

Activitat del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Estudi encarregat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya

1998

RPEO 308 b



CAC
Consell de l'Audiovisual
de Catalunya

Gravina 1, 1r
08001 Barcelona
Tel. (93) 270 12 30
Fax (93) 412 63 29

REPORT ANUAL 1998

SOBRE L'ACTIVITAT DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC)

E-103



Generalitat
de Catalunya



ÍNDIX

1. PRESENTACIÓ	
1.1. Objectius prioritaris	1
1.2. Orientació dels treballs	2
1.3. Grau de compliment dels objectius i funcions del CAC	3
2. DISPOSICIONS NORMATIVES QUE AFECTEN EL CAC	
2.1. Reglament de funcionament	6
2.2. Altres disposicions legals i reglamentàries	8
2.2.1. Disposicions estatals	
2.2.2. Disposicions de la Generalitat de Catalunya	
2.3. Reglamentació de règim interior	12
3. RÈGIM DE FUNCIONAMENT DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA	
3.1. RÈGIM DE SESSIONS	14
3.1.1. Sessions plenàries decissòries	
3.1.2. Sessions de les comissions deliberatives	
3.1.3. Sessions extraordinàries	
3.2. PERSONAL I PRESSUPOST	22
3.3. ACTIVITATS DEL CENTRE D'INVESTIGACIÓ DE LA COMUNICACIÓ	24
3.3.1. Promoció de la recerca: Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses.	
3.3.2. Promoció de la recerca: seguiment dels treballs de les universitats Autònoma de Barcelona, Pompeu Fabra i Ramon Llull.	
3.3.3. Difusió de la recerca: Col.lecció conjunta amb l'Editorial Pòrtic d'Enciclopèdia Catalana.	
3.3.4. Col.laboracions amb revistes catalanes de comunicació	
4. ESTUDIS I INFORMES	
4.1. Estudis tècnics realitzats el 1998	27
4.2. Informes al Govern de Catalunya	49
5. RECLAMACIONS, CONSULTES I SUGGERIMENTS	
5.1. Dictàmens	51
5.2. Decisions	54

6. ACTIVITATS PÚBLIQUES	
6.1. Activitats públiques organitzades pel Consell	59
6.2. Relacions amb el Parlament de Catalunya	61
6.3. Relacions amb el Senat	61
6.4. Relacions externes: activitats en col.laboració amb altres institucions, i participació en jornades i conferències	61
6.5. Relacions externes	69
6.5.1. Reunions amb organismes internacionals	
6.5.2. Reunions de treball	
6.6. Relacions externes: participació al mitjans de comunicació	73
6.7. Activitats comunicatives	75
6.7.1. Quaderns del CAC	
6.7.2. Web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya	
6.7.3. Difusió dels estudis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya	
7. INFORME SOBRE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA, 1998	80
7.1. Els grans debats sobre l'audiovisual a Europa	80
7.2. El sector audiovisual en el context espanyol	105
7.3. El sector audiovisual a Catalunya	140



Generalitat de Catalunya
Institut d'Estadística de Catalunya
Centre d'Estudis d'Opinió

RPEO núm. 308
Data 16/01/06

1. PRESENTACIÓ

Aquest informe té per objecte donar compliment al mandat de l'art. 4.6. del Reglament de funcionament aprovat pel Decret 3/1997, modificat pel Decret 222/1998, que encomana al Consell aprovar anualment un report públic de la seva activitat i trametre'l al Govern i al Parlament.

1.1. Objectius prioritaris

Després de l'experiència adquirida en el primer any de funcionament i atès que, en la sessió de la Comissió parlamentària en què es va presentar l'informe anual de 1997, tots els grups van coincidir en el fet que l'orientació de les tasques iniciades era correcta, el primer objectiu que es va fixar el CAC per a 1998 va ser la consolidació de la institució mitjançant l'aprofundiment d'objectius inicialment fixats.

El primer d'aquests objectius era durant l'any 1997, i ha tornat a ser en 1998, donar-se a conèixer, tota vegada que les principals funcions del CAC estan relacionades amb el servei al ciutadà, recollint les seves queixes o consultes sobre continguts audiovisuals, per la qual cosa és necessari que els usuaris dels mitjans de comunicació coneguin els serveis que presta l'organisme.

El segon objectiu per a 1997 continuava sent vàlid per a 1998, per la qual cosa el CAC ha esmerçat bona part dels seus esforços a revestir-se de força moral davant els mitjans de comunicació per tal de pal·liar, en la mesura del possible, la manca de poder sancionador.

El tercer objectiu, el d'aconseguir un organisme regulador dels continguts d'àmbit estatal per tal de col·laborar en la tasca del compliment, per part de les emissores de ràdio i televisió de competència estatal, de les normes sobre continguts. A la vegada, s'han mantingut contactes amb persones o grups polítics de representació autonòmica que s'han dirigit al president del CAC cercant assessorament i sol·licitant documentació amb la finalitat de proposar la creació de consells audiovisuals autonòmics.

A més d'aprofundir en els tres anteriors objectius i de continuar amb les tasques pròpies del Centre d'Investigació de la Comunicació (la incorporació

del qual al CAC va ser un objectiu per a 1997), en 1998 el CAC es va fixar com a nou objectiu prioritari la seva consolidació en les instàncies internacionals d'organismes de regulació audiovisual.

1.2.Orientació dels treballs

Per desenvolupar aquests objectius el CAC ha esmerçat els seus esforços en una sèrie d'activitats, entre les quals, destaquem:

a) Realització d'estudis sectorials S'han continuat elaborant estudis per part de personal del CAC amb la mateixa metodologia que l'any anterior, establint-se un informe comparatiu entre els dos exercicis. Entre aquests estudis, el contingut dels quals es relaciona a l'apartat corresponent, destaquem el que tracta sobre la representació quantitativa de la violència a la televisió, la publicitat de les joguines i els talls publicitaris de les obres audiovisuals. D'altra banda, s'han encarregat també estudis sobre temes sectorials a diversos professionals, els quals s'esmenten en el lloc corresponent.

b) Presència al món associatiu i mediàtic La presència de membres o personal del CAC en jornades, conferències o intervencions als mitjans de comunicació ha estat nombrosa, tal com ha reflectit la premsa. Igualment, s'han mantingut constants relacions amb les associacions de telespectadors o usuaris de la comunicació, l'Asociación de Autocontrol de la Publicidad i el Consell de la Informació de Catalunya. En l'exercici de 1998, hem continuat les tasques dels grups de treball del CAC en els quals participen activament representants de grups, associacions i d'organismes oficials.

