientment els camps d'informació i s'han utilitzat els filtres adequats en funció de la informació que es considerava interessant i adequada per a l'anàlisi. Els resultats s'han disposat en diverses taules Excel, a partir de les quals s'han elaborat els càlculs i els diferents gràfics d'acord amb els objectius de l'estudi.

Per a cadascun dels anys i els períodes d'interès, cadena per cadena, s'ha quantificat el nombre d'espais emesos en els diferents gèneres segons la classificació esmentada anteriorment i se n'han tingut en compte només les especialitats, no pas els altres nivells.

4. Resultats

Els resultats s'ofereixen a les taules i els gràfics adjunts, per a cadascuna de les cadenes, que informen sobre el nombre d'emissions i la seva distribució anual, partint de la classificació genèrica esmentada.

Els gràfics permeten avaluar, visualment, els gèneres que han tingut més importància o més pes en les diferents gralles de programació durant el període analitzat.

1 En l'estudi, es té en compte la programació emesa mitjançant la transmissió analògica per via terrestre en el període horari comprès entre les 07.00 h i les 26.00 h (02.00 de la matinada).

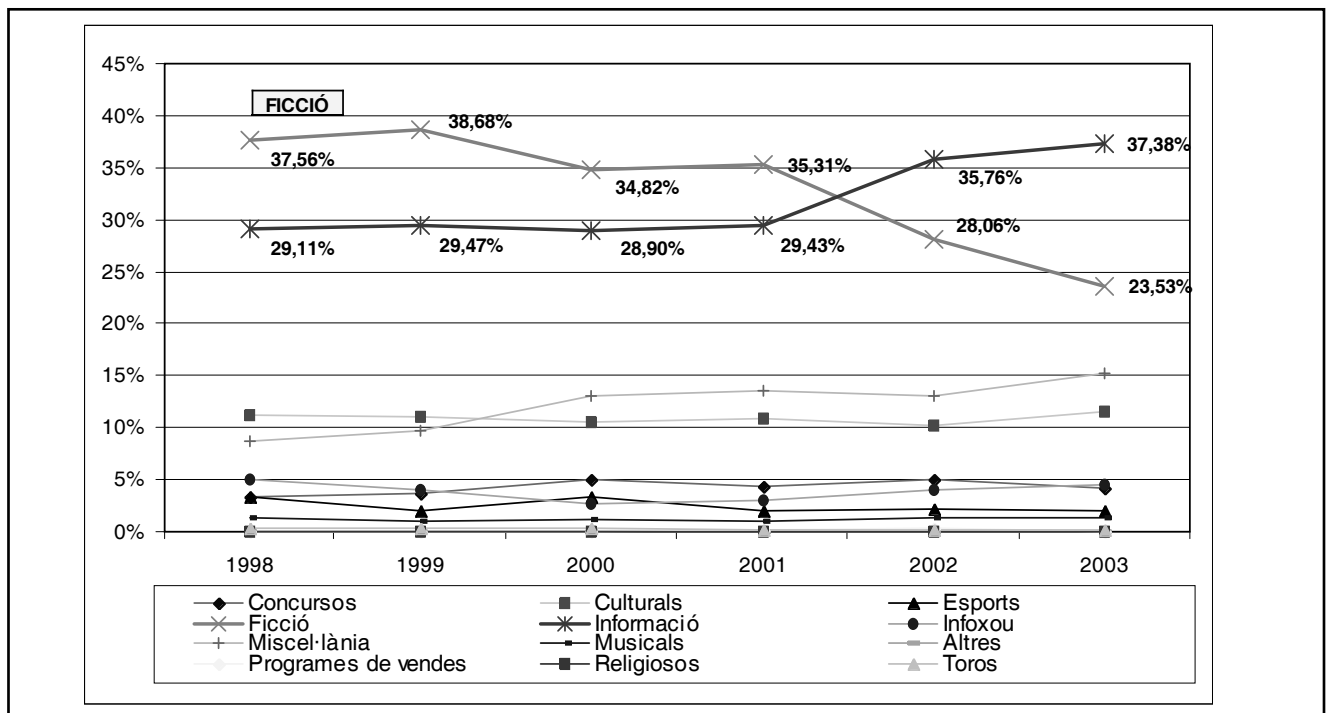
2 El treball es basa en la tesi doctoral de l'autor (Jauset 2006), dirigida per la Dra. Amparo Huertas (UAB).

Taula 1. Nombre d'emissions de TVE-1 classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	TVE-1						Totals
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Concursos	272	298	397	323	330	271	1.891
Culturals	922	893	836	804	668	748	4.871
Esports	273	163	266	145	141	129	1.117
Ficció	3.069	3.113	2.746	2.600	1.850	1.525	14.903
Informació	2.378	2.372	2.279	2.167	2.358	2.423	13.977
Infoxou	415	321	217	220	268	292	1.733
Miscel·lània	705	777	1.026	1.003	860	983	5.354
Musicals	111	81	94	79	84	91	540
Altres	1	1			1	2	5
Programes de vendes				10	20		30
Religiosos		1				2	3
Toros	24	28	26	13	14	16	121
Totals	8.170	8.048	7.887	7.364	6.594	6.482	44.545

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Gràfic 1. Distribució anual de les emissions de TVE-1 per gèneres. Període 1998-2003



Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

A continuació, es comenten els resultats individualment per cadenes.

4.1. TVE-1

Els resultats indiquen una concentració elevada en dos gèneres, *ficció* i *informació*, que en tots els casos són més de la meitat del nombre d'emissions anuals. La *ficció* predomina en els quatre primers anys i la *informació*, en els restants. Aproximadament un terç de la programació està basat en cadascun d'aquests gèneres. A continuació, i per ordre d'importància, hi observem *miscel·lània* i els programes *culturals*, que contribueixen amb un 12,02% i un 10,94%, respectivament, en el total d'emissions del període analitzat.

TVE-1 és la cadena que dedica més espais a la informació i l'única que ofereix emissions de tots i cadascun dels 12 gèneres definits. És la cadena més variada des del punt de vista de l'oferta genèrica.

4.2. La 2

Aquesta cadena dóna preferència als espais culturals, que suposen gairebé un terç de la programació, sense oblidar els espais corresponents a la *ficció* i a la *informació*. És la cadena que emet en obert amb més pes en esports, als quals dedica entre el 7,40% i l'11,90% de la programació al llarg de tot el període objecte d'anàlisi. No emet espais relatius a programes de vendes.

4.3. TV3

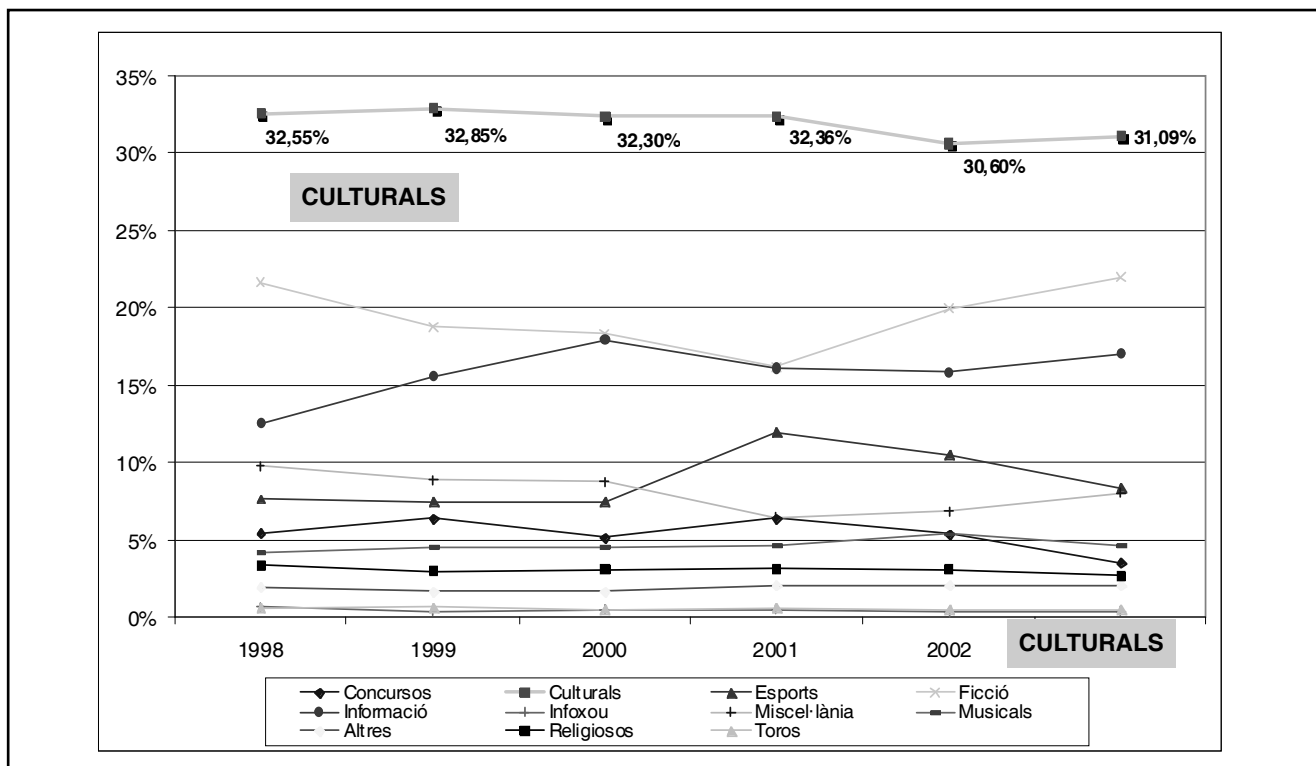
A la taula 3 s'observa clarament el predomini anual de la *ficció*, amb un pes superior al 37% en qualsevol dels anys. A continuació hi ha la *informació*, a la qual dedica al voltant de la quarta part de la programació. En total, gairebé les tres quartes parts de les emissions estan repartides entre tots dos gèneres. No emet espais relatius a *programes de vendes* ni *toros*.

Taula 2. Nombre d'emissions de La 2 classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	La 2						Totals
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
<i>Concursos</i>	451	563	456	544	456	317	2.787
<i>Culturals</i>	2.715	2.902	2.849	2.765	2.638	2.809	16.678
<i>Esports</i>	637	656	653	1.017	900	758	4.621
<i>Ficció</i>	1.797	1.656	1.615	1.384	1.722	1.982	10.156
<i>Informació</i>	1.044	1.373	1.581	1.372	1.359	1.539	8.268
<i>Infoxou</i>	50	36	38	38	23	31	216
<i>Miscel·lània</i>	814	782	770	553	586	719	4.224
<i>Musicals</i>	348	396	401	389	458	415	2.407
<i>Altres</i>	164	148	147	172	175	185	991
<i>Programes de vendes</i>							0
<i>Religiosos</i>	273	262	266	266	264	238	1.569
<i>Toros</i>	47	60	44	44	40	41	276
Totals	8.340	8.834	8.820	8.544	8.621	9.034	52.193

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiència de Medios.

Gràfic 2. Distribució anual de les emissions de La 2 per gèneres. Període 1998-2003



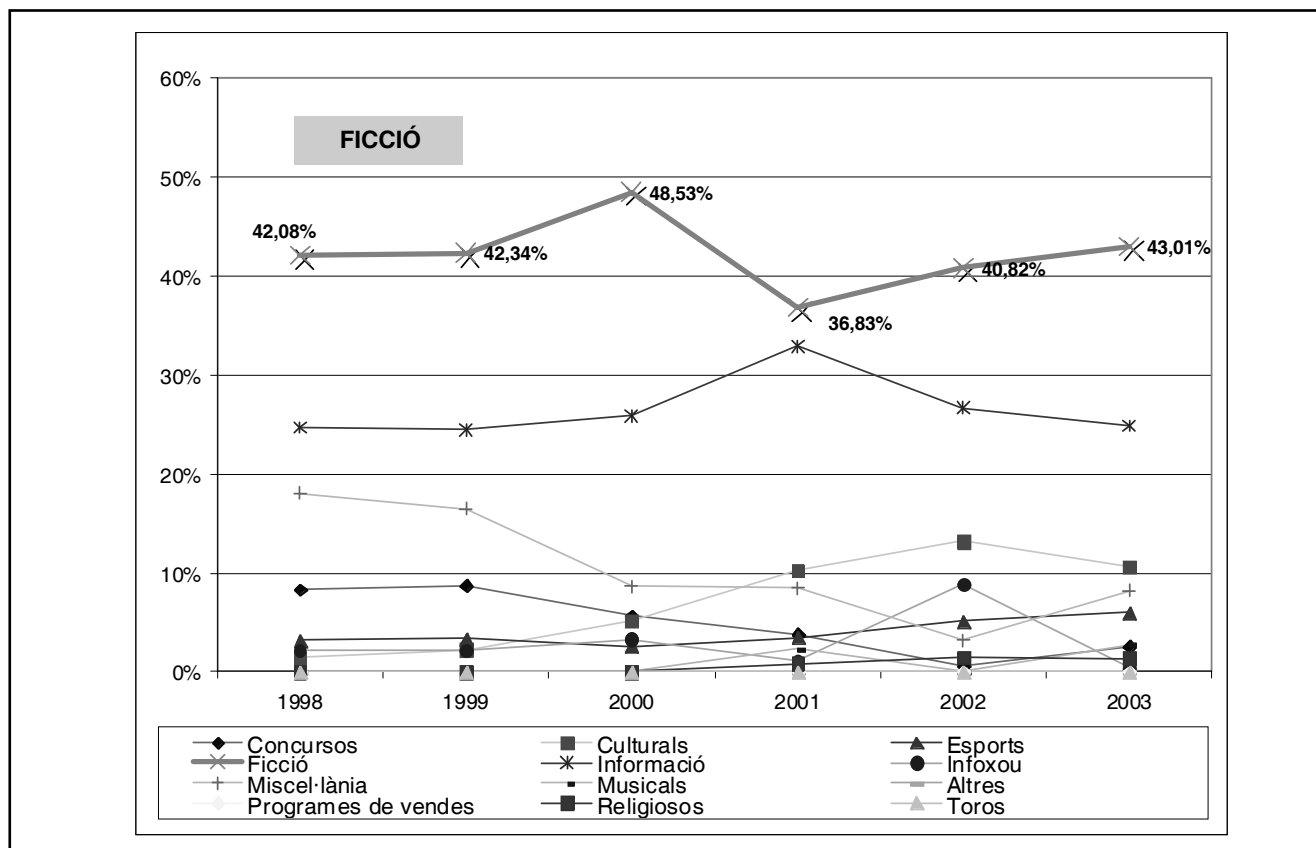
Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Taula 3. Nombre d'emissions de TV3 classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	TV3						Totals
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Concursos	511	516	408	335	51	215	2.036
Culturals	87	133	375	891	1.136	870	3.492
Esports	195	201	190	302	442	491	1.821
Ficció	2.574	2.502	3.504	3.202	3.514	3.514	18.810
Informació	1.510	1.447	1.869	2.862	2.296	2.033	12.017
Infouxou	134	127	240	95	760	29	1.385
Miscel·lània	1.105	974	623	736	276	675	4.389
Musicals		7	10	198		227	442
Altres	1	3	2	3	5	3	17
Programes de vendes							0
Religiosos				71	128	113	312
Toros							0
Totals	6.117	5.910	7.221	8.695	8.608	8.170	44.721

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Gràfic 3. Distribució anual de les emissions de TV3 per gèneres. Període 1998-2003



Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

4.4. K3/33

De forma similar a la segona cadena de la televisió pública estatal, la cadena autonòmica K3/33 destaca per la programació cultural, en la qual inverteix un terç del total d'emissions del període. També és important la *ficció*, que assoleix gairebé la quarta part de la programació. En els dos darrers anys, s'observa un augment de la *miscel·lània*, que el 2003 supera la *ficció*. Els *musicals* també adquireixen una certa rellevància, ja que suposen un 14% de les emissions en el període analitzat.