c) Presència als mitjans de comunicació Donar a conèixer el CAC passa per fer públiques les activitats que poden interessar els ciutadans a través dels mitjans de comunicació escrits i audiovisuals. La sensibilitat de la premsa respecte als temes propis del Consell i una política d'informació clara per part del CAC, han facilitat que la nostra presència als mitjans hagi estat constant. Hem de destacar -i agrair- als periodistes que cobreixen la informació sobre comunicació la gran professionalitat i competència que han demostrat, tant a la premsa i el món audiovisual català, com als diaris de Madrid.

d) Quaderns del CAC i pàgina Web Durant l'any 1998 s'han publicat els tres primers números de la revista *Quaderns del CAC* amb una acollida que considerem molt positiva. En aquesta revista, a més d'articles d'opinió sobre temes de comunicació, s'han publicat els dictàmens i les decisions del CAC.

Quant a la pàgina Web, els treballs tècnics de preparació s'han realitzat amb molta lentitud, si bé la posada al dia i el manteniment de la pàgina actualitzada és una tasca que esperem que es pugui normalitzar en el present exercici.

1.3. Grau de compliment dels objectius i funcions del CAC

Els anteriors objectius, excepte l'esmentat de la pàgina Web, s'han complert en un grau que el Consell estima satisfactori.

L'objectiu de donar-se a conèixer utilitzant els mitjans de comunicació i de revestir-se de força moral davant la societat en general i els propis mitjans, creiem que s'han complert amb escreix. Les úniques crítiques -públiques o fetes en privat, que han estat escasses- han correspost a algun mitjà de comunicació que no ha acceptat de bon grat els resultats d'algun estudi tècnic, cosa lògica en organismes de regulació.

Hem de lamentar, però, que el CAC no hagi aconseguit encara que els ciutadans se li adrecin amb habitualitat per fer-li queixes o consultes, ja que tan sols se n'han presentat 26 i 4, respectivament.

Pel que fa a la creació d'un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales (CSMA) espanyol, s'ha continuat insistint en la necessitat de tirar endavant les proposicions de llei que el grup de CiU va presentar al Senat, -que no va ser presa en consideració per l'opinió dels Senadors del Grup Popular, que compta amb majoria absoluta-, i al Congrés de Diputats el 31 d'octubre de 1997. A aquesta iniciativa, s'hi van afegir altres proposicions de llei que també tenien per finalitat la creació del CSMA, concretament el 28 de

novembre de 1997 pel Grup Parlamentari Mixt, el 19 de desembre de 1997 pel Grupo Parlamentario Federal de Izquierda Unida, i el 9 de febrer de 1998 per part del Grupo Socialista en el Congreso i el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso. Aquestes proposicions de llei es van prendre en consideració conjuntament en la sessió del dia 23 de juny de 1998. Això no obstant, fins a final de novembre del mateix any no es van reunir els representants dels grups proposants de la llei, sense que fins al moment de redactar aquest informe s'hagin accelerat els treballs de la Comissió. En unes jornades organitzades per l'Institut d'Estudis Autonòmics i el CAC, el 27 de novembre va tenir lloc una taula rodona amb representants dels grups parlamentaris que havien proposat la llei (en la qual va excusar la seva assistència el representant d'IU). El president del CAC, que actuava de moderador de la taula, va expressar als il·lustres diputats la necessitat d'aprovar la llei durant la present legislatura, cosa que en aquests moments, donada la lentitud en què es procedeix a la seva tramitació, és incerta.

D'altra banda, si bé de manera informal, s'han posat en contacte amb el president del CAC, per tal de cercar documentació i evacuar consultes per a la constitució de consells audiovisuals autonòmics, representants del PSPV (Comunitat Valenciana) i del BNG (Comunitat de Galícia). Igualment, s'ha atès els directius de la Fundación Audiovisual de Andalucía, depenent de RTVA, que volen promoure un consell audiovisual per a la seva Comunitat Autònoma.

Durant el mes de desembre de 1998 es va rebutjar la presa en consideració de la proposició de llei presentada pel PSPV al Parlament Valencià.

Pel que fa a la Comunitat de Galícia, el BNG ha presentat una esmena al Parlament gallec en la qual es demana la creació d'un Consell audiovisual autonòmic de característiques similars al CAC.

Pel que fa al grau de compliment de les funcions del CAC, hem de reflectir en aquest informe que ha estat desigual.

Les funcions d'assessorament les ha realitzades el CAC quan ha estat requerit per a fer-ho. Concretament, per via d'informe s'ha assessorat al Govern, a través de la Direcció General d'Entitats Jurídiques del Departament de Justícia, en relació amb el Projecte de llei de creació del Col·legi de Professionals de Llicenciats en Publicitat i Relacions Públiques de Catalunya i, a través de la Direcció General de Radiodifusió i Televisió, en relació amb el Projecte de decret del règim jurídic dels títols habilitants per a la prestació del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a emissores comercials.

La major activitat s'ha desenvolupat en el marc de les funcions de vigilància i control, especialment a través dels estudis realitzats i dels dictàmens i decisions emeses. En la part corresponent d'aquest informe s'especifiquen aquestes activitats.

Respecte a les relacions amb la societat, ja hem indicat que han estat extenses i positives pel que fa a les institucions públiques, les associacions d'usuaris o les entitats cíviques. També s'ha col·laborat en tasques organitzades per sectors del món de la comunicació. Això no obstant, com ja s'ha indicat, les queixes dels ciutadans o les entitats han estat escasses.

2. DISPOSICIONS I NORMATIVES QUE AFECTEN EL CAC

2.1. Reglament de funcionament

En el Report d'activitats del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, corresponent a l'any 1997, es van posar de manifest els principals dèficits en la regulació del seu funcionament.

En primer lloc, s'assenyalava que el Consell no té personalitat jurídica, ja que està configurat com un òrgan administratiu, adscrit al Departament de la Presidència, però no està integrat jeràrquicament en aquest, sinó que està dotat d'independència funcional. Certament, com es deia en l'Informe de l'any 1997, "el que és veritablement destacable, i el que justifica la independència de l'òrgan, és que les funcions que porta a terme les realitza amb independència respecte a l'Administració a la qual pertany", és a dir, sense rebre instruccions ni directives de l'Administració, i que les seves decisions no estan subjectes al control jeràrquic de l'Administració en via de recurs.

En segon lloc, s'assenyalava la dependència administrativa del Departament de la Presidència en tot allò relatiu als mitjans humans i materials necessaris per a l'exercici de les seves funcions.

Finalment, en tercer lloc, l'Informe de 1997 assenyalava com a dèficit de la regulació reglamentària la manca d'una secció pressupostària pròpia i la manca de previsió en el Reglament de funcionament, de la possibilitat d'establir convenis i formalitzar contractes amb institucions públiques o privades, així com de sol·licitar informació dels operadors de radiodifusió.

Per cobrir aquests dèficits, el Consell, va sol·licitar al Govern, mitjançant el Departament de la Presidència, la modificació de diverses previsions del Reglament de funcionament.

El Govern, mitjançant, el Decret 222/1998, de 30 de juliol, ha procedit a modificar diversos articles del Reglament d'organització i funcionament, i ha pal·liat així els dèficits detectats en el Reglament anterior.

La modificació del Reglament, instrumentada mitjançant el Decret 222/1998, fa referència als aspectes següents del funcionament del Consell:

- El Consell rep un mandat clar de fer el seguiment de les programacions de les emissores públiques i privades basant-se en les declaracions justificatives del compliment dels articles 6, 7 i 8 de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, relatius a la programació i a la publicitat, la pluralitat lingüística, les comunicacions d'interès públic i les obligacions que es deriven dels articles 25 i 26 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística. Per tal de fer aquest seguiment, el Consell ha de sol·licitar les declaracions corresponents a la Direcció General de Radiodifusió i Televisió.

Així mateix, el Consell pot sol·licitar la informació que requereixi, per a l'exercici de les seves funcions, a les entitats que operen en el sector audiovisual i de radiodifusió. Això no obstant, el Consell no pot sol·licitar aquesta informació directament, sinó que ha de vehicular les seves sol·licituds per mitjà de la Direcció General de Radiodifusió i Televisió

- La figura del secretari del Consell és objecte d'una regulació detallada: es preveu que sigui nomenat pel director del Gabinet Jurídic de la Generalitat, després de la consulta al president del Consell. Al secretari se li assignen les funcions pròpies de la secretaria d'un òrgan col·legiat i, a més, l'assessorament jurídic del Consell, d'acord amb el que estableix la Llei 7/1996, de 5 de juliol, d'organització dels serveis jurídics de l'Administració de la Generalitat.

- El règim econòmic i financer del Consell és objecte d'una modificació substancial, en dotar al president de les facultats per autoritzar i disposar les despeses, proposar el reconeixement d'obligacions i l'ordenació de pagaments, signar convenis i formalitzar tot tipus de contractes amb persones físiques i jurídiques, públiques i privades i per exercir les facultats previstes a l'article 43 de la Llei de finances públiques de Catalunya, en relació amb els crèdits autoritzats al Consell, el qual es configura com un centre autònom d'imputació de despeses. El pressupost del Consell s'inclou en el del Departament de la Presidència com a una direcció general més.

- Finalment, per reforçar la seva autonomia organitzativa, es possibilita que el Consell pugui aprovar un reglament de règim interior, que serà publicat en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya.

En conjunt, la modificació del Reglament d'organització i funcionament respon a les necessitats detectades després de l'experiència assolida durant el primer any de funcionament.

2.2 Altres disposicions legals i reglamentàries

2.2.1. Disposicions estatals

Al llarg del 1998 s'han aprovat diverses disposicions que incideixen de manera diversa en el règim jurídic de l'audiovisual. Les més importants han estat, sens dubte, la Llei 11/1998, de 24 d'abril, general de telecomunicacions i els reglaments que estableixen el règim aplicable a la televisió digital terrestre.

La Llei general de telecomunicacions (LGTELECOM), tot i que no altera el règim jurídic bàsic de l'audiovisual, conté diverses previsions que cal tenir presents.

La LGTELECOM exclou del seu àmbit el règim de l'audiovisual, llevat d'allò relatiu a les infraestructures de xarxa que s'utilitzin com a suport dels serveis audiovisuals. Així, les infraestructures dels anomenats serveis portadors resten sotmesos a la llei, en especial a allò establert sobre interconnexió i accés. D'altra banda, s'estableix un règim transitori per a l'actual servei portador de televisió, en la disposició transitòria setena. La LGTELECOM declara expressament vigents els articles 25, 26, 36.2 i la disposició addicional sisena de la derogada Llei d'ordenació de les telecomunicacions (LOT), relatius precisament als serveis de radiodifusió televisiva i sonora deroga i la Llei 37/1995, de 12 de desembre, de telecomunicacions per satèl·lit i la Llei 42/1995, de 22 de desembre, de les telecomunicacions per cable, llevat d'allò establert en relació amb el règim del servei de difusió per televisió, que resta vigent.

La LGTELECOM autoritza el Govern per dictar, en el termini d'un any a partir de l'entrada en vigor de la Llei, el 26-4-1998, un text refòs de les diverses lleis de telecomunicacions, que afectarà transitòriament les disposicions reguladores de l'audiovisual, fins que s'aprovi la normativa específica de la radiodifusió, per a la qual, la LGTELECOM no fixa cap termini.

La legislació vigent de l'audiovisual es caracteritza, fonamentalment, per la dispersió normativa. Des de l'aprovació de l'Estatut de la ràdio i la televisió a l'any 1980, s'han dictat nombroses lleis i reglaments per a cada modalitat de radiodifusió, arribant a les últimes reformes introduïdes per l'anomenada Llei d'acompanyament dels pressupostos (Llei 50/1998, de 30 de desembre). La necessitat d'una reforma de la legislació de l'audiovisual ha estat plantejada en profunditat des de diverses instàncies i esdevé una prioritat urgent atesos els canvis tecnològics i la ràpida transformació del sector.

Prova d'aquests canvis i transformacions ha estat la reglamentació de la televisió digital terrestre, instrumentada mitjançant el Reial decret 2169/1998, de 9 d'octubre, pel qual s'aprova el Pla tècnic nacional de la televisió Ddgitall Ttrrenal i l'Ordre de 9 d'octubre de 1998, per la qual s'aprova el Reglament tècnic i de prestació del servei de televisió digital terrenal.