En definitiva, la meitat de la programació està repartida entre *culturals* i *ficció*, i una quarta part entre *miscel·lània* i *musicals*. La *informació* adquireix el mateix pes que els *esports*. Com TV3, tampoc no emet espais relatius a *programes de vendes* ni *toros* i és notable la disminució dels programes *religiosos* a partir de l'any 2001.

4.5. Telecinco

Telecinco és la segona de les cadenes analitzades que presenta un percentatge de *ficció* més elevat (40,99% en la totalitat del període), el 1998 sobrepassava el 50% del total de la programació. Tanmateix, la contribució al llarg dels anys ha anat disminuint. Hi ha altres gèneres importants, com ara la *informació* i la *miscel·lània*. Aquesta darrera ha anat augmentant, alhora que ha decaïgut la *ficció*. En aquesta cadena privada, els *programes de vendes* adquireixen una importància notable (9,60% del total d'emissions) en comparació amb les cadenes públiques (estatal i autonòmiques) esmentades en els punts anteriors.

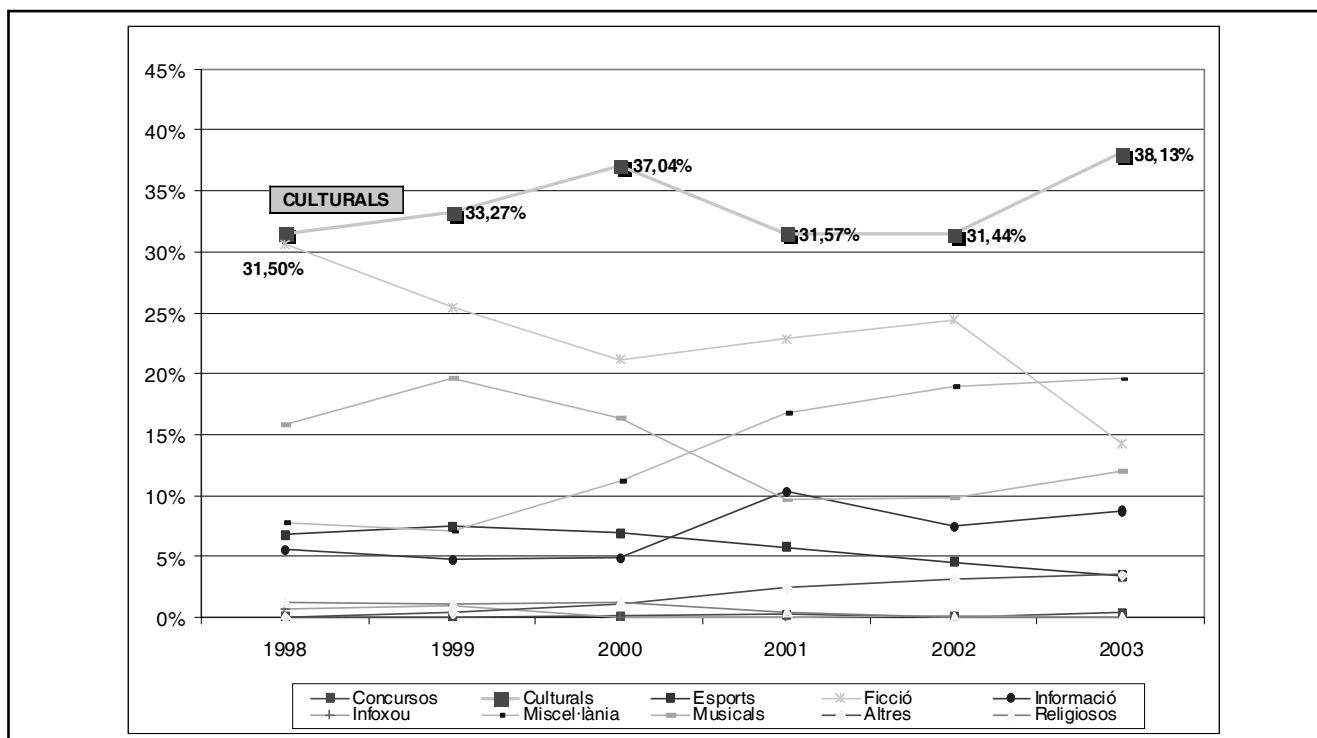
No s'emeten espais *religiosos* i excepcionalment se'n transmet un de *toros* el 1998.

Taula 4. Nombre d'emissions de K3/33 classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	K3/33						Totals
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Concursos	3	3	10	16	3	26	61
Culturals	2.478	2.810	2.852	2.361	2.472	2.902	15.875
Esports	532	633	527	434	356	260	2.742
Ficció	2.410	2.152	1.632	1.706	1.916	1.083	10.899
Informació	433	400	378	772	587	662	3.232
Infoxou	51	77	1		11	3	143
Miscel·lània	611	590	862	1.255	1.495	1.491	6.304
Musicals	1.248	1.657	1.265	718	775	913	6.576
Altres	1	28	77	181	246	270	803
Programes de vendes							0
Religiosos	100	95	96	36	1	1	329
Toros							0
Totals	7.867	8.445	7.700	7.479	7.862	7.611	46.964

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Gràfic 4. Distribució anual de les emissions de K3/33 per gèneres. Període 1998-2003



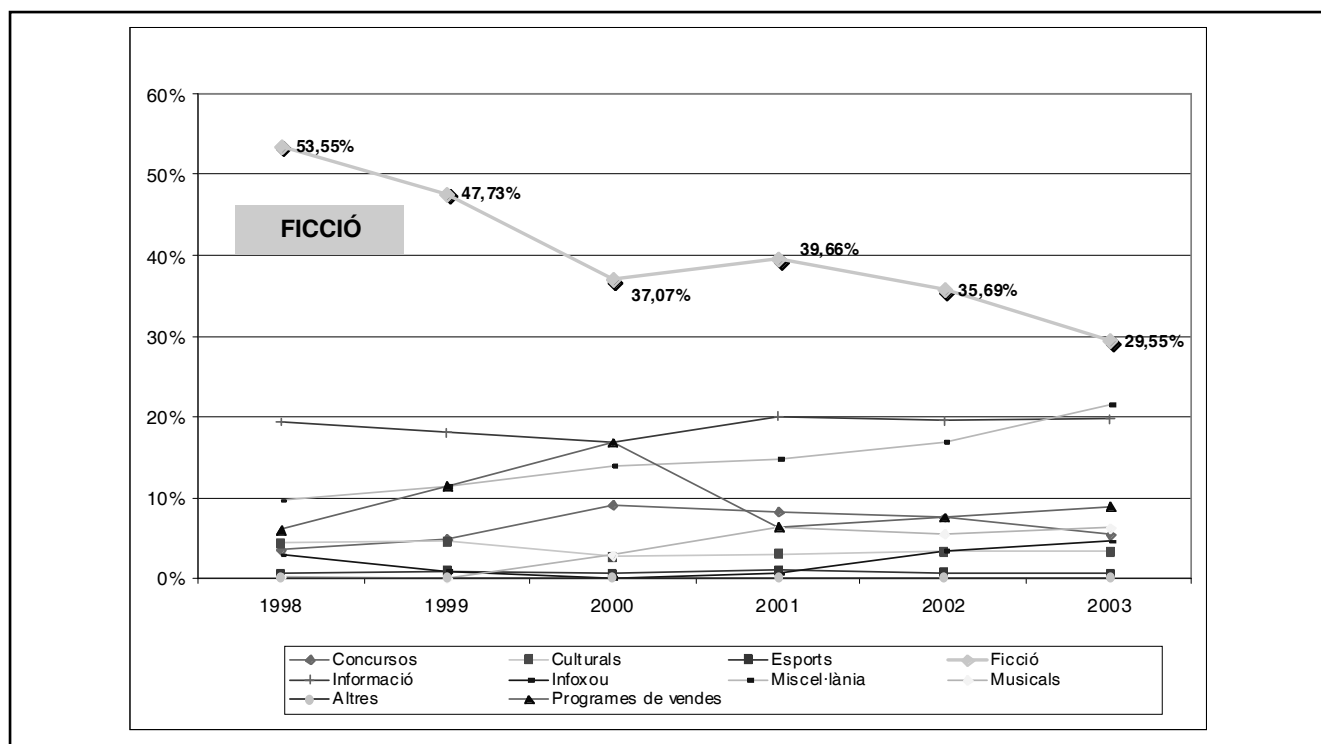
Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Taula 5. Nombre d'emissions de Telecinco classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	Telecinco						Totales
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
<i>Concursos</i>	303	419	781	677	573	383	3.136
<i>Culturals</i>	377	386	233	241	250	238	1.725
<i>Esports</i>	46	78	48	81	52	35	340
<i>Ficció</i>	4.628	4.044	3.181	3.233	2.696	2.100	19.882
<i>Informació</i>	1.673	1.532	1.443	1.629	1.473	1.403	9.153
<i>Infoxou</i>	246	65	6	41	250	326	934
<i>Miscel·lània</i>	831	975	1.197	1.214	1.272	1.537	7.026
<i>Musicals</i>	16	6	245	514	420	447	1.648
<i>Altres</i>	1		1	1	1	2	6
<i>Programes de vendes</i>	520	967	1.446	521	567	635	4.656
<i>Religiosos</i>							0
<i>Toros</i>	1						1
Totals	8.642	8.472	8.581	8.152	7.554	7.106	48.507

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Gràfic 5. Distribució anual de les emissions de Telecinco per gèneres. Període 1998-2003



Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

4.6. Antena 3 TV

Els dos pilars bàsics d'aquesta cadena són la *ficció* i la *informació*, les quals contribueixen globalment amb un 36% i un 20,87%, respectivament, en la totalitat del període analitzat. S'observa un decrement notable de la *ficció*, en particular durant els dos primers anys, i un augment, entre d'altres, de la *informació*, *culturals*, *concursos* i *infoxou*. Els *programes de vendes* suposen un percentatge més elevat, fins i tot, que els espais de *miscel·lània*, especialment en els anys 2000, 2001 i 2002. Aquesta cadena tampoc no preveu en la seva programació espais *religiosos* ni *de toros*.

4.7. Canal +

Canal + es diferencia per una rellevància destacada de la *ficció*, que supera el 40% de la programació tots els anys. Com a segon gènere prioritari, tot i que amb una diferència notable, hi ha els *esports*, amb percentatges propers al 20% el 2001 i el 2002. Els *programes culturals* i la *miscel·lània* mantenen percentatges similars (13,39% i 11,64%, respectivament), amb una evolució a l'alça de la *miscel·lània* a partir de l'any 2002.

Curiosament, només hi ha emissions catalogades com a *concursos* durant el 1999. Tampoc no s'emeten espais relatius a *programes de vendes* ni *religiosos*.

Aquesta cadena emet programes en obert (gratuïts) i codificats. En els oberts inclou programes informatius, magazins i informatius esportius, i reserva el cinema, els esports i els documentals per als espais codificats.

5. Conclusions

Com a resum de l'anàlisi individualitzada anterior i, tenint en compte la titularitat i l'àmbit de les cadenes, en podem destacar les conclusions següents:

Cadenes estatals públiques

- La cadena TVE-1 emet tot tipus de gèneres i té dos pilars bàsics en la programació: la *ficció* (33,46%) i la *informació* (31,38%). Alhora, la segona cadena (La 2) s'ha especialitzat en espais *culturals* (31,95%), sense oblidar la *ficció* (19,46%) i la *informació* (15,84%).

Cadenes autonòmiques públiques

- Les cadenes autonòmiques segueixen una pauta similar a les anteriors. A TV3, hi predomina la *ficció* (42,06%) per sobre de la *informació* (26,87%) i, a través de la segona cadena (K3/33), es prioritzen els espais *culturals* (33,80%). A diferència de les homòlogues estatals, s'observa que les cadenes autonòmiques no difonen espais relatius a *toros* i *programes de vendes*.

Cadenes estatals privades en obert

- Les cadenes privades gratuïtes Telecinco i Antena 3 TV mantenen, també, com a gèneres predominants en les programacions la *ficció* (40,99% i 36%, respectivament) i la *informació* (18,87% i 20,87%, respectivament). A més, apareixen els *programes de vendes*, que no hi ha a les cadenes públiques (tret d'algunes excepcions a TVE-1 els anys 2001 i 2002). En cap cas no s'emeten espais *religiosos* ni *de toros*, tret del cas esmentat anteriorment (T5).

Cadenes estatals privades de pagament

- La cadena privada de pagament Canal + és líder en *ficció* (42,71%) i és la que emet més en espais d'*esports* (17,92%), gèneres en què basa el 60% de la programació. No inclou a la graella de programació espais *religiosos* ni *programes de vendes*.

En general, s'observa una dinàmica de programació multi-gènere adreçada a públics majoritaris. Al marge dels dos o tres pilars bàsics, propis de l'estratègia particular, cada cadena acoloreix l'oferta partint dels gèneres restants, encara que la frontera entre cadenes públiques i privades és força difusa.

Les possibles diferències entre les diferents ofertes estan determinades per la voluntat d'adquirir el lideratge (TVE-1, TV3, Telecinco, Antena 3 TV) o per ser complementàries (La 2, K3/33, Canal +) i adreçar-se a segments o a *targets* concrets.