Emparant-se en la cobertura de la Llei 66/1997, de 30 de desembre, d'acompanyament dels pressupostos per al 1998 i en les diverses lleis de televisió públiques i privades, el Govern ha reglamentat la televisió digital terrestre amb l'objecte d'ordenar la transmissió de l'actual televisió hertziana a la televisió digital terrenal en un horitzó temporal de més de 10 anys.

La introducció de la televisió digital terrestre és, sens dubte, una opció estratègica que està destinada a alterar profundament el paisatge audiovisual. Per això, hauria estat desitjable que les decisions bàsiques respecte a això s'haguessin adoptat en seu parlamentària. No ha estat així, i mitjançant l'Ordre de 4 de desembre de 1998 s'ha establert un termini de tres mesos perquè els actuals operadors privats puguin sol·licitar l'explotació [en el mateix termini]. A començament de l'any 1999, mitjançant l'Acord de 8 de gener de 1999, el Consell de Ministres ha aprovat el plec de bases i de

prescripcions tècniques que ha de regir el concurs per a l'adjudicació d'una concessió per a l'explotació del servei públic de la televisió digital terrestre i ha convocat el corresponent concurs. Això suposa l'entrada d'un nou operador de televisió digital terrestre que podrà explotar tres canals múltiples i dos programes, tots ells de freqüència única i cobertura nacional.

2.2.2. Diposicions de la Generalitat de Catalunya

A començament de l'any 1998 ha estat aprovada la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, que conté diverses previsions relatives als mitjans audiovisuals, i l'octubre del mateix any, el Decret 269/1998, de 21 d'octubre, del règim jurídic de les concessions per a la prestació del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a emissores comercials.

Pel que fa als mitjans audiovisuals, la Llei de política lingüística té per objecte regular l'ús del català en les emissions de radiodifusió i televisió, per tal de garantir la presència de la llengua pròpia en l'espai radiofònic i televisiu. La regulació de l'ús del català es concreta en l'article 25 de la Llei, relatiu als mitjans audiovisuals gestionats per la Generalitat i les corporacions locals i en l'article 26, que fa referència a les ràdios i televisions gestionades indirectament. Així, els operadors de cable i les televisions privades d'àmbit territorial de Catalunya han de garantir que, com a mínim, el cinquanta per cent del temps d'emissió de programes de producció pròpia i dels altres teleserveis que ofereixin sigui en llengua catalana. Resta exclosa, per tant, la producció aliena i s'introdueix un concepte nou, els teleserveis, que no té un abast jurídicament precís.

Pel que fa a les ràdios privades han de garantir, d'una banda, que el cinquanta per cent del temps d'emissió, com a mínim, sigui en llengua catalana i, d'una altra, que en la programació de música cantada hi hagi una presència adequada de cançons produïdes per artistes catalans i que com a mínim, el vint-i-cinc per cent siguin cançons interpretades en llengua catalana o en aranès.

Així mateix es preveu que les emissores que emeten o distribueixen per a la Vall d'Aran han de garantir una presència significativa de l'aranès en llur

programació. En qualsevol cas, la Llei habilita el Govern per modificar reglamentàriament els percentatges d'emissió en llengua catalana i conté un mandat perquè el Govern inclogui percentatges superiors com uns dels criteris d'adjudicació de concessions de televisió i de ràdio. La Llei estableix que el Govern ha de facilitar la recepció correcta a Catalunya de les televisions d'altres territoris que emeten en llengua catalana i que la Generalitat ha de promoure la difusió i la recepció dels mitjans de comunicació en llengua catalana, per tal d'afavorir un espai català de comunicació.

La Llei de política lingüística s'aplica a les emissores els títols habilitants de les quals correspon d'atorgar a la Generalitat i que es concedeixen o es renoven després de la seva entrada en vigor.

Mitjançant el Decret 269/1998, de 21 d'octubre, el Govern ha procedit a actualitzar el règim jurídic de la concessió per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència, de caràcter comercial. Resten fora de l'àmbit de la nova regulació les emissores municipals i les emissores culturals i educatives que es continuaran regint per la normativa anterior.

Les principals novetats del Decret fan referència a la supressió de l'anomenada fórmula de l'adjudicació provisional de la concessió administrativa, la introducció de les quotes lingüístiques que es deriven de la referida Llei de política lingüística, la reformulació de règim jurídic de les pròrrogues concessionals, que es configura amb un ampli marge de discrecionalitat governamental i l'adequació del règim sancionador per tal d'adequar-lo a la LGTELECOM que, a manca d'una llei pròpia de l'audiovisual, esdevé d'aplicació supletòria.

En data 3 de novembre, el Govern va aprovar el Plec de clausures d'explotació del contracte de gestió del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència, corresponent al concurs relatiu a les 39 freqüències que han estat objecte de licitació. L'anunci del concurs ha estat publicat al *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* del dia 9-11-1998.

2.3. Reglamentació de règim interior

El Reglament d'organització i funcionament del Consell de l'Audiovisual de Catalunya preveu en l'article 11 que el Consell podrà aprovar un reglament de règim interior, que serà publicat en el *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*.

En data 6 d'abril de 1998, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar el Reglament de règim interior, que ha estat publicat en el DOGC del dia 9-2-99 mitjançant la Resolució de 15 de desembre de 1998, del Conseller de la Presidència.

El Reglament consta de 28 articles estructurats en 6 capítols.

El capítol 1, sota la rúbrica de disposicions generals, estableix la naturalesa jurídica del Consell i el règim jurídic.

El Capítol 2 regula els òrgans del Consell, especificant les facultats del president, els drets i deures dels consellers i les funcions del secretari.

El Capítol 3 fa referència al personal del Consell.

El Capítol 4 regula detalladament el funcionament del Consell, tant de les reunions del Ple, com de les comissions permanents que es creen, la Comissió de Mitjans de Comunicació i la Comissió de Publicitat i Relacions Sectorials.

El Capítol 5 estableix els procediments distingint els diversos supòsits d'actuació: procediments consultius que es substancien mitjançant informes al Parlament o al Govern sobre les matèries que s'especifiquen i procediments relatius a les facultats de vigilància i control, que es concreten en l'emissió de dictàmens, la formulació de denúncies, la sol·licitud de cessament de la publicitat il·lícita o prohibida, la proposta de mesures de regulació o la realització d'estudis. Altres procediments fan referència a l'exercici de tasques arbitrals i la resolució de queixes, demandes o suggeriments que formulin els usuaris dels mitjans audiovisuals mitjançant decisions. Així mateix es concreten les funcions del Consell en relació amb

el suport a la llengua catalana i el contingut i la tramitació del seu informe anual.