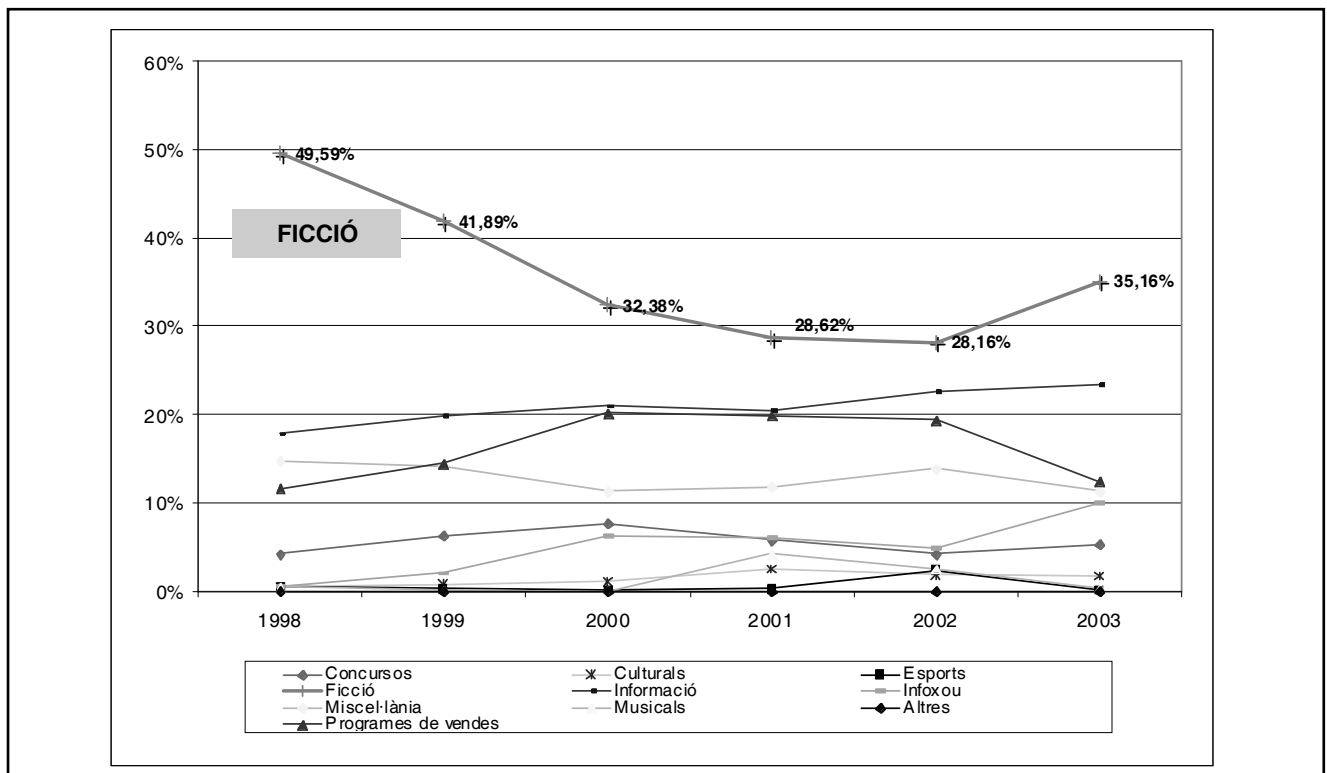
Destaquen les contribucions a la *ficció*, especialment per part de TV3, Telecinco i Canal +, a la *informació* (TVE-1, TV3, Antena 3 TV), i *culturals* (La 2, K3/33). La *miscel·lània* es manté estable en totes les cadenes, amb contribucions

Taula 6. Nombre d'emissions d'Antena 3 TV classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	Antena 3 TV						Totales
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Concursos	353	480	620	475	343	444	2.715
Culturals	35	61	92	203	151	147	689
Esports	37	25	10	25	197	12	306
Ficció	4.135	3.231	2.588	2.307	2.281	2.899	17.431
Informació	1.480	1.534	1.675	1.675	1.841	1.925	10.107
Infoxou	51	160	499	501	392	822	2.425
Miscel·lània	1.233	1.095	901	957	1.121	930	6.237
Musicals	37	14	2	339	200	26	618
Altres	1	1	1	1	2	2	8
Programes de vendes	977	1.112	1.605	1.602	1.567	1.019	7.887
Religiosos							0
Toros							0
Totals	8.339	7.713	7.993	8.062	8.100	8.216	48.507

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Gràfic 6. Distribució anual de les emissions d'Antena 3 TV per gèneres. Període 1998-2003



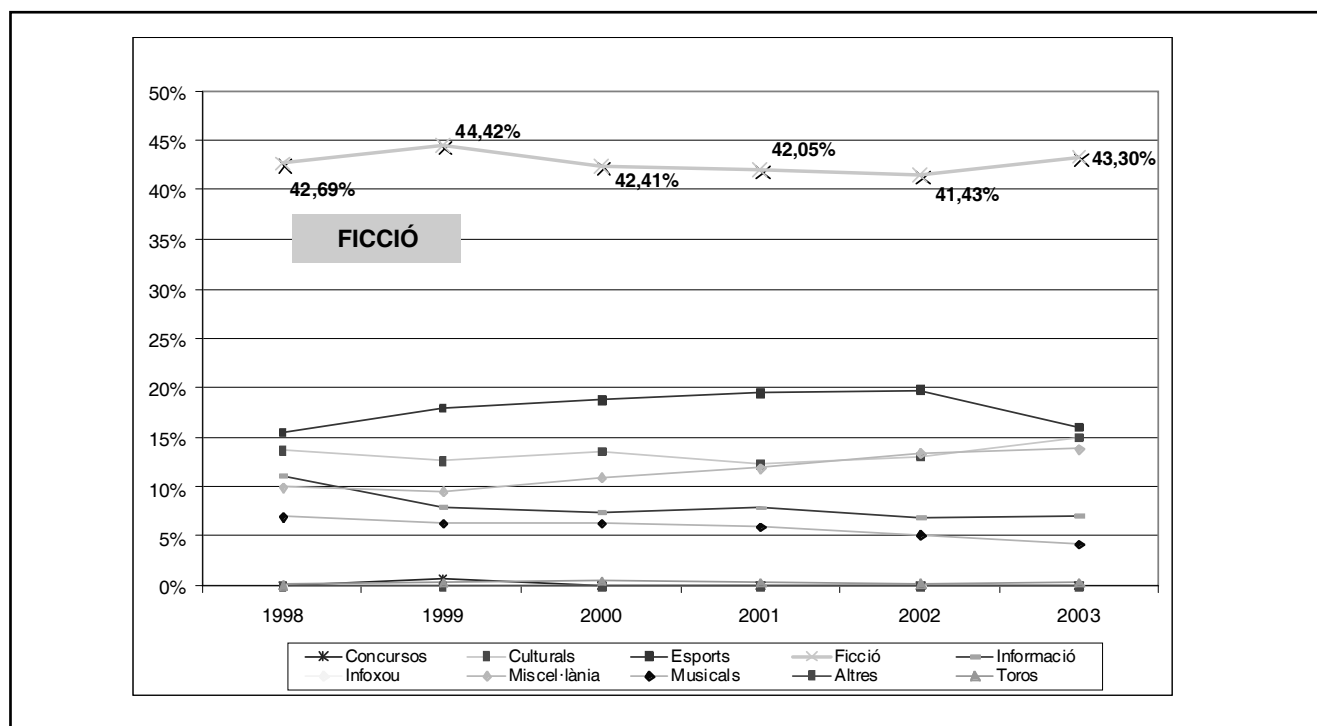
Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Taula 7. Nombre d'emissions de Canal + classificades per gèneres. Període 1998-2003

Gèneres	Canal +						Totals
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Concursos		50					50
Culturals	1.093	965	1.062	967	1.056	1.230	6.373
Esports	1.244	1.367	1.463	1.547	1.594	1.316	8.531
Ficció	3.421	3.385	3.306	3.325	3.336	3.559	20.332
Informació	887	614	577	625	550	588	3.841
Infoxou							0
Miscel·lània	792	729	857	941	1.083	1.140	5.542
Musicals	563	481	495	474	413	352	2.778
Altres	1	1			1	1	4
Programes de vendes							0
Religiosos							0
Toros	12	29	36	28	20	34	159
Totals	8.013	7.621	7.796	7.907	8.053	8.220	47.610

Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

Gràfic 7. Distribució anual de les emissions de Canal + per gèneres. Període 1998-2003



Font: elaboració pròpia a partir de les bases de dades d'emissions de TNS Audiencia de Medios.

entre un 8,09% a un 14,48%. Així mateix, hi ha una notable contribució dels *musicals* al K3/33, amb un percentatge del 14% i dels *programes de vendes* a Antena 3, amb un 16,29%. Finalment, s'ha de citar la contribució als *esports* que lidera el Canal +, seguida per La 2 i el K3/33.

No hi ha cap mena de dubte que la televisió és un reflex dels canvis i de l'evolució de la societat. Quines estratègies de programació predominaran en un futur proper? La forta segmentació del mercat, la fragmentació de l'audiència i la consolidació de les noves tecnologies (televisió IP, televisió en terminals mòbils) són elements clau que influiran en la graella de programació i els seus gèneres, com també en els futurs formats televisius.

Al final de la dècada, serà interessant establir una nova comparativa que mostri els canvis experimentats i permeti analitzar l'evolució i l'adaptació al nou entorn mediàtic influït pels hàbits i els costums del ciutadà del segle XXI.

Bibliografia

BLUE, R.; LINDHEIM, R. *Programación de las cadenas de televisión en horarios de máxima audiencia*. Traducció d'E. Hernández. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1989.

CEBRIÁN, M. *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3, 1992.

CONTRERAS, J. M.; PALACIO, M. *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis, 2001

FUENZALIDA, V. *Televisión abierta y audiencia en América latina*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

GÓMEZ-ESCALONILLA, G. "Historia de la programación televisiva en España". A: *Telos*, núm. 52. Madrid: Fundación Telefónica, 2002, p. 27-35.

JAUSET, J. À. "La audiencia de televisión en Cataluña (1998-2003). Estudio estadístico de los niveles, la variabilidad y la relación con la oferta genérica. Tesis doctoral. Barcelona: Departament de Comunicació de la Facultat de Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull (URL), 2006.

WOLF, M. "Géneros y televisión". A: *Anàlisi*, núm. 9. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), 1984, p. 189-198.

El deute de Sogecable i Prisa: anàlisi i gènesi d'una estratègia empresarial global d'alt risc¹

Núria Almiron

- *Aquest article analitza el deute financer dels grups Sogecable i Prisa en el context de la seva història corporativa. L'objectiu és fer una valoració dels resultats d'una estratègia comercial i empresarial executada en un marc, el del capitalisme financer, que fomenta el gegantisme i la concentració en els sectors productius àlgids, com és el cas de les indústries culturals. L'article estudia quines han estat les inversions que han provocat el grau d'endeutament actual de Sogecable i conclou que, impulsat per una estratègia de creixement comuna a la dels grans grups de comunicació global, el grup Prisa ha assolit uns nivells de risc financer que hi són propers, sense acostar-se, però, ni a la seva envergadura ni als seus resultats.*

Paraules clau

Sogecable, Prisa, endeutament, estratègia corporativa, capitalisme financer, risc.

Introducció

El grup Sogecable, avui dia ja integrat plenament des del punt de vista comptable al grup Prisa, ha constituït fins ara l'aventura corporativa audiovisual de més envergadura duta a terme amb capital privat a l'Estat espanyol. Nascut com a Sociedad de Televisión Canal Plus el 1989, representa l'aposta econòmica principal dels propietaris majoritaris del grup Prisa en la seva estratègia de diversificació i d'expansió nacional com a plataforma de comunicació multimèdia –juntament amb la penetració en els sectors de la ràdio, la premsa escrita, la televisió local, el món editorial i internet. Cap, però, d'aquests darrers àmbits iguala en magnitud l'esforç econòmic realitzat a Sogecable, especialment des de 1996, moment de constitució de Canal Satélite Digital (ara Digital +).

Aquest esforç financer s'emmarca plenament en les estratègies de creixement que han protagonitzat els principals grups de comunicació al món (Segovia 2005) –basades en aliances, fusions i adquisicions, principalment–, per bé que ni Sogecable ni Prisa han assolit en cap moment una envergadura comparable als grans gegants globals. En les pàgines següents analitzem la història d'aquesta estratègia i de l'endeutament sense precedents que ha generat en el principal grup de comunicació espanyol.

- 1 Aquest text és una versió revisada i ampliada d'un capítol de la tesi doctoral de l'autora ("Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y Prisa (1976-2004)", defensada a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona el juny de 2006). L'autora vol agrair als professors Oriol Amat, de la Universitat Pompeu Fabra, i Montserrat Bonet i David Fernández Quijada, de la Universitat Autònoma de Barcelona, l'ajuda i els valuosos comentaris aportats en l'esborrany original d'aquest article.

Núria Almiron

Professora del Departament de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona

L'expansió audiovisual i la inflació de costos de Sogecable

Sogecable, nascuda com a Sociedad de Televisión Canal Plus, S.A., no és el primer gran projecte audiovisual del grup Prisa. El 1984, el grup de comunicació ja constitueix la Sociedad General de Televisión, SA (SOGETEL) per tal de canalitzar l'activitat del grup en l'àmbit de la televisió. Aquesta iniciativa, participada en un 50% per Prisa, incorporarà posteriorment socis financers i industrials (Corporación Financiera Alba, Bankinter o el grup March, aquest darrer en posseirà un 30% a partir de 1992) que anticiparan la gran aliança que li permetrà crear, cinc anys més tard, Canal Plus, aquest cop amb un soci industrial de talla europea –Canal + França– i socis financers importants –grups BBV, March, Caja Madrid i Bankinter–, així com el recolzament d'El Corte Inglés i Fomento de Construcciones y Contratas. Com que el grup de comunicació espanyol no posseïa un paquet de control de la societat Canal Plus –té el 25% del capital social o menys–, la societat audiovisual no es pot integrar en els comptes de Prisa i manté una comptabilitat independent com a empresa associada fins al 2005, tot i que la gestió la dirigeix Prisa seguint el model de negoci de pagament de Canal+ a França. Això impedirà que els guanys de Canal Plus es reflecteixin en els guanys de Prisa de forma integral (només ho faran de forma equivalent al capital social controlat), però també impedirà que s'hi reflecteixin íntegrament les pèrdues.

Hem de recordar que els començaments de la televisió privada van ser difícils des del punt de vista econòmic, en un moment en què el mercat publicitari travessava una recessió molt important. Canal Plus, malgrat requerir d'aportacions elevades per part dels socis, tenia l'avantatge de no dependre financerament de la publicitat i és, de fet, la televisió privada amb una evolució de la xifra de negoci més regular fins al 1996 (Bergés 2004, 185-186). El negoci radicava a assolir un nombre d'abonats suficient per cobrir els costos d'emissió, el lliandar de la rendibilitat dels quals s'havia fixat en el mig milió de subscriptors. Aquesta xifra es va superar el 1992, al cap de dos anys d'haver-se llançat, i el 1993 va obtenir els primers beneficis. El 1994, el 95% dels ingressos procedia dels abonats i el 1995, quan s'arriba al milió d'abonats, obté el seu millor resultat. A partir de 1997, ja rebatejat com a Sogecable, el grup audiovisual liderat per

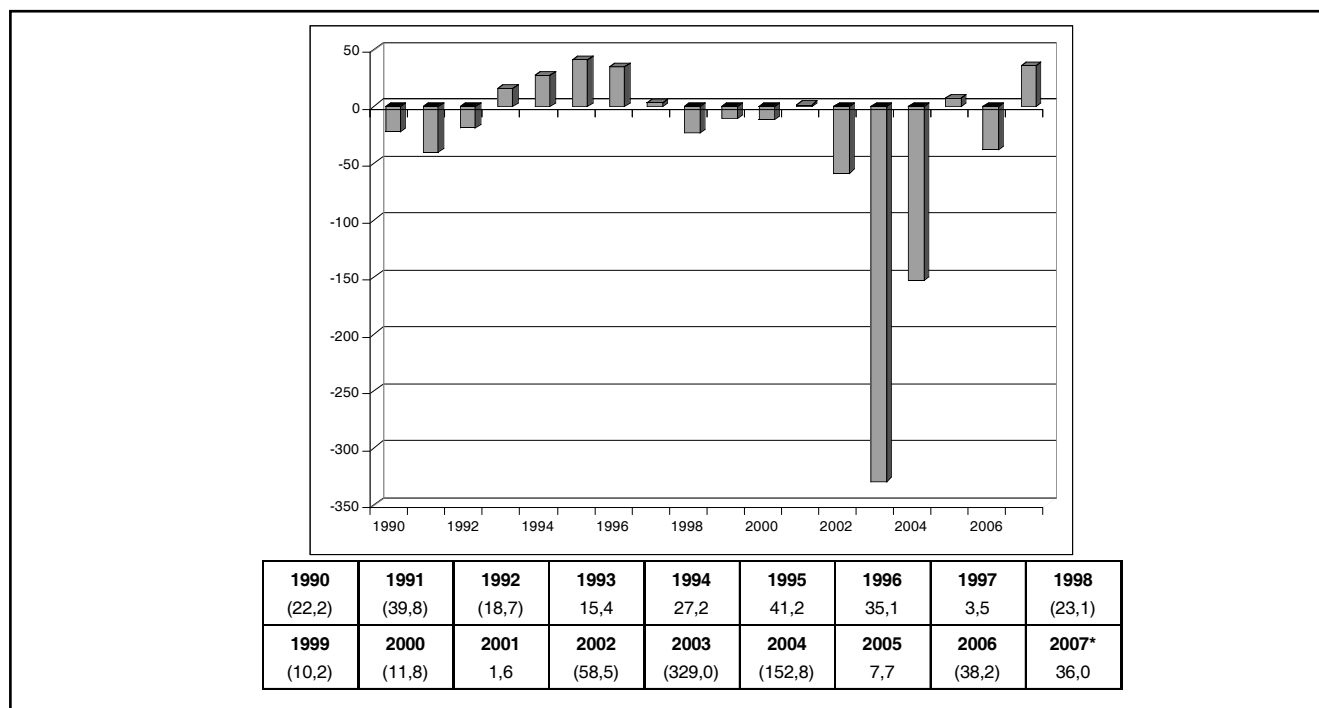
Prisa entra de nou en un important cicle de pèrdues pràcticament fins avui.

El llançament de la plataforma de televisió digital de Sogecable (Canal Satélite Digital o CSD, ara Digital +), la fusió amb Vía Digital i el llançament del canal de televisió privada en obert Cuatro, suposen en el seu conjunt reptes financers d'una envergadura inèdita fins aleshores en el sector de la comunicació a l'Estat espanyol. Reflecteixen de forma paradigmàtica la mecànica de funcionament del capitalisme financer, on, com diu Segovia, “la màxima de la supervivència ve garantida únicament gràcies a la creació de companyies cada cop més grans que operen en un mercat oligopòlic”, on la talla és el factor excloent, perquè deixa fora els petits i mitjans mentre facilita noves oportunitats de negoci als grans, ja que la mida esdevé un element indispensable per poder obtenir les línies de crèdit imprescindibles per poder afrontar els nous desafiaments (Segovia 2005, 42). En el cas del sector de la comunicació, profundament transformat pels canvis tecnològics i legals dels darrers vint anys –sobretot a través de la convergència digital i dels processos de liberalització, privatització i desregulació–, ens trobem amb un escenari ja de per si molt intensiu en capital que, en contextos politicoeconòmics singulars, com el cas espanyol, amb les rivalitats polítiques afegides a les estratègies empresarials, multiplica la inflació original.

Així, als costos tècnics de llançament d'una plataforma de televisió digital per satèl·lit, Sogecable hi va veure afegides dues guerres comercials contra l'altra plataforma del mercat, Vía Digital, propietat d'una companyia, Telefónica, molt propera al govern del Partit Popular. Es va tractar de l'anomenada guerra del futbol (pel cost dels drets del *pay-per-view* del futbol) i la guerra pels drets cinematogràfics, emmarcades ambdues en un escenari de confrontació molt més ampli, la guerra digital (pels decodificadors i les fiances dels abonats) (Martínez Soler 1998).

Com va explicar amb detall en el seu moment Martínez Soler (1998), la guerra pels drets dels partits de futbol en pagament per visió va portar Sogecable a comprometre fortes sumes amb els equips. Fins a la temporada 1995-1996, Canal Plus pagava poc més de 12 milions d'euros pels drets de la Lliga de futbol professional. En acabar aquella temporada, la Lliga espanyola s'havia convertit en la més cara del món –la lliga de les estrelles, en què els clubs havien gastat totes les bestretes a compte dels drets audio-

Quadre 1. Evolució dels resultats nets de les societats Canal Plus (1990-1995) i Sogecable (1996-2007) (en milions d'euros)



Font: Hemeroteca d'El País i comptes anuals de Canal Plus/Sogecable. Entre parèntesis, les xifres negatives.
* Fins al 30 de juny.

visuals en fitxatges multimilionaris— i Canal Plus arribava a oferir més de 1.200 milions d'euros pels drets de set temporades. Una xifra que, en paraules de Martínez Soler, només uns mesos abans s'hauria considerat “extravagant” (1998, 106) però que no serviria per aconseguir els preuats drets.

Antonio Asensio, president d'Antena 3 TV i accionista dominant, havia aconseguit els contractes principals de retransmissió. N'havia trencat el blindatge tradicional gràcies a la inexistència en els contractes —redactats en temps de televisió analògica— de cap consideració envers el pagament per visió o *pay-per-view*. El procés va desembocar en el fet que, en començar la temporada de la Lliga 1996-1997, els drets del futbol espanyol estiguessin dividits en dos i les cadenes de televisió que els posseïen, per les particularitats del sistema de drets de retransmissió d'esdeveniments esportius, estaven condemnades a arribar a un acord —o a la ruïna econòmica dels clubs i de les cadenes, que ja havien compromès les retransmissions i els fitxatges. Però la conseqüència més gran i principal d'aquella guerra de drets fou

la inflació dels costos de la retransmissió de continguts audiovisuals vitals per a l'èxit de les futures plataformes de televisió digital per satèl·lit.

A les acaballes, com és ben sabut, els drets es varen aglutinar en una societat de nova creació, Audiovisual Sport, formada per Sogecable, Antena 3 TV i TV3, en un primer moment, i per Sogecable, Telefónica i TV3 poc després, en vendre Antonio Asensio el seu paquet d'Antena 3 TV a l'operador de telecomunicacions espanyol (i a l'inici de la temporada 2007-2008, immersa en un conflicte d'interessos amb qui havia de ser el seu nou soci, el grup Mediapro). El gener de 1997, Canal Satélite Digital (CSD) va començar a emetre amb els mateixos drets de futbol que ja tenia Canal Plus, més els drets del *pay-per-view*, però havia hagut de realitzar un desemborsament de 90 milions d'euros addicionals a Audiovisual Sport per poder tenir l'exclusiva de pagament per visió dels partits que no es jugarien en dissabte o diumenge per les temporades 1998-2003. Tenint en compte que el 40% d'Audiovisual Sport havia acabat en

mans de la plataforma rival, Vía Digital, de Telefónica, es pot considerar que el sobrecost produït a la factura del futbol arran de totes aquelles guerres politicomediàtiques va ser, en bona part, assumit per Sogecable.²

El marc d'extrema competència en què van néixer les dues plataformes de televisió digital per satèl·lit va afectar també de forma considerable l'altre gran paquet de continguts considerat com a crític per al seu èxit: els drets sobre el cinema. En aquest sentit, l'informe d'auditoria de CSD per a l'exercici 1997 recull que, a conseqüència del llançament de l'activitat i l'inici de les emissions en tecnologia digital, la societat havia hagut de signar un crèdit sindicat amb diverses entitats bancàries per més de 360 milions d'euros.

Al final de 1997, la pugna entre les dues plataformes va resultar en una guerra oberta per aconseguir els millors continguts cinematogràfics, que va suposar una alça insòlita dels preus al mercat dels drets audiovisuals. La competència ferotge entre les dues plataformes digitals espanyoles davant de les productores nord-americanes per aconseguir els millors paquets de cinema en exclusiva va produir una inflació de preus que Sogecable, que va ser qui finalment els va aconseguir gairebé en la seva totalitat, va haver d'assumir pràcticament en solitari. Mentre Vía Digital es va quedar amb els drets de la Metro Goldwyn Mayer, Canal Satélite Digital va arribar a acords amb les set grans productores de cinema o *majors* dels Estats Units: Fox, Paramount, Sony (Columbia), Universal, Disney (Buena Vista), Dreamworks i, molt especialment, Time Warner. Només el contracte en exclusiva amb Time Warner, d'una durada de deu anys (1997-2007), va suposar el compromís de pagament de 541 milions d'euros.³

La guerra entre plataformes va tenir un darrer cost ines-

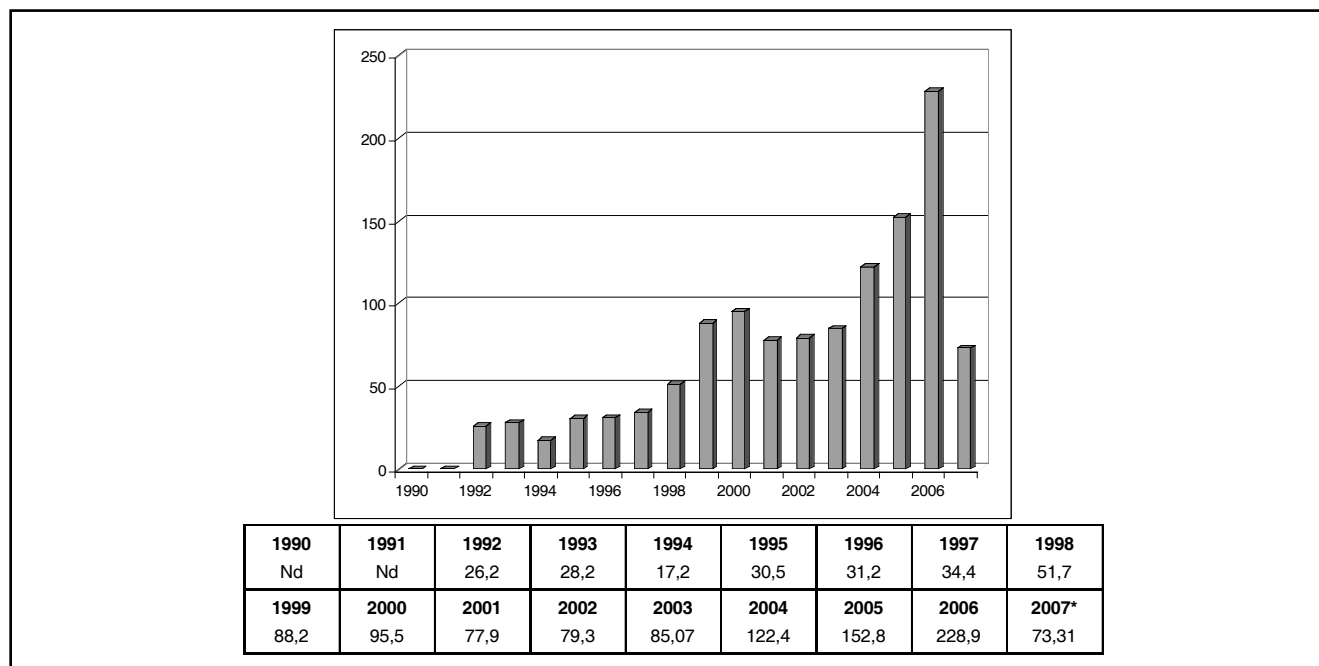
perat per Sogecable. La fusió de CSD i Vía Digital va significar la despesa més rellevant de totes les realitzades fins aleshores pel grup Prisa. La reestructuració d'activitats que donaria llum a la nova Digital+, per integració de les dues plataformes del mercat, va tenir un cost de 126,9 milions d'euros només entre el gener i el setembre de 2003, segons va informar Sogecable a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV). D'aquest paquet de costos, 113 milions d'euros van correspondre a programació, fonamentalment a la cancel·lació de serveis de proveïdors de canals temàtics, i 13,9 milions a despeses relacionades amb serveis tècnics, lloguers i indemnitzacions a personal. Però la xifra total de la reestructuració superaria amb molt aquests valors. En el fullet d'ampliació de Sogecable amb motiu de la integració de les dues plataformes, s'avaluava que el preu final de la fusió podia estar entre els 300 i els 400 milions d'euros, que s'havien de repartir entre els exercicis 2003, 2004 i 2005 (Sogecable 2003, 0-7). De fet, Sogecable atorga a la fusió de CSD amb Vía Digital la responsabilitat principal de les pèrdues que va declarar el grup els exercicis 2003 i 2004. Posteriorment, a aquestes pèrdues s'hi sumarà la inversió realitzada pel llançament de Cuatro (Sogecable 2006, 10).

El març de 2005, Sogecable va demanar al Govern espanyol la modificació de les condicions del contracte de prescripció de servei públic de televisió subscrit el 1989 per tal d'eliminar la restricció del nombre d'hores d'emissió en obert. El Consell de Ministres va prendre la decisió, no exempta de polèmica, de concedir l'autorització esmentada, i el 7 de novembre de 2005 Sogecable va tancar l'emissió de Canal Plus, en la seva versió analògica, i va començar l'emissió del canal de televisió en obert i d'àmbit nacional Cuatro. El 2006, primer any complet de funcionament de

2 L'escenari fins i tot va donar lloc a una llei (Llei 21/1997, de 3 de juliol, reguladora de les emissions i retransmissions de competicions i esdeveniments esportius), que el Partit Popular es va apressar a legislar per tal que la plataforma digital de Telefónica no quedés exclosa del pastís de les retransmissions de futbol, cosa que finalment no va succeir gràcies a l'entrada de l'operador de telefonia a Audiovisual Sport arran de la compra del paquet d'Antena 3 TV en mans d'Antonio Asensio.

3 El febrer de 2000, Warner Bros International Television, companyia del grup Time Warner, va exercir l'opció de compra que tenia pel 10% de Canal Satélite Digital (amb la qual cosa es va convertir en el segon accionista de la plataforma). Aquesta operació es va realitzar en virtut de les condicions pactades tres anys abans, durant la fase de compra dels drets audiovisuals, i podria significar que alguna part del deute de Sogecable a Time Warner es podria haver saldat amb aquest paquet d'accions, tot i que no ha estat possible verificar-ho. Les diverses actuacions conjuntes que engegarien Sogecable i Time Warner a partir de 1997 (per produir canals temàtics, en la distribució i per l'exhibició) també han de ser considerades des d'aquesta òptica. Posteriorment, el 2006, Sogecable compraria les participacions de Warner a Canal Satélite Digital i Cinemania

Quadre 2. Evolució dels resultats nets del grup Prisa (1990-2007) (en milions d'euros)



Font: Hemeroteca d'*El País* i comptes anuals del grup Prisa.

Nd: No disponible.

* Fins al 30 de juny.

Cuatro, aquest nou canal va comportar 98,8 milions d'euros de pèrdues per a Sogecable, pèrdues que provoquen que el grup torni als resultats negatius, com vèiem en el quadre 1 –que, a més, segons l'auditor de Sogecable, Deloitte and Touche, són més del doble de les declarades en realitat (82,6 milions en lloc dels 38,2 indicats per Sogecable).