Finalment, el Capítol 6 inclou altres funcions desenvolupades pel Consell com la promoció d'organitzacions i l'adopció de normes d'autorregulació del sector audiovisual; la realització de jornades, seminaris, estudis i investigacions sobre el sector audiovisual; la publicació dels seus informes, dictàmens, decisions i estudis en suport convencional o a través de les xarxes de telecomunicació interactives i la col·laboració amb altres administracions i les reaccions amb altres instàncies de regulació estatals, autonòmiques o d'altres estats així com amb els organismes de la Unió Europea.

3. RÈGIM DE FUNCIONAMENT DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA

3.1. RÈGIM DE SESSIONS

3.1.1. Sessions plenàries decisòries

Dia 12 de gener de 1998

Acords:

- S'aprova el material didàctic per a l'educació en la televisió.
- S'aproven les línies generals de l'informe anual per al Parlament i el Govern.
- S'aprova el calendari de realització d'estudis previstos per al primer quadrimestre de 1998.
- S'analitza l'esborrany del Reglament de règim interior i dels grups de treball del Consell.

Dia 2 de febrer de 1998

Acords:

- S'aprova el Reglament de règim interior
- S'informa favorablement del projecte d'instrucció sobre tramitació d'expedients que té per objecte l'ordenació del procediment de tramitació de les queixes, propostes i suggeriments que es formulin al Consell.
- S'aprova el Dictamen 1/98 sobre l'inici de les emissions del canal Tribuna TV, de la plataforma Via Digital.

Dia 9 de març de 1998

Acords:

- S'aprova l'informe anual per trametre al Parlament i al Govern.
- S'aprova el contingut del Conveni d'Autoregulació sobre la informació dels judicis per televisió que resta pendent d'aprovació pel Col·legi d'Advocats i pel Col·legi de Periodistes. S'atorga un mandat al senyor president perquè conjuntament amb els òrgans dels col·legis de Periodistes i d'Advocats, es decideixi la instrumentació concreta de les seves previsions.
- S'acorda retirar el projecte de dictamen relatiu a la retransmissió de judicis del canal Tribunal TV de Via Digital.
- S'accepta revisar la redacció dels articles 18 i 24 del Reglament de règim interior.

- S'informa que el Consell col·labora amb la Facultat de Dret de la Universitat de Barcelona en la realització del curs Practicum II de la llicenciatura de dret. Deu alumnes realitzen el curs en el Consell els quals s'encarreguen de l'elaboració de diversos treballs i de la recopilació de disposicions i jurisprudència sobre l'audiovisual.

6 d'abril de 1998

Acords:

- S'accepta la proposta d'incorporar la senyora Concepció Tarruella a la delegació integrada pel president, la qual juntament amb el secretari del Consell participaran en la reunió del "Fòrum de les instàncies de regulació dels mitjans dels països de la Mediterrània" que tindrà lloc a Atenes, els dies 18 i 19 de juny de 1998.
- S'aprova, després de l'informe de la Comissió de Mitjans de Comunicació i la Comissió de Relacions Sectorials adoptat en la reunió conjunta del 23 de març de 1998, l'estudi sobre la publicitat de les joguines adreçada als infants durant la campanya de Nadal, 1997/1998
- Sotmetre a l'informe de les comissions del dia 27 d'abril de 1998 i a l'aprovació del Ple, en la propera reunió, la proposta de senyalització de programes.
- S'aprova la modificació dels articles 18 i 24 del Reglament de règim interior.
- S'aprova la Decisió 1/1998
- S'accepta iniciar una acció amb les organitzacions no governamentals que treballen al voltant del tema del racisme per donar a conèixer el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i recollir suggeriments i, si s'escau, queixes i reclamacions sobre racisme en els mitjans audiovisuals.

18 de maig de 1998

Acords:

- S'aprova la proposta del Conveni de senyalització de programes i s'acorda que sigui tramès a la Televisió de Catalunya.
- Es ratifica l'adhesió a l'EPRA (European Platform of Regulatory Authorities).

- S'aprova la Proposta de decisió 2/98, relativa a la reclamació formaulada pel senyor Jordi Borràs i Castell en relació amb el programa de TV3 "Ja hi som", dirigit pel senyor Alfons Arús.

15 de juny de 1998

Acords:

- S'autoritza l'adhesió del Consell al "Forum de les Instàncies de Regulació dels Mitjans dels Països de la Mediterrània" i s'encomana al President la realització de les actuacions necessàries a tal efecte i se l'autoritza per a signar els documents que siguin precisos per formalitzar la constitució del Forum i els acords que s'adoptin.
- S'aprova la proposta d'organització d'un simposi sobre els fonaments de la televisió pública a l'era digital. El simposi es celebrarà el febrer de 1999 i tindrà com a objectiu discutir públicament amb els experts les conclusions proposades en el marc de la recerca encomanada pel Consell i desenvolupada pels porfessors Emili Prado i Miquel de Moragas.

6 de juliol de 1998

Acords:

- S'aprova l'estudi E3/1998 sobre Formes publicitàries a la ràdio, i s'acorda que sigui tramès a les ràdios perquè facin arribar les seves observacions i suggeriments a la vista dels quals el Consell elaborarà un dictamen específic sobre publicitat a la ràdio.
- S'aprova la Decisió 4/98.

14 de setembre de 1998

Acords:

- S'acorda presentar un document a la propera reunió en el qual es reflecteixin els objectius de l'estudi sobre el tractament a la televisió de les minories ètniques gitana, magrebí i de l'àfrica negra. Les tres propostes d'estudi han estat sol·licitades a la Unió Romaní, al senyor Alfonso Bolado, llicenciat en Ciències Polítiques i expert en temes del Magreb, i al Centre d'Estudis Africans.

- S'accepta la proposta de conveni entre el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i Informació i Comunicació de Barcelona sobre la senyalització dels programes de Barcelona Televisió (BTV).

5 d'octubre de 1998

Acords:

- S'aprova el document i l'encomanda dels estudis sobre el tractament de les minories ètniques a la televisió.
- S'accepta la proposta de fer les gestions necessàries per tal de publicar el Reglament de règim interior, aprovat en el seu dia, al DOGC.