L'elevat endeutament de Sogecable no repercuteix en els resultats del grup Prisa de forma directa (com es pot veure en el quadre 2) però és una espasa de Dàmocles que incrementa l'ombra de risc financer que projecta sobre la matriu, especialment a partir de la integració completa de Sogecable en el grup multimèdia, després del llançament d'una oferta pública d'adquisició (OPA) d'aquest segon sobre el primer per controlar-ne la propietat el 2005.⁴

L'execució d'aquesta OPA es realitzarà també amb un sobrecost considerable, atès que al novembre de 2005 Prisa va pagar pel 20% de Sogecable gairebé 1.000 milions d'euros, que és la xifra total de l'operació sobre la base d'una acció que aleshores cotitzava a 37 euros. La cotització de Sogecable va perdre, pocs mesos després, fins a un 30% del valor, i així seguia al cap de dos anys. L'esforç financer realitzat per Sogecable i per Prisa en la seva estratègia d'expansió queda, però, reflectit sense possibilitat de maquillatge en el grau d'endeutament assolit per tots dos grups, com es pot veure en les quadres 3 i 4.

L'impacte del cost de l'OPA sobre Sogecable no és l'única raó per la qual el deute del grup Prisa es va multiplicar per quatre entre el 2005 i el 2006, però sí que n'és la principal.⁵

4 Control que manté fins avui dia. El 2007, la propietat de Sogecable estava repartida de la forma següent: grup Prisa (43%), grup Telefónica (17%), grup Vivendi (4%) i Eventos (3%). La resta, un 33%, cotitza en borsa.

5 L'endeutament de Prisa també creix principalment arran de les OPA llançades entre el final de 2006 i el principi de 2007 sobre el 100% del grup audiovisual portuguès Media Capital, que passa a consolidar-se per integració global i, per tant, a estar sota el control absolut del grup Prisa a partir de l'exercici 2007.

Per bé que la política d'inversions nacionals i internacionals de Prisa no arranca en aquestes dates, com és ben sabut, ja que el grup de comunicació ja havia consolidat un deute gens menyspreable abans de 2005 amb un llarg reguitzell de compres multimilionàries.⁶

És important recordar, addicionalment, que la major part de l'endeutament és amb entitats financeres i que el deute bancari acumulat pot ser superior al deute net per un exercici anual concret. Així, el 31 de desembre de 2006, el deute bancari de Prisa era de 3.095 milions d'euros (mentre que el deute financer net era de 2.555,7 milions). En el cas de Sogecable, el deute bancari era de 916,1 milions d'euros el 30 de juny de 2007, un cop ja integrada totalment a escala comptable en el grup Prisa.

L'endeutament de Sogecable en el context del sector de la comunicació nacional i internacional

Dins el mercat espanyol, el grup en què s'integra Sogecable és, sense cap mena de dubte, el que ha realitzat una estratègia de creixement més agressiva dins del sector de la comunicació mediàtica.⁷ Ara bé, els resultats d'aquesta estratègia es fan més evidents en l'endeutament, a gran distància de la resta de grups multimèdia, que en els ingressos i els beneficis. És a dir, Prisa és "gran" sobretot en deute acumulat. Només Telefónica, que incloem aquí principalment per la seva línia de negoci amb Imagenio, el supera.

Però Telefónica no concentra la seva activitat en l'àmbit de la comunicació mediàtica i, després d'una experiència curta, però desastrosa, de penetració en mitjans, ha tornat a ocupar-se, com a tasca prioritària, del que li és propi com a operadora de telecomunicacions. En qualsevol cas, l'incorporem també a la taula 1 perquè ens il·lustra comparativament el desequilibri financer. Si prenem com a mesura del risc financer de Telefónica el nivell d'endeutament (59.057 milions d'euros) envers l'EBITDA (marge brut d'exploració)⁸ declarat als comptes anuals de 2006 (19.126 milions d'euros), obtenim una ràtio del 3,1. Aquesta ràtio superior a 1 és la que motiva que habitualment es consideri que l'operadora manté un desequilibri financer excessiu, a causa, essencialment, de l'elevat endeutament.

Seguint aquesta mateixa fórmula, el nivell d'endeutament del grup Prisa dóna una ràtio a partir de l'EBITDA declarat (324 milions d'euros) propera a 8 per a l'exercici 2006. Només el grup Godó obté una ràtio similar (de 7,4) el 2005, amb un deute acumulat de 142 milions d'euros i un EBITDA de 19 milions. Però malgrat el desequilibri financer evident, el deute del grup Godó té una magnitud en termes absoluts del tot assumible per les entitats financeres, creditors principals, cosa que no succeeix amb Prisa i Sogecable, que han hagut de renegociar l'endeutament diverses vegades amb la banca (per exemple, i molt destacadament, després de la fusió de CSD amb Vía Digital).

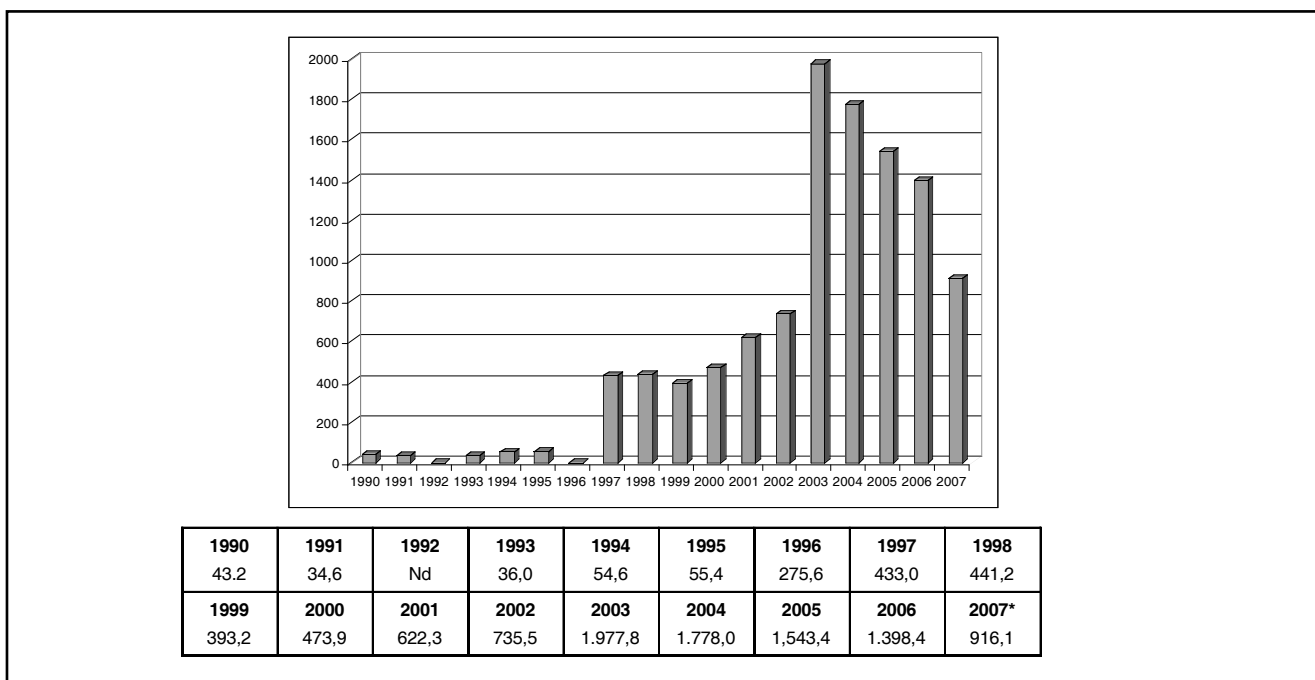
La resta de grups indicats tenen uns nivells d'endeutament molt reduïts o, fins i tot, inferiors a 1. El més important és el que manté Antena 3 TV. Tot i així, la ràtio d'endeu-

6 Per exemple, el 1993 va comprar el 49% d'Impulsora de Empresas Periodísticas, S.A., editora del diari mexicà *La Prensa*, per 77 milions d'euros; el 2000 va pagar més de 48 milions d'euros pel 100% de Gerencia de Medios; el 2001 va invertir 60 milions d'euros en el 50% de la societat mexicana Radiópolis, i el 2003 va adquirir el 100% de l'Editorial brasilera Moderna per 82 milions d'euros, entre moltes altres compres de paquets d'accions de societats pels quals, des de 1976, ha pagat xifres d'entre 1 i 20 milions d'euros (Font: Informes anuals).

7 Emprem el concepte *comunicació mediàtica* en el sentit actualitzat de comunicació de masses que assenyala García Jiménez (2007).

8 El marge brut d'exploració fa referència als beneficis abans de les deprecacions, les amortitzacions, les reestructuracions de costos i altres ingressos/despeses. En els comptes anuals de Telefónica, el trobem esmentat com a "Resultat operatiu abans d'amortitzacions". Respon també a la sigles en anglès EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*).

Quadre 3. Evolució del deute del grup Sogecable (1990-2007) (en milions d'euros)



Font: Hemeroteca d'*El País* i comptes anuals del grup Sogecable.

* Deute bancari el 30 de juny.

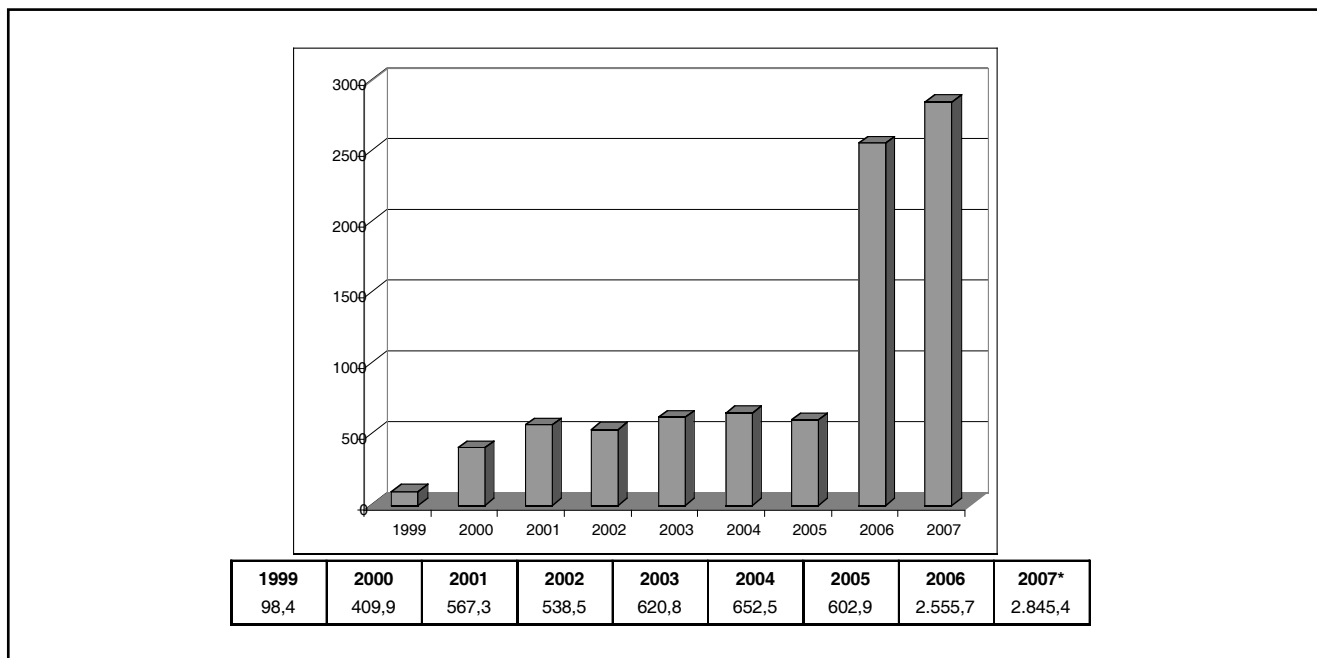
tament del grup controlat per Planeta deAgostini gairebé no superava els dos punts el 2006. Sogecable, primer, i ara Prisa directament han assolit uns nivells de risc financer inèdits en el sector de la comunicació a l'Estat espanyol, que fins i tot superen els generats per l'estratègia d'expansió corporativa insigne a l'Estat espanyol en aquest àmbit, la protagonitzada pel grup Telefónica.

Finalment, i en darrer lloc, no podem deixar de comparar els resultats del grup matriu de Sogecable amb els de les principals empreses de comunicació internacionals. Especialment perquè amb la cartera d'adquisicions parcials o totals realitzada en els darrers anys per Prisa es fa palès que el grup espanyol té ambicions d'internacionalització manifestes, principalment en el mercat iberoamericà. Però sobretot perquè aquesta estratègia d'expansió, amb uns nivells d'endeutament elevats com a tret principal, es correspon amb la seguida pels grans grups internacionals.

Com es pot veure en la taula 3, Prisa es manté a gran distància en ingressos i beneficis dels grans gegants de la comunicació global, però la distància és menor pel que fa al nivell d'endeutament, si deixem a part l'aberració financera que arrossega Time Warner des de la fusió amb AOL –sigles que ja han desaparegut del nom del grup. La taula inclou també les dades financeres de l'altre gran grup de comunicació en el mercat iberoamericà, Televisa, molt més equilibrades que les del grup espanyol, amb la meitat del deute i el doble de beneficis, malgrat posseir una xifra d'ingressos menor. Televisa també ha imprès un ritme de creixement molt agressiu a les seves activitats, però ha aconseguit conjugar un equilibri més elevat entre els ingressos i les despeses o, el que és el mateix, ha mantingut uns nivells d'endeutament alts però més propers al nivell que aquesta empresa ocupa en el rànquing mundial, en un segon pla de l'escenari global.⁹

9 Fent referència al mapa de grups que Herman i MacChesney van traçar el 1999 i que ha servit com a inspiració per a classificacions posteriors (per exemple, Miguel de Bustos 2003).

Quadre 4. Evolució del deute del grup Prisa (1999-2007) (en milions d'euros)



Font: Hemeroteca d'El País i comptes anuals del grup Prisa.

* Fins al 30 de juny.

Taula 1. Principals dades econòmiques dels grups audiovisuals o multimèdia més importants a l'Estat espanyol (2006) (en milions d'euros)

Grup	Ingressos totals	Resultats nets	Deute financer	Deute bancari (inclòs dins financer)
Telefónica	52.901	6.579	59.057	29.557
Prisa	2.728	230	2.556	2.464
Antena 3 TV	1.002	290	687	208
Gestevisión Telecinco	979	314	79	78
Vocento	869	83	44	Nd
Godó *	311	22	142	49

Font: Informes anuals.

* Exercici 2005.

Nd: No disponible.

Taula 2. Ràtio d'endeutament (exercici 2006)

Grup	Deute financer (milions d'euros)	EBITDA (marge brut d'explotació en milions d'euros)	Ràtio
Telefónica	59.057	19.126	3,1
Prisa	2.556	324	7,9
Antena 3 TV	687	311	2,2
Gestevisión Telecinco	79	440	0,2
Vocento	44	65	0,7
Godó *	142	19	7,4

Font: Informes anuals.

* Exercici 2005.

Taula 3. Dades financeres dels principals grups de comunicació globals (2006) (en milions d'euros)

Grup	Ingressos	Resultats nets	Deute financer
Time Warner (EUA)	31.800	4.700	25.000
Walt Disney Co. (EUA)	24.700	2.400	9.700
Vivendi Universal (França)	20.000	2.600	4.300
Bertelsmann AG (Alemanya)	19.300	2.400	6.800
News Corporation (EUA)	18.200	1.700	8.200
NBC Universal -GE (EUA)	11.500	2.100	8.000*
Viacom Inc. (EUA)	8.300	1.100	5.000
Prisa (Espanya)	2.700	230	2.800**
Televisa (Mèxic)	2.500	560	1.200

Font: Informes anuals. Xifres arrodonides a les centenes per a la conversió de dòlars a euros.

* Deute global de General Electric, propietari majoritari de NBCU.

** El 30 de juliol de 2007.

Conclusions

Les regles de joc del mercat pretesament liberalitzat imposen una concentració empresarial que no ha deixat d'incrementar-se en les darreres dècades. Els gegants corporatius que s'han anat conformant ho han fet a partir d'estratègies de creixement financiaritzades –és a dir, basades sobretot en la fortalesa de la cotització als mercats de capitals i/o en el crèdit del sistema financer– que, a través d'operacions llampec –essencialment adquisicions i fusions–, han assolit com a tret diferencial principal un fort endeutament. Un endeutament a llarg termini i eminentment bancari que manté l'equilibri sobre un tall d'allò més esmolat. D'una banda, no hi pot haver un creixement accelerat i guanys ràpids sense endeutament. I, per tant, un deute elevat és sinònim de moltes possibilitats d'èxit a curt o a mitjà termini, cercat delerosament pels mercats de capitals. Però, simultàniament, un excés de deute representa un excés indesitjat de risc que també pot ser penalitzat pel mateix sistema que fomenta i premia viure a crèdit. Com que, a més, les cotitzacions i les inversions es mouen, principalment, en funció d'expectatives –la cotització en borsa no depèn dels resultats financers actuals i reals, sinó dels resultats futurs potencials esperats–, tot plegat genera un escenari imprevisible (per més que alguns s'entestin a aparentar que el poden predir, com criticava Galbraith).

Un escenari, a més, que com demostren les diferents crisis esdevingudes al llarg de la història del capitalisme financer (la de la banca hipotecària com a més recent) no necessita requisits racionals per acabar malament. Fer equilibris sobre un tall esmolat té aquests inconvenients. Els grups Vivendi i Kirch i, en menor escala, Telefónica, ho han experimentat a bastament en els darrers anys. Vivendi i Telefónica van desinvertir a cuita corrents de les principals aventures expansionistes en mitjans de comunicació, mentre que el grup Kirch es va acabar declarant en suspensió de pagaments i va desaparèixer després d'assumir riscos financers considerats, a partir d'un moment determinat, com a excessius.

El desenllaç de Kirch és un bon exemple del que pot significar la financiarització o la immersió en la irracionalitat de l'economia virtual experimentada pel sector de la comunicació. Amb una plantilla de 10.000 persones, una facturació de 6.000 milions d'euros, i entre 8.000 i 13.000 milions

d'euros de deute el 2002, el gegant alemany va passar de ser vist com un grup en expansió agressiva a ser considerat un risc financer inassumible. Entre una percepció i l'altra no havia canviat res dins la situació financera del grup (certament precària); el que va canviar fou la percepció externa que els creditors, principalment bancaris, en tenien.¹⁰ Des d'aleshores, el cas de la caiguda de l'imperi Kirch és vist com una lliçó d'acumulació d'errors estratègics corporatius: una combinació d'excés de deute bancari i d'excés d'inversions en paquets d'altres empreses de les quals no es tenia el control (Fowler i Curwen 2002). Però, en realitat, aquesta davallada va posar en evidència una qüestió ulterior que no és altra que la situació de fallida tècnica en què es troba bona part del sector.

Aquest és l'escenari al qual s'han incorporat els grups Prisa i Sogecable –salvant totes les distàncies entre Prisa i el grup Kirch, el qual havia construït una cartera d'inversions sense control molt superior i no tenia la fortalesa editorial de Prisa.

En el cas de Prisa i Sogecable, la competència obligada perseguida per l'economia neoliberal com a recurs per combatre les desviacions naturals del lliure mercat va portar a inventar un duopoli insostenible en el sector de la televisió digital per satèl·lit a l'Estat espanyol que va tenir un cost financer altíssim per tots dos jugadors, i molt especialment pel que va haver d'assumir-ne la fusió final, després d'una guerra comercial amb un rerefons polític tan cruent econòmicament com inútil.

Des d'aleshores, Prisa, amb Sogecable, s'ha convertit en un petit gegant hispà, però en absolut en un jugador de talla global. Cercant créixer, la societat ha engolit nombroses companyies del món de la comunicació en el mercat iberoamericà que, certament, l'han engreixat en lectors, audiències i consumidors, i l'han convertit en un jugador important en aquest escenari, però sense acostar-la encara a l'envergadura dels set o vuit gegants mundials. I el seguiment de les estratègies de creixement ràpid d'aquests gegants ha tingut un preu en deute acumulat exorbitant per al grup espanyol. Les conseqüències corporatives que aquesta dependència financera, especialment bancària, poden tenir sobre un grup com Prisa són impossibles de predir, tot i que els seus efectes sobre la responsabilitat social de la companyia haurien de ser un motiu de gran preocupació en el si de qualsevol democràcia –com afecta aquesta dependència

als continguts informatius dels mitjans que formen part dels grups endeutats? Com afecta a les línies editorials? Per què gairebé no es fa recerca respecte d'aquesta qüestió? Les conseqüències de la financiarització del sistema de mitjans resten pràcticament inestudiades.

Aquí hem pogut establir, si menys no, que el grup espanyol ha assumit uns riscos a causa dels quals el seu futur, com el de la majoria de grans grups de comunicació profundament endeutats, resta en mans del sistema financer i de com decideixi avaluar les contingències actuals i les expectatives de futur. Unes expectatives que, eventualment, a principis de 2008 no són precisament bones per a Prisa: la cotització en borsa de Sogecable depèn d'elements cada cop més volàtils i conflictius, com els drets de retransmissió del futbol; el grup s'arrisca a perdre una part del recolzament polític del qual havia gaudit fins avui amb la nova estratègia de confrontació, i estan emergint projectes empresarials que bé podrien atrapar Prisa en envergadura i força (si bé Vocento no acaba de reeixir, el grup Mediapro està fent passes evidents per convertir-se en un gran conglomerat de la comunicació; i la televisió per ADSL de Telefónica, Imagenio, escala posicions dia a dia a costa dels potencials subscriptors de Digital+). La desaparició recent del fundador de la companyia –la qual, malgrat cotitzar en borsa, ha mantingut un nucli dur d'accionistes familiar– és un element d'inseguretat que s'afegeix als anteriors.

En qualsevol cas, sembla evident que el sistema comunicatiu s'expandeix arreu del globus en l'estadi actual del capitalisme financer seguint un patró similar de creixement basat en el sobreendeutament, que s'ha importat també al mercat espanyol o hispà, i que té conseqüències tan incertes com imprevisibles tant per a les corporacions com per al sistema democràtic.

- 10** Certament, la irrupció de l'amenaça del grup de Murdoch, News Corporation, com a comprador potencial d'una part del grup Kirch, i les concomitancies polítiques del cas, atès que el principal creditor bancari, el Bayerische Landesbank, era en un 50% propietat de l'Estat bavarès, van ser determinants en el canvi de percepció. Però la situació financera del grup Kirch era la mateixa abans de l'aparició en joc de Murdoch que després. El risc es torna insostenible no pas per l'empitjorament estricte de les finances de Kirch, tot i la recessió publicitària, sinó per la pèrdua de confiança virtual que el poder financer i polític, sobretot el primer, li professen a partir d'un moment determinat (Fowler i Curwen 2002).

Bibliografía

ALMIRON, N. "Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y Prisa (1976-2004)". Tesis doctoral. Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB, 2006.

BERGÉS, L. "Anàlisi econòmica i financera de TVE, Antena 3 TV, Telecinco i Canal Plus i del seu entorn (1990-2000): la mercantilització de la televisió espanyola". Tesis doctoral. Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB, 2006.

FOWLER, T.; CURWEN, P. "Can European media empires survive? The rise and fall of the House of Kirch". A: *Emerald*, vol. 4, núm. 4, 2002. P. 17-24.

GARCÍA JIMÉNEZ, L. *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos, 2007.

HERMAN, E.; MCCHESENEY, R. *Los medios globales: los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid: Càtedra, 1999.

MARTÍNEZ SOLER, J. A. *Jaque a Polanco. La guerra digital: un enfrentamiento en las trincheras de la política, el dinero y la prensa*. Madrid: Temas de Hoy, 1998.

MIGUEL DE BUSTOS, J. C. "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia". A: BUSTAMANTE, E. (ed.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003. P. 227-256.

SEGOVIA, A. I. "Gigantes globales y grupos regionales en España: una estrategia conjunta". A: *Sphera Pública*, n. 005. Múrcia: Universidad Católica San Antonio, 2005. P. 41-57.

SOGECABLE. "Folleto para la ampliación de capital de Sogecable, S.A., con motivo de la operación de integración de Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (Vía Digital)", presentat a la CNMV l'1 de juliol de 2003.

SOGECABLE. *Informe Anual 2006*. Madrid: Sogecable, 2006.

Crítica de llibres

Entendre d'on venim per saber cap a on anem

HALLIN, D. C.; MANCINI, P. *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer, 2008.

ISBN: 978-84-96913-12-7

Títol original: *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*

Traducció: Sheila Waldeck

Per Roberto Suárez Candel, investigador i professor associat del Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra.

Quan l'editorial Hacer va decidir afrontar la traducció d'aquest llibre, sens dubte va prendre una bona decisió. *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*, publicat el 2004, ha estat una de les obres acadèmiques de l'àmbit dels estudis en comunicació més reconegudes darrerament. Així ho corroboren els diversos premis i el reconeixement acadèmic que el llibre ha obtingut. Els professors Daniel Hallin i Paolo Mancini, autors del text, són continuament reclamats per universitats, centres de recerca i conferències internacionals per presentar o bé discutir el contingut de l'obra. També cal destacar l'organització de diversos seminaris internacionals per discutir les propostes de models comunicatius i la seva aplicació en països o regions no incloses en el llibre. Així doncs, poder disposar de la versió en espanyol d'aquesta obra –i esperem que potser aviat en català– era quelcom convenient per acabar d'introduir aquest llibre al nostre context de la recerca en comunicació.

Sistemas mediáticos comparados pren com a punt de partida una altra obra cabdal dels estudis de comunicació: *Four Theories of the Press* (1956). Aleshores, Siebert, Peterson i Schramm pretenien identificar els diferents mo-

dels mediàtics existents al món per tal de comprendre les diferències entre els mitjans de comunicació de cada país i les causes que hi havia darrere d'aquesta diversitat. *Four Theories of the Press* ha estat un text de referència durant prop de quatre dècades, però els canvis experimentats tant pels sistemes comunicatius com pels sistemes polítics n'aconsellaven una revisió de les propostes. Així doncs, Hallin i Mancini van afrontar aquesta tasca el 1998 i van iniciar una recerca que partia de la mateixa premissa en la qual Siebert [et al.] van fonamentar el seu estudi: no es pot comprendre el sistema mediàtic sense considerar la naturalesa de l'estat, del sistema polític i de partits, i del desenvolupament de la societat civil i la seva estructura. La novetat, però, és que a *Sistemas mediáticos comparados* es considera que els mitjans de comunicació no són una variable dependent del sistema polític. Com a resultat de l'evolució, han adquirit la capacitat d'influir tant sobre el sistema polític, i s'han reposicionat en el sistema social i han ocupat un lloc cada cop més central i bàsic per al seu funcionament. Conseqüentment, a l'hora d'afrontar la definició de models comunicatius, Hallin i Mancini prefereixen fer-ho mitjançant l'estudi dels vincles i de les interdependències que s'estableixen entre els sistemes mediàtic i polític. Els models suggerits són, doncs, sistematitzacions de les relacions entre els agents comunicatius i els agents polítics que permeten entendre la configuració actual dels mitjans.

La recerca portada a terme per Hallin i Mancini, tal com es pot constatar en diversos capítols del llibre, ha tingut molt en compte el desenvolupament històric dels contextos social i polític de les àrees geopolítiques analitzades. Per raons metodològiques, l'anàlisi ha estat limitada als països de l'Europa occidental i a Nord-amèrica. Malgrat això, reconeixen que caldria analitzar altres contextos comunicatius per comprovar si els models suggerits s'hi poden aplicar o cal adaptar-los o, segurament, en cal definir de nous. A

més, els autors emfatitzen que la seva proposta no vol ser una definició normativa de “calaixos” on es pugui anar col·locant cada país en funció dels valors que prenen un seguit de variables. Els models s'han d'entendre com a sistemes de relacions als quals cada cas particular s'acostarà d'una manera més o menys acurada, però l'objectiu final és proporcionar els elements d'anàlisi necessaris per entendre el perquè de la configuració dels mitjans en un estat o en una regió geopolítica. La proposta que recull aquest llibre sorgeix d'un estudi empíric, que assumeix el caràcter dinàmic dels models obtinguts. De fet, una de les principals conclusions és que hi ha una tendència evident envers la convergència dels models proposats.

El llibre consta de nou capítols que s'estructuren en tres parts. En la primera part, es defineix el marc teòric que fonamenta els models definits (capítols 2, 3 i 4). Així, en el capítol 2 es presenten i s'analitzen amb detall les dimensions a partir de les quals es procedeix a comparar els sistemes comunicatius. En primer lloc, es parla del desenvolupament dels mercats comunicatius, atenent a qüestions com ara la configuració del sector de la premsa: la circulació, l'índex de lectura, la tipologia de diaris, etc. A continuació, s'aprofundeix en el concepte de pluralisme polític i se n'analitzen la presència i els efectes tant en la premsa com en la radiodifusió. A més, es valora el desenvolupament de la professionalitat periodística, basada en els conceptes d'autonomia, institucionalització normativa de la professió, orientació envers el servei públic i la instrumentalització dels periodistes. Finalment, es tracta la intervenció de l'estat sobre els mitjans, i se n'observa la naturalesa i la intensitat. El capítol 3 se centra en l'anàlisi de les variables que defineixen el sistema polític. S'hi tracten, doncs, qüestions com ara les relacions entre la política i l'economia, el rol de l'estat a la societat, el tipus de democràcia i de sistema de partits, les modalitats d'organització cívica i el desenvolupament d'autoritats legals racionals o la predominància del clientelisme. En funció dels diferents valors que poden adquirir les variables presentades en aquests dos capítols i les diverses combinacions possibles, al quart capítol Hallin i Mancini introdueixen els tres models que configuren la seva proposta: el mediterrani o pluralista polaritzat, el nord-europeu o democràtic corporatiu i el nord-atlàntic o liberal.

A la segona part del llibre –capítols 5, 6 i 7–, s'analitzen en

profunditat cadascun d'aquests models. Pel que fa al mediterrani o pluralista polaritzat, es destaca que és característic de països o d'àrees amb una politització elevada. L'estat i els partits polítics juguen un paper rellevant en moltes àrees de la vida social. Per la seva part, la ciutadania mostra una lleialtat política arrelada i diversificada. En conseqüència, es fa difícil definir amb claredat quin és l'interès general i les vies per aconseguir-ho. En aquest context, el consum de mitjans i d'informació és desigual tant en volum com en tipus de productes entre els que són políticament actius i els que no ho són. L'estructura dels mitjans es caracteritza per presentar un pluralisme extern que va acompanyat d'un fort pluralisme polític. Pel que fa a la professionalitat del sector, malgrat la formació reglada, el clientelisme és habitual i les autoritats legals racionals no acostumen a tenir una capacitat d'actuació que les faci rellevants o efectives.