2 de novembre de 1998

Acords:

- S'aprova el Dictamen 1/98, sobre la diferència de nivell acústic entre la programació i la publicitat en televisió.
- S'aprova la Decisió 5/98, relativa a un anunci de l'empresa Mapfre.
- S'accepta la proposta de les matèries a incloure en els propers números de la revista "Quaderns del CAC"

30 de novembre de 1998

Acords:

- Presentar una proposta, que redactarà el Secretari del Consell, per donar resposta a l'informe sol·licitat pel Govern de la Generalitat sobre els canvis en el marc de l'audiovisual des d'una perspectiva jurídica.
- S'aprova el Dictamen 2/98, sobre els valors a la programació infantil.
- S'aprova l'estudi de referència sobre la violència a la televisió.
- S'aprova l'estudi de referència sobre la violència a les autopromocions
- S'accepta la proposta de sotmetre a l'aprovació en la reunió del dia 14 de desembre l'estudi sobre els talls publicitaris.
- Ajornar l'aprovació de l'estudi sobre els valors a la programació infantil que es completarà amb un estudi addicional que es realitzarà

al llarg de 84 dies, per tal d'assolir la fiabilitat estadística indispensable.

14 de desembre de 1998

Acords:

- S'aprova el Dictamen 3/98 sobre la inclusió de les pel·lícules per televisió en els supòsits previstos a l'article 13.3 de la llei 25/1994, de 12 de juliol, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres (talls publicitaris en l'emissió d'obres audiovisuals).
- S'aprova realitzar un informe tècnic i, si s'escau, donar trasllat de la denúncia sobre el videojoc Carmaggedon als organismes competents en matèria de comerç i consum i protecció dels menors, atès que la comercialització del videojoc resta fora de les competències del Consell.

3.1.2. Sessions de les Comissions deliberatives

Dia 26 de gener de 1998

Acords:

- S'acorda sotmetre a l'aprovació del Ple del dia 2 de febrer el projecte de Reglament de règim interior, modificat d'acord amb les esmentes formulades pels consellers.
- S'acorda sotmetre a l'informe del Ple del dia 2 de febrer el projecte d'instrucció 1/1198, sobre tramitació d'expedients.

Dia 23 de febrer de 1998

Acords:

- S'acorda modificar l'estructura de l'informe anual per trametre al Parlament i al Govern.

23 de març de 1998

Acords:

- S'acorda formar una Comissió encarregada d'elaborar criteris per a la senyalització de programes de conformitat amb l'acord del Ple del dia 2 de febrer de 1998.
- S'informa de la resolució de les reclamacions següents:
R 4/97, Síndic de Greuges. Tele5

R 5/97, Míriam Gilboy. TVE
R 7/97, Masataka Fukui, Cadena TV i altres
R 8/97, Rosa Guerrero i Vera. TV de Catalunya
R 2/98, CECABLE. CAC
R 3/98, ICD. Cadena Ser (Lleida)

- S'informa favorablement sobre les propostes de decisió de les reclamacions següents:
R 6/97, Miriam Gilboy. TVE
R 9/97, ANDA. Cadena de Televisió
R 1/98, Jordi Borràs i Castel i altres. TV3
- S'aprova l'estudi E 1/1998 sobre la publicitat de joguines adreçada als infants durant la campanya de Nadal de 1997/1998

30 de març de 1998

Acords

- S'acorda que el senyor President elaborarà una proposta de criteris de senyalització que serà revisada pel senyor Josep Argemí i sotmesa a l'informe i aprovació del Consell.

27 d'abril de 1998

Acords:

- S'acorda convocar dues rodes de premsa per a fer públics l'estudi sobre *La publicitat de les joguines adreçada als infants* i la proposta del Conveni d'Autoregulació sobre el tractament dels judicis a la televisió. Aquesta última es farà conjuntament amb els degans dels Col·legis de Periodistes i d'Advocats.
- S'encomana al President fer les gestions adients per tal d'encarregar un estudi sobre les diferències de nivell acústic a les televisions i les solucions possibles. L'estudi s'encarregarà al senyor Robert Barti de l'Escola de la Salle.
- S'informa favorablement i s'aprova l'informe sobre la constitució del Col·legi de Publicitaris i de Relacions Públiques de Catalunya, així com la seva tramesa a la Direcció General d'Entitats Jurídiques de Dret del Parlament de Justícia.

- S'encomana al President que presenti una proposta al Ple per a l'aprovació del Conveni de Senyalització que reculli les suggerències formulades.
- S'acorda informar favorablement l'estudi elaborat pels serveis del Consell sobre la publicitat als teletinformatius diaris.
- S'acorda donar trasllat al Jurat d'Autocontrol de la Publicitat de la denúncia formulada contra la publicitat del ron Malibú que es considera il·lícita.
- S'aproven les línies generals de la intervenció del senyor President davant la Comissió Parlamentària de control de la ràdio i la televisió públiques, el dia 15 de maig de 1998.

25 de maig de 1998

Acords:

- S'acorda donar trasllat a l'empresa Fotoprix de la reclamació formulada pel senyor Josep M. Oriol de Nadal (R/98), perquè formuli les al·legacions que estimi convenients.
- S'acorda contestar l'escrit formulat per l'ANPBA.
- S'acorda realitzar gestions oportunes per tal d'empendre alguna iniciativa amb el Centre d'Estudis Africans en relació al tractament televisiu de l'Àfrica (R/9/98).
- S'acorda donar trasllat a l'empresa Renault de la reclamació formulada per la senyora M. Amor Noguero i Alert (R10/98)

25 de juny de 1998

Acords:

- Visionar la comèdia de situació *El Chavo* que ha estat objecte de la reclamació formulada per la Xarxa d'Educadors i Comunicadors de Mitjans
- Informar favorablement la proposta de decisió sobre l'anunci de Fotoprix.
- Sotmetre a la consideració de les emissores, l'estudi sobre les formes de publicitat a la ràdio, un cop estigui definitivament aprovat, per tal d'elaborar un dictamen en el mes de setembre.

30 de setembre de 1998

Acords:

- S'acorda obrir un registre de les reclamacions i consultes que es resolguin telefònicament

26 d'octubre de 1998

Acords:

- Participar en la publicació comuna proposada en la reunió de Roma del dia 6 d'octubre
- Convocar la primera reunió per tal de debatre la proposta de Conveni de Senyalització de Programes amb BTV.
- Informar favorablement la proposta de dictamen sobre la diferència de nivell acústic entre la programació i la publicitat en televisió.

16 de novembre de 1998

Acords:

- S'aprova la Decisió 6/98, sobre la reclamació formulada pel senyor Leandro Martínez Gilbert, en relació al programa "Sabor a tí" emès per Antena 3.

3.1.3. Sessions Extraordinàries

10 de novembre de 1998

Acords:

- S'aprova el Dictamen 1/98, sobre la diferència de nivell acústic entre la programació i la publicitat en televisió.
- El Consell es compromet a elaborar un dictamen general sobre els programes que vulneren de forma reiterada els drets de la persona.

3.2. PERSONAL I PRESSUPOST

3.2.1. Personal

El personal del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, segons els diferents cossos existents a l'Administració de la Generalitat es distribueix de la forma següent:

	TOTAL	A	B	C	D	E
Alts càrrecs	1					
Funcionaris de la Generalitat	5	4			1	
Personal Laboral	6	3		2	1	
Interins	1	1				

3.2.2. Pressupost

EXERCICI 1998

	CRÈDIT INICIAL	VARIACIONS DE CRÈDIT	AUTORITZAT	SALDO	% D'EXECUCIÓ
Lloguers de béns immobles	255.780	0	231.000	24.780	90,3%
Despeses de manteniment	800.000	0	753.762	46.238	94,2%
Material ordinarí no inventariat	500.000	0	500.000	0	100,0%
Premsa, revistes, llibres i altres	2.100.000	0	2.100.000	0	100,0%
Material informàtic no inventariat	600.000	0	534.942	65.058	89,1%
Altres subministraments	500.000	0	499.283	717	99,8%
Transports	500.000	200.000	498.603	1.397	99,7%
Atencions protocolàries i representatives	1.500.000	0	1.472.159	27.841	98,1%
Publicitat i Propaganda	300.000	-2.100.000	300.000	0	100,0%
Reunions i Conferències	2.000.000	-1.000.000	1.939.811	60.189	96,9%
Formació i Promoció	300.000	-200.000	119.000	181.000	39,6%
Altres despeses diverses	600.000	0	600.000	0	100,0%
Estudis i treballs tècnics	20.000.000	0	19.939.066	60.934	99,6%
Publicacions	8.500.000	4.500.000	7.896.700	220.015	97,4%
Dietes, locomoció i trasllats	2.600.000	-2.400.000	1.676.116	923.884	64,4%
Altres indemnitzacions	15.600.000	0	14.150.000	1.450.000	90,7%
TOTALS PER CAPÍTOL 2	56.655.780	-1.000.000	53.210.442	3.062.053	94,5%
Inversions en maquinària	1.000.000	0	721.302	278.698	72,1%
Inversions en mobiliari	1.000.000	0	999.070	3.030	99,7%
TOTALS PER CAPÍTOL 6	2.000.000	0	1.720.072	281.728	86,0%
TOTALS PER SERVEI	58.655:780	-1.000.000	54.928.714	3.343.826	93,6%

Les despeses de personal -51.960.058 pessetes- s'inclouen dins del Capítol 1 del Pressupost del Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya.

3.3. Activitats del Centre d'Investigació de la Comunicació

3.3.1. Promoció de la recerca: Premis a la investigació sobre comunicació de masses.

Els Premis a la investigació sobre comunicació de masses volen promoure la recerca en comunicació social des de perspectives diverses (jurídica, econòmica, sociològica, professional...).

El 1998, s'han atorgat i lliurat els X Premis i s'han convocat els XI.

a) Atorgament dels X Premis a la investigació sobre comunicació de masses.

El 19 de maig de 1998, el jurat dels X Premis a la investigació sobre comunicació de masses format per Victòria Camps, Marc Carrillo, Jodep M. Casasús, Salvador Giner, Daniel Giralt-Miracle, Llorenç Gomis, Miquel de Moragas, Wifredo Espina i Lluís de Carreras, que actuà com a president, acordà atorgar els premis als autors i treballs següents:

Premi: Hugo Aznar Gómez, pel treball *Comunicación responsable: la autoregulación de los medios de comunicación*

Accèsit: Anna Diloy San Miguel, pel treball *El concepto de la legibilidad aplicada a la tipografía de prensa*

Accèsit: Núria García Muñoz, pel treball *Comportamientos y hábitos de consumo televisivo del niño en el ámbito familiar*

L'acte de lliurament d'aquests premis tingué lloc al Palau de la Generalitat el 12 de juny. En el decurs de l'acte presidit per l'Honorable Conseller de la Presidència Xavier Trias, el filòsof Antonio Marina va pronunciar una conferència titulada *El timo de la sociedad de la información*. El professor Marina és autor d'Elogio y refutación del ingenio (1992), que va guanyar el Premio Nacional de Ensayo; Teoría de la inteligencia creadora (1993); Ética para naufragos (1995); i El laberinto sentimental (1996). En el text de la conferència, que ha estat publicat al número 2 dels Quaderns de CAC, Marina surt al pas del miratge tecnològic que podria suposar la societat de la informació i es mostra partidari d'arribar a allò que ell denomina la societat de l'aprenentatge.

b) Convocatòria dels XI Premis a la investigació sobre comunicació de masses.

El termini de presentació dels treballs va finalitzar el passat mes de novembre amb més d'una vintena de treballs presentats que giren al voltant de temàtiques diverses, com ara la televisió i els adolescents, el periodisme especialitzat, la literatura, la xarxa Internet, el cinema, la ràdio, la fotografia o la composició gràfica.

La composició del jurat dels XI Premis és la següent:

- Sr. Wifredo Espina, periodista i ex-director del Centre d'Investigació de la Comunicació, que actuarà com a President.
- Sr. Josep Gifreu, Catedràtic de Teoria de la Comunicació i Degà dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra.
- Sr. Jaume Guillamet, professor titular i director del Departament de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra.
- Sra. Rosario de Mateo Pérez, catedràtica d'Estructura i Economia de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Sr. Manuel Parés i Maicas, catedràtic de Teoria, Història i Estructura de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Sr. Joaquim Tornos i Mas, Catedràtic de Dret Administratiu de la Universitat de Barcelona.
- Sr. Miquel Tresserras i Majó, catedràtic d'Història del Pensament Contemporani i Degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull.