En el model nord-europeu o democràtic corporatiu, l'organització de la societat civil és sòlida i complexa. El resultat és la definició del bé públic i un fort compromís amb la seva consecució. Es valora molt la lliure circulació d'informació i l'estat juga un paper clau en la tasca de garantir i de promoure les circumstàncies necessàries perquè això sigui possible. Hi ha una cultura de consum d'informació sobre temes d'interès públic més arrelada que en el model mediterrani. A més, els mitjans de comunicació són considerats una important via d'expressió dels diferents grups socials i de les diferents ideologies. Els col·legis professionals i els codis o normes de conducta hi juguen un paper molt important. L'estat exerceix una intervenció elevada sobre el sistema comunicatiu, però, alhora, vetlla per la independència dels mitjans.

Pel que fa al model nord-atlàntic o liberal, es pot dir que és característic de països on la societat presenta una organització més individualista. En conseqüència, la intervenció de l'estat és menys valorada i es considera negativa per a la lliure circulació d'informació. Els mitjans exerceixen funcions més pròximes a l'entreteniment, i s'adrecen als ciutadans com a consumidors. D'altra banda, exerceixen el rol de controladors de les activitats de l'esfera política. La cultura de la professionalitat és força desenvolupada, encara que, a diferència del model nord-europeu, no acostuma a estar tan institucionalitzada.

En la tercera part del llibre –capítol 8 i conclusions– Hallin i Mancini reflexionen sobre la convergència predita dels mo-

dels proposats i el seu futur. La qüestió és tractada amb una certa precaució i els autors debaten sobre els seus límits. S'identifiquen les causes endògenes i exògenes del procés d'homogeneïtzació cap al model liberal. En el primer cas, s'analitza la influència i els efectes tant de l'anomenada americanització dels productes i de les estructures comunicatives com del sorgiment d'una cultura mediàtica internacional i de les repercussions del desenvolupament tecnològic. Pel que fa a les causes endògenes, els autors aprofundeixen en els conceptes de modernització, de secularització i de comercialització dels mitjans i de la societat.

Aquest és un llibre de lectura recomanada, i potser obligatòria, per a tots aquells investigadors i docents dels àmbits de l'estructura dels mitjans i de les polítiques de comunicació. D'una banda, aporta un referent teòric sòlid i fonamental per a la recerca, especialment en el cas de l'anàlisi comparativa dels mitjans; d'una altra banda, la seva incorporació als plans docents és necessària per tal de dotar els estudiants d'un coneixement que els permetrà tant entendre la realitat del sistema comunicatiu com afrontar l'estudi de la comunicació en altres països. Encara que és acadèmic, el text permet una lectura fluïda. Això també permet que en puguin treure profit tant els professionals i els estudiants de la comunicació com les persones interessades en aquest sector. Tal com s'ha indicat en l'inici de la ressenya, aquest llibre ben aviat serà, si ja no ho és, una obra de referència per a la recerca i els estudis en comunicació.

L'exemple del Regne Unit en la transició digital

STARKS, M. *Switching to Digital Television. UK Public Policy and the Market*. Bristol: Intellect, 2007.

ISBN 978-1-84150-172-7

Per David Fernández Quijada, professor ajudant del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la UAB.

En plena transició a la televisió digital terrestre (TDT), proliferen també les monografies que estudien aquest procés. Hi ha poques obres que sobresurtin d'entre l'abundant bibliografia que envaeix les llibreries i, sens dubte, aquesta n'és una.

Llegida des de la perspectiva catalana i espanyola, a més, arriba en un moment molt oportú: la rica experiència britànica pot aportar claus útils i aplicables en el nostre encara inconclús i dificultós procés de transició.

L'autor del text, Michael Starks, explica el procés de transició a la TDT al Regne Unit des de dintre, com a protagonista que ha estat d'aquesta història des de la seva posició com a director del projecte original d'emissions en TDT de la BBC als anys noranta i, posteriorment, des del Digital TV Project, planificant la transició digital, i des del Digital TV Group, liderant la indústria britànica en la seva adaptació al nou entorn. No és menor en el seu currículum la seva posició de professor en el prestigiós programa de polítiques de comunicació comparades a la Universitat d'Oxford. D'altra banda, l'editorial que ha posat el llibre a la nostra disposició és la britànica Intellect, que en els últims anys s'està apropant a la reputació que ja tenen altres grans editorials de les illes britàniques en el camp dels *media studies* com ara Sage o Taylor & Francis.

Switching to Digital Television s'estructura en deu capítols. Els cinc primers segueixen un ordre cronològic, cosa que facilita enormement la comprensió de l'evolució complexa del mercat i de la regulació de la TDT al Regne Unit, especialment per a aquells que no han pogut seguir un mercat que és dinàmic com ben pocs ho són. Els altres cinc capítols aborden qüestions específiques relacionades amb el procés: l'estratègia política, la comunicació pública del procés –sens dubte, de lectura obligada–, l'experiència internacional, les possibilitats de reutilització de l'espectre radioelèctric i les claus del procés de transició mateix.

D'aquesta obra, en podem destacar l'equilibri en aproximar-se a la digitalització de la televisió al Regne Unit des de les polítiques públiques, però també des de les estratègies industrials dels actors implicats. El subtítol ho explicita: es tracta, primer de tot, d'un llibre sobre polítiques de comunicació, però imbricades amb qüestions tecnològiques, d'estructura del sistema audiovisual i de consum. És a dir, tal com és la política més enllà de la teoria.

Cal aclarir que no es tracta simplement d'una crònica dels fets, sinó també d'una anàlisi en profunditat d'un procés en el qual el Regne Unit, com Espanya, va ser pioner amb un model fracassat, el del pagament. La diferència entre tots dos països va ser la resposta donada: ràpida intervenció pública i paper de lideratge de la BBC que ha permès que, avui dia, el país tingui una de les taxes més altes de penetració de les tecnologies digitals a Europa. Per entendre-ho, és fonamental el capítol del llibre en què s'explica com la renovació dels estatuts de la BBC, la *Royal Charter*, va incloure entre les obligacions del servei públic aquesta tasca de motor del canvi tecnològic, enèsima mostra d'un servei públic més qüestionat, però també més apreciat. Constantment es respira en el text la forta cultura i consciència de servei públic existent en la societat britànica. La situació d'Espanya, en canvi, ja és ben coneguda, tant pel que fa al quadrienni d'aturada de la TDT (2002-2005) com a la manca d'una cultura de servei públic respecte dels mitjans audiovisuals. Només un exemple: al Regne Unit, malgrat els intents de lobbisme dels diferents actors, queda ben clar que un cop el govern i el regulador han pres una decisió, aquesta es fa complir; res a veure amb casa nostra, on els calendaris d'implantació de la TDT o les obligacions assumides pels concessionaris són paper mullat.

Una altra reflexió que queda patent en tot moment és la forta consideració del públic com a ciutadà més enllà de la seva condició de comprador. Aquesta noció de ciutadania es remarca en l'observació, al llarg del disseny del procés de transició, dels seus drets i de la protecció del sectors socials més desfavorits. I això no és un obstacle per observar-ne també la influència política en un sistema electoral ben diferent del nostre, com bé es remarca en el capítol setè: "consumers are voters".

Al llarg de tota l'obra sobrevola el detallisme que ha tingut el procés de transició a la TDT al Regne Unit. Com a exemple, una mostra: fins i tot es van examinar els increments

que hi hauria en el consum d'energia i que, per tant, afectarien el procés de canvi climàtic. El llibre dedica diverses pàgines a la política respecte d'aquesta qüestió del govern britànic i del regulador, l'Ofcom.

Al contrari de gran part de la literatura en la matèria, el llibre fuig del determinisme tecnològic i de l'habitual equació "televisió digital = millor televisió", que veiem com s'incompleix clarament en la pobresa dels continguts de TDT a Catalunya i a Espanya. En aquest sentit, una de les parts més interessants d'aquesta obra és comprovar com al Regne Unit s'han coordinat les estratègies i, no menys important, la comunicació, entre tots els actors implicats, des dels legisladors i els reguladors fins als operadors televisius i de xarxa, passant pels antenistes i els establiments comercials que, com a via de contacte directe amb el consumidor, hi han jugat un paper molt rellevant. Aquesta coordinació ha comprès, a més, tot el conjunt dels ens televisius, no solament els hertzians: d'aquesta manera, tant l'operador de satèl·lit BSkyB com els de cable han tingut el seu paper que, tot i les reticències que es mostren en el llibre, s'ha pogut conjugar amb el del servei públic.

Al llibre, se li poden posar dos peròs: primerament, la falta de referències a textos acadèmics quan la TDT ha estat un tema central de la recerca en comunicació a Europa en l'última dècada; en segon terme, la mateixa burocratització política del Regne Unit provoca una successió d'organismes amb les respectives sigles que s'encarreguen d'aspectes molt concrets, però que en alguns moments resulten difícils d'ubicar. Tot això, tanmateix, no treu mèrit a una obra escrita amb un llenguatge assequible i que només empra tecnicismes quan són estrictament necessaris.

Es tracta, en resum, de més de 200 pàgines molt ben aprofitades que, en el context català i espanyol, tenen el valor d'ensenyar-nos moltes lliçons d'un país més avançat que el nostre en el procés de digitalització. I de comprovar, de passada, que encara n'hem d'aprendre molt.

Revista de llibres

AMBRÓS, A.; BREU, R. *Cinema i educació. El cinema a l'aula de primària i secundària*

Barcelona: Graó, 2007

ISBN: 978-84-7827-486-4

Els autors d'aquest llibre pertanyen a AulaMèdia, el grup de recerca i de didàctica dels mitjans audiovisuals a les escoles. Amb aquesta publicació, pretenen acostar el cinema a les aules mitjançant propostes didàctiques viables per rendibilitzar el setè art amb una finalitat educativa. La distribució dels capítols del llibre en dues parts diferenciades (una de teòrica per als continguts del cinema i una altra amb les propostes didàctiques per a primària i secundària) respon a la intenció de facilitar al màxim la tasca docent en l'aprenentatge de l'educació cinematogràfica i comunicativa.

Aquesta segona part és, probablement, la que té més interès, ja que fa propostes d'anàlisi de pel·lícules per als dos nivells educatius (primària i secundària). Finalment, el llibre inclou una llista filmogràfica, com a suggeriment a l'hora de treballar a classe.

FRANQUET, R. [et al.]. *Assalt a la xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació on-line en català*

Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, Col·lecció Ones i Bits, 2006

ISBN: 84-933434-5-5

Aquesta obra va resultar guanyadora de la XVI convocatòria del Premi CAC a la investigació sobre comunicació audiovisual de l'any 2004, i s'hi analitzen els deu anys d'història, en el moment de la recerca, de la informació a internet. L'estudi se cenyeix, tal com ho explica la introducció, "a les organitzacions que confeccionen informació d'actualitat al seu web per conèixer en profunditat les característiques de la producció informativa de les redaccions en línia."

En el pròleg de Joan Manuel Tresserras, aleshores membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, es remarca la transformació de la premsa, un sector que no pot prescindir d'alguns preceptes professionals que la tradició periodística ha trigat més de dos segles a consagrar: la veracitat, el rigor, el respecte, el contrast, la comprovació de les fonts i les dades, etc.

GARCÍA JIMÉNEZ, L. *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*

Madrid: Tecnos, 2007

ISBN: 978-84-309-4654-9

Aquesta obra de format doctoral de Leonora García Jiménez està formada per dos grans blocs. La primera part és la fonamentació teòrica, on es tracten les claus epistemològiques i contextuals de la teoria de la comunicació com a disciplina científica. En aquest sentit, es parteix de l'objecte d'estudi de les teories de comunicació, les característiques principals i les tradicions teòriques, per aleshores contextualitzar la societat contemporània des d'una perspectiva teorico comunicativa. En la segona part, l'autora analitza i classifica les tendències i els desenvolupaments teòrics de la investigació a Espanya.

En el pròleg, el catedràtic de la Universitat Pompeu Fabra Miquel Rodrigo Alsina destaca la importància dels estudis de comunicació, precisament en l'any de la fundació de l'Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació (AEIC).

GUTIÉRREZ DAVID, M. E. *Justicia y medios de comunicación. Claves para una buena praxis de los derechos informativos*
Madrid: Fragua, 2007
ISBN: 978-84-7074-213-2

L'autora d'aquest llibre, la professora de dret de la informació M. Estrella Gutiérrez David, ens presenta un tractat per afrontar les deficiències de l'activitat informativa (manipulació, llacunes informatives, falta de rigor i diligència en el contrast de les fonts, barreja d'informació i opinió, agressions a l'honor, a la intimitat i a la pròpia imatge, morbo i sensacionalisme, violència, etc.).

L'obra es presenta en dues parts: la primera, de caire metodològic i, en la segona, s'aborda la problemàtica i se'n proposen solucions. L'objectiu de l'autora és solucionar els problemes metodològics propis de qualsevol disciplina jurídica, però aplicats al dret de la informació. Per aconseguir-ho, es donen pautes normatives, doctrinals i de jurisprudència plantejades de forma deductiva per tal que el lector construeixi, per si mateix, "lleis o teories universals que resolguin la controvèrsia suscitada o d'altres d'índole similar".

CARRILLO, M (ed.). *L'Estatut d'autonomia de Catalunya de 2006. Textos jurídics*
Barcelona: Institut d'Estudis Autònoms (IEA), 2006
ISBN: 978-84-393-7363-6

El catedràtic de dret constitucional de la Universitat Pompeu Fabra Marc Carrillo, en col·laboració amb els professors Hèctor López Bofill i Aïda Torres, recull els textos més rellevants, ordenats amb caràcter cronològic, que han protagonitzat el debat jurídic del nou Estatut del 2006. L'obra es presenta en una edició doble: impresa (que consta de dos volums de quasi 1.500 pàgines en total) i un CD, que abasta un ventall de documents més ampli.

El primer volum s'obre amb les propostes inicials que van fer els partits polítics (CiU, PSC, ERC i ICV; el PP no en va presentar cap). A continuació, hi trobem els documents de treball elaborats per l'IEA (editor de l'obra) i el dictamen de la Comissió d'Organització i Administració de la Generalitat i el Govern local, de l'1 d'agost de 2005. El segon volum conté el dictamen del Consell Consultiu, de 6 de setembre de 2005; la proposta d'Estatut aprovada pel Parlament el 30 de setembre de 2005; el dictamen de la Comissió Constitucional de les Corts Generals, de 21 de març de 2006, i el Decret 306/2006, de 20 de juliol, pel qual es dona publicitat al nou Estatut d'autonomia.

Revista de revistes

Anàlisi

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona

Núm. 35, 2007

ISSN: 0211-2175

El darrer número de la revista *Anàlisi* ofereix una miscel·lània d'articles entre els quals destaca el de José Alberto García Avilés, professor de la Universitat Miguel Hernández d'Elx, titulat "El *infoentretenimiento* en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea". L'infoentreteniment es defineix com aquella informació sobre la cultura popular (cinema, música, videojocs, etc.), així com la secció de "fets i gent". Aquest article pren com a objecte d'estudi una mostra dels informatius de les televisions públiques i privades líders d'audiència a la Unió Europea durant els anys 2003 i 2004. En oposició a l'anàlisi dels informatius tradicionals, Santiago Tejedor, de la Universitat Autònoma de Barcelona, reflexiona sobre les noves formes de ciberperiodisme en el seu treball "Periodismo *mashup*. Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística".

Communication Theory

Malden (Estats Units) / Oxford: International Communication Association

Volum 17, núm. 4, novembre de 2007

ISSN 1050 -3293

L'últim lliurament de la revista analitza en el monogràfic el concepte de democràcia deliberativa desenvolupat per Jürgen Habermas. El filòsof alemany parla de la democràcia deliberativa com un model diferenciat del liberal i del republicà, i la defineix com la recerca cooperativa de ciutadans per solucionar els problemes polítics. Aquest model s'oposa al model liberal, que planteja la democràcia com una agregació d'interessos privats, o el republicà, en què una col·lectivitat autodetermina, mitjançant arguments ètics, una identitat nacional. Un aspecte fonamental de la democràcia deliberativa és el procés comunicatiu com a mecanisme funcional i legitimador de les decisions polítiques. D'aquesta manera, la democràcia ha de garantir, com a punt de partida, una igualtat d'oportunitats en l'accés i la inclusió als mecanismes de participació, de transmissió i de generació d'informació i valors.

Comunicar

Huelva: Grupo Comunicar

Vol. XV, núm. 29, època II, octubre de 2007

ISSN: 1134-3478

Comunicar, la revista científica iberoamericana de comunicació i educació, dedica la darrera edició a "l'ensenyança del cinema en l'era de les multipantalles". El monogràfic s'organitza entorn de dos grans eixos de reflexió. En primer lloc, trobem un seguit d'articles on s'analitzen els diferents models d'ensenyament del cinema en els sistemes educatius de diversos països de la Unió Europea (Estat espanyol, França, Regne Unit i Itàlia). I, en el segon bloc, diversos especialistes reflexionen, entre altres temes de caràcter teòric, sobre les diferents metodologies en l'ensenyament del cinema, sobre la importància d'aquesta didàctica en l'era d'internet i en un context de posttelevisió. D'entre els col·laboradors, destaquen Jean-Claude Séguin, professor de la Université Lumière Lyon 2, Peter William, de la University of London, i Pietsie Feenstra, de la Sorbona.

European Journal of Communication

Londres: SAGE Publications

Vol. 22, núm. 3, setembre 2007

ISSN: 0276-3231

Dos articles d'aquest número tracten la relació entre l'audiovisual i els menors. D'una banda, Jan van den Bluck i Katleen Beullens signen la recerca titulada "The Relationship between Docu Soap Exposure and Adolescents' Career Aspirations" i, de l'altra, Peter Nikken, Jeroen Jansz i Sanneke Schouwstra són els autors de l'article "Parents' Interest in Videogame Ratings and Content Descriptors in Relation to Game Mediation". El primer escrit mostra el resultat d'un estudi realitzat amb 369 estudiants d'últim any de secundària, que eren espectadors habituals de culebrotos protagonitzats per comadrones, veterinaris i paramilitars. En aquests casos, la percepció d'aquestes professions era influenciada positivament per les sèries. En el segon article, s'explica l'enquesta feta per internet a 765 pares i mares, en què es mesurava, entre altres qüestions, l'interès a ser informat sobre la senyalització per a videojocs infantils.

Media, Culture & Society

Londres: SAGE Publications

Vol. 29, núm. 1, març de 2007

ISSN: 0163-4437

En aquesta edició de *Media, Culture & Society*, hi predominen els articles que podríem anomenar "de la perifèria d'Occident": Sean Jacobs, professor de la University of Michigan, analitza el fenomen de la telerealtat en el continent africà a "Big Brother, Africa is watching"; T. T. Sreekumar, de la National University of Singapore, aporta elements de judici sobre l'accés a la societat de la informació a l'Índia en el seu article "Cyber kiosks and dilemmas of social inclusion in rural India"; Amit M. Schejter, professor a la Pennsylvania State University, estudia els mitjans audiovisuals a Israel i el seu paper en la construcció d'un discurs sionista a "The pillar of fire by night, to shew them light': Israeli broadcasting, the Supreme Court and the Zionist narrative". Finalment, Michal Daliot-Bul, de la Universitat de Haifa (Israel), ens parla de la cultura del telèfon mòbil al Japó a "Japan's mobile technoculture: the production of a cellular playscape and its cultural implications".

Zer. Revista de estudios de comunicación

Bilbao: Facultat de Ciències Socials i de la Comunicació

Vol 12, núm. 23, maig de 2007

ISSN: 1137-1102

La revista de comunicació de la Universitat del País Basc presenta en aquesta edició un monogràfic sobre indústries culturals i economia de la comunicació. Tot i el ventall ampli de visions i de perspectives, se'n poden establir tres grans grups: un que reuniria la línia més teòrica (delimitació del concepte, aspectes transversals de l'univers multimèdia, etc.); un altre pol es caracteritzaria per l'anàlisi de l'estructura dels mitjans de comunicació i la seva relació amb el creixement i la concentració (des d'un punt de vista històric, d'integració horitzontal, anàlisi de cas, etc.) i, finalment, l'estudi del sector en grans regions econòmiques, com ara Llatinoamèrica o Rússia. Cal destacar que aquest número està dedicat a la memòria del recentment traspasat Daniel E. Jones, professor de la Universitat Ramon Llull, que publica un pòstum en aquest número de *Zer*.

Revista de webs

Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya

<www.gencat.net/dogc>

El *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* té per missió la publicació oficial de les lleis de la Generalitat de Catalunya, de les disposicions generals dictades pel Govern i per l'Administració de la Generalitat, i també dels actes, els anuncis i els altres documents de la Generalitat i d'altres entitats o persones, quan correspongui d'acord amb l'ordenament jurídic.

El DOGC es publica des del 3 de maig de 1931, encara que aleshores ho feia amb el nom de *Butlletí de la Generalitat de Catalunya*. A partir del 26 d'agost de 1936, adoptà la denominació actual de *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*. El DOGC es publica diàriament de dilluns a divendres no festius, en dues edicions en català i en castellà. La nova Llei del *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* estableix el caràcter oficial i autèntic del DOGC digital.

Boletín Oficial del Estado

<www.boe.es>

El *Boletín Oficial del Estado* és l'òrgan de publicació de les lleis i la normativa aprovada per les Corts Generals, el Govern i les disposicions generals de les comunitats autònomes. En virtut del Reial decret 489/1997, de 14 d'abril, les disposicions generals amb rang de llei, reial decret llei i reial decret legislatiu, són publicades en espanyol al BOE i en aquelles llengües oficials els governs autonòmics de les quals hagin signat un conveni amb el Govern central. Actualment, el BOE publica la legislació en espanyol, català, gallec i valencià (sic).

Diari Oficial de la Unió Europea

<www.europa.eu.int/eur-lex/lex/JOIndex.do?hmlang=es>

El *Diari Oficial de la Unió Europea* ofereix tota la legislació, els acords internacionals, els actes jurídics preparatoris, les preguntes parlamentàries del Parlament Europeu, així com les sentències del Tribunal de Justícia de les Comunitats Europees i tots els documents de la Comissió Europea (els documents COM i els SEC).

La base de dades acumulada des de la creació de la Comunitat Europea del Carbó i l'Acer (CECA, 1951) suma un total superior a les 440.000 referències, i n'afegeix unes 15.000 cada any. La cobertura lingüística correspon a les llengües oficials dels estats membres (per ordre d'incorporació): alemany, francès, italià i neerlandès; danès i anglès; grec; espanyol i portuguès; finès i suec; txec, eslovac, eslovè, estonià, hongarès, letó, lituà, maltès i polonès, i búlgar, romanès i gaèlic.

Polítiques audiovisuals, Comissió Europea

<http://ec.europa.eu/avpolicy/index_en.htm>

Aquest web recull tota l'activitat política i reguladora en matèria audiovisual de la Comissió Europea, amb la comissària Viviane Reding al capdavant. La informació més destacada és la relacionada amb la nova Directiva sobre serveis de mitjans audiovisuals, publicada el 18 de desembre de 2007 al *Diario Oficial de la Unión Europea*. Així mateix, també informa sobre el Programa MEDIA, la promoció del pluralisme en els mitjans, la defensa dels menors, les accions encaminades a l'alfabetització audiovisual (*media literacy*) o qüestions relacionades amb el comerç internacional i l'OMC, entre d'altres.

Observatori Europeu de l'Audiovisual

<www.obs.coe.int>

Creat l'any 1992 sota els auspicis d'Eureka Audiovisual, l'Observatori Europeu de l'Audiovisual és el centre de referència de la informació sobre la indústria audiovisual a Europa, tant des d'un punt de vista econòmic com, sobretot, jurídic. L'Observatori treballa en col·laboració amb altres organismes internacionals, organitzacions professionals del sector i compta amb una xarxa de corresponsals que aporten informació periòdica. Actualment, aplega 36 estats membres de la Unió Europea, si bé complementàriament té acords parcials amb el Consell d'Europa.

European Forum of Official Gazettes

<circa.europa.eu/irc/opoce/ojf/info/data/prod/html/index.htm>

L'European Forum of Official Gazettes el van crear el 2004 l'Oficina per a les Publicacions de les Comunitats Europees i les organitzacions responsables de publicar els diaris oficials de cada Estat membre de la Unió Europea. Des del 2005, aquest Fòrum obre la participació a d'altres països externs de la Unió Europea. L'objectiu d'aquest centre és el d'intercanviar idees i informació sobre els processos de publicació, tecnologia i bones pràctiques entre els diaris oficials.

Observatori Legislatiu, Parlament Europeu

<www.europarl.europa.eu/oeil/index.jsp>

L'Observatori Legislatiu és un servei de gestió, previsió, informació i recerca sobre els processos legislatius i no legislatius de la Unió Europea en els quals estigui implicat el Parlament Europeu. Treballa amb un gran nombre de procediments i de dossiers que contenen documentació, esdeveniments, actors i informació. Això no obstant, no pretén ser un inventari de documents legislatius ni oferir l'accés als textos consolidats, tot i que sovint n'ofereix la possibilitat.

Comissió de Cultura i Educació, Parlament Europeu

<www.europarl.europa.eu/activities/committees/homeCom.do?language=ES&body=CULT>

El Parlament Europeu està organitzat en 20 comissions permanents (se'n poden crear de temporals *ad hoc* per a temes específics), que tenen un nombre de membres que oscil·la entre 28 i 56. La Comissió de Cultura i Educació del Parlament Europeu té competències en l'audiovisual i ha estat una de les coresponsables de la nova Directiva europea sobre serveis de mitjans audiovisuals.

Digital Video Broadcasting (DVB)

<www.dvb.org>

El Digital Broadcasting Video Project és un consorci del sector industrial que reuneix 270 prestadors de serveis audiovisuals i de telecomunicacions, fabricants, desenvolupadors de *software*, organismes de regulació d'uns 35 països, amb l'objectiu de promoure estàndards tècnics a escala global per a la transmissió de dades i de televisió digital. DVB ha desplegat en aquests moments els seus estàndards i compta amb més de 170 milions de receptors que usen aquest sistema en tot el món.

European Telecommunications Standards Institute

<www.etsi.org/website/homepage.aspx>

L'European Telecommunications Standards Institute (ETSI) és l'organisme reconegut per la Comissió Europea com l'organització oficial d'estandardització tècnica en les telecomunicacions. Compta amb uns 700 membres de 60 països d'arreu del món, i aprova estàndards d'aplicació global tant per a tecnologies de la informació i la comunicació (TIC): telefonia fixa i mòbil, ràdio, televisió, serveis convergents i internet. La seva perspectiva europea li atorga una importància estratègica.

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 d'una 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, el càrrec, l'adreça postal i l'adreça electrònica. 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 i francès. Eventualment, i sempre que la qualitat de l'escrit ho justifiqui, s'acceptaran textos en un altra llengua oficial de la Unió Europea. En qualsevol cas, les llengües de difusió seran el català, el castellà i l'anglès.

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.net/criteris/crit_bibliog/index.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 Autònoms, 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: SREVERNY, A; VAN ZONEN, L., eds. *Gender Politics and Communication*. 1a ed. Cresskill [New Jersey, EUA]: Hampton Press, 2000, p. 161-182.

ISBN 1-57273-241-5

• Documents en línia

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Informe sobre l'observança del pluralisme a la televisió i a la ràdio. Febrer de 2007*. [En línia]. Barcelona: CAC, 2007. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/Informe_mensual_Febrer_2007.pdf> [Consulta el 22 de març de 2007]

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

Taules i gràfics

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

Els gràfics s'han d'inserir en el document en un format que en permeti l'edició (per exemple, en Excel). Això és important perquè si s'inclou en format imatge, no es pot retocar. Aquest criteri també és aplicable a les taules. També cal tenir en compte, a l'hora d'elaborar els gràfics, que la publicació no s'edita en quatricromia sinó en escala de grisos.

Cessió de drets de propietat intel·lectual

La presentació dels articles ha d'anar acompanyada d'una carta en què l'autor faci constar la seva autorització per tal que el CAC difongui el seu article en qualsevol de les seves publicacions escrites i a través de la seva pàgina web <<http://www.cac.cat>>. A la carta l'autor ha de garantir que els articles són obres originals i inèdites fent-se responsable de qualsevol reclamació derivada de l'incompliment d'aquesta garantia.

Els articles han d'anar adreçats a:

Sylvia Montilla

Coordinadora general de Quaderns del CAC

C/ Entença, 321

08029 Barcelona

A/e: smontilla.cac@gencat.cat

SUMARI

29

■ Presentació	2
■ Tema monogràfic: Regulació i canvi en l'audiovisual	3
Contingut de vídeo en línia: regulació 2.0? Una anàlisi en el context de la nova Directiva de serveis de mitjans audiovisuals Monica Ariño	3
La legislació catalana de l'audiovisual: present i futur Antoni Bayona	17
"Vint anys tampoc no són res" en la regulació de la televisió José Carlos Laguna de Paz	25
Transformacions en l'ecosistema mediàtic i noves pautes de regulació administrativa del fet audiovisual Andrés Boix Palop	35
La Convenció UNESCO sobre diversitat cultural i el dret de l'Organització Mundial del Comerç: conflicte o complementarietat? Laura Gómez Bustos	51
Internet: la resposta del dret a l'espai públic virtual Marc Carrillo	61
■ Observatori	69
La producció informativa a la televisió Rosario de Mateo, Laura Bergés i Marta Sabater	69
Els models d'amor en la ficció televisiva seriada. Estudi de cas: <i>Porca misèria</i> Pilar Medina, Miquel Rodrigo, Sue Aran, Rosa-Àuria Munté i Joan Tharrats	81
La programació de televisió en la transició del segle XXI Jordi A. Jauset	91
El deute de Sogecable i Prisa: anàlisi i gènesi d'una estratègia empresarial global d'alt risc Núria Almiron	105
■ Agenda	117



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença, 321
08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78
audiovisual@gencat.cat
www.cac.cat



**Generalitat
de Catalunya**