Actualment, el jurat es troba en fase de deliberació sobre les obres presentades. La decisió del jurat es farà pública al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. L'import del premi és d'un milió de pessetes i el dels dos accèssits que s'atorguen de 500.000 cadascún.

3.3.2. Promoció de la recerca: seguiment dels treballs de les universitats Autònoma de Barcelona, Pompeu Fabra i Ramon Llull.

El 1997 es va aprovar el projecte i es van iniciar tres recerques amb les universitats Autònoma de Barcelona, Pompeu Fabra i Ramon Llull que es desenvoluparan al llarg de 1998 i 1999.

Els projectes són els següents:

-*Anàlisi qualitativa de la violència a la televisió*. Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Ramon Llull.

-*La imatge a Catalunya a les televisions de l'Estat*. Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra.

-*Fonaments de la televisió pública a l'era digital*. Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

3.3.3. Difusió de la recerca: Col·lecció conjunta amb l'editorial Pòrtic d'Enciclopèdia Catalana.

Publicació del llibre "Ètica i Periodisme" de Salvador Alsius.

El llibre *Ètica i Periodisme* de Salvador Alsius, publicat el març de 1998, va encetar la col·lecció que el Centre d'Investigació i l'Editorial Pòrtic editen conjuntament. Enguany es prepara una nova versió del llibre "Història de la Televisió a Catalunya", publicat pel CEDIC el 1994, que es publicarà en aquesta col·lecció.

3.3.4. Col·laboracions amb revistes catalanes de comunicació

Anàlisi.

El CEDIC col·labora habitualment amb la revista *Anàlisi* publicada pel Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. El número 22 de la revista publica un dossier dedicat al Centre d'Investigació de la Comunicació. El dossier fa balanç de la tasca portada a terme pel CEDIC en els seus primers deu anys d'existència, sota la direcció de Wifredo Espina.

Treballs de comunicació. Societat Catalana de Comunicació.

El CEDIC ha donat suport a la revista *Treballs de Comunicació* que publica la Societat Catalana de Comunicació, filial de l'Institut d'Estudis Catalans. També ha col·laborat en les conferències que organitza anualment aquesta institució, la d'inauguració del curs acadèmic i la Conferència Anual de Girona.

4. ESTUDIS I INFORMES

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya realitza estudis i informes per donar suport a les decisions del Consell o per fer el seguiment de les possibles transgressions de les lleis que regulen la ràdio i la televisió. Aquests estudis i informes poden sorgir per iniciativa del propi Consell o a partir de les demandes, queixes o suggeriments que formulen els usuaris dels mitjans de comunicació.

Gran part dels informes i estudis tècnics són elaborats per l'Àrea de Documentació i Estudis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Però, d'altres són encarregats a experts externs al CAC.

A continuació, detallem els estudis realitzats al llarg del 1998.

4.1. Estudis tècnics realitzats el 1998

E1/1998. LA PUBLICITAT DE JOGUINES ADREÇADA ALS INFANTS DURANT LA CAMPANYA DE NADAL DE 1997-98.

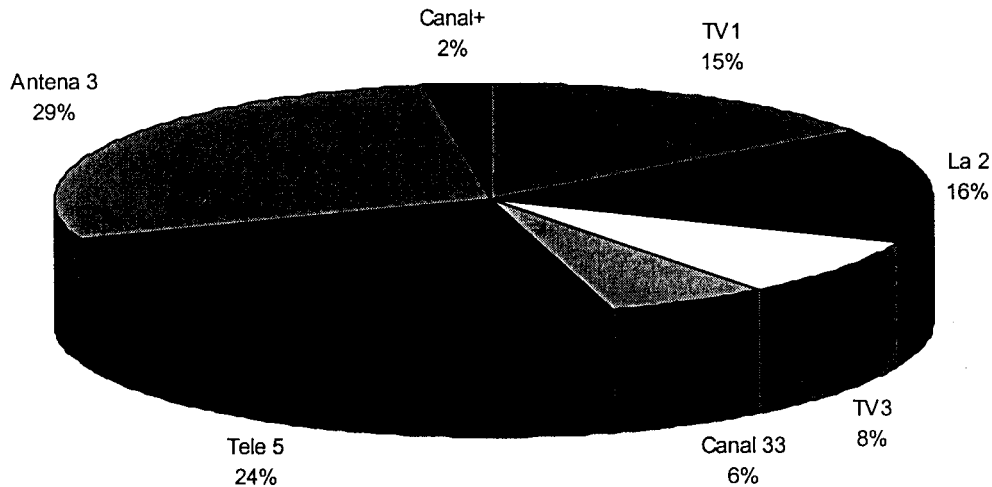
Anàlisi de la publicitat de joguines per a infants i adolescents emesa per les set cadenes generalistes d'àmbit nacional i estatal durant vuit dies de la campanya de Nadal (869,5 hores). La mostra estudiada recull 13.708 programes publicitaris dividits en 5 categories: spot, telecompra, patrocini, telepromoció i premis i regals. Aquesta xifra significa un augment relatiu d'un 60% respecte de la campanya de Nadal de l'any anterior.

Els objectius que presegueix l'estudi són quantificar la presència de publicitat a les diferents cadenes i classificar-la segons la tipologia de producte, la seva forma i els seus destinataris, quantificar els impactes publicitaris que reben els infants i els adolescents i determinar la publicitat que s'adreça als menors d'edat.

Així, s'observa que la densitat publicitària és diferent segons la cadena estudiada: les 3 privades acullen el 55% de la publicitat, mentre que les 4 públiques agrupen el 45% restant. Pel que fa a la forma, l'estudi posa de manifest com l'espot és la forma publicitària per excel·lència, corresponent-hi

el 84% dels programes publicitaris diferents i el 90% de les aparicions. Per tipologies, la categoria més abundant dels destinats als adults és la de colònies i perfums, amb un 22,21 del total de programes. En segon i tercer lloc se situen les categories d'alimentació (11,13%) i discos (8,17%). Pel que fa als menors d'edat, les joguines constitueixen la categoria més anunciada, amb un 63% del total. Gràficament,

Distribució de programes publicitaris per cadenes



Si ens centrem en la publicitat de joguines, l'estudi posa de manifest com aquesta representa, en la mostra, un 21,3% del total de publicitat emesa. La seva distribució no és homogènia: es concentra en els canals amb programació adreçada al públic menor d'edat en forma de club infantil (TVE2, Canal 33 i Antena3). Dos terços dels productes publicitaris als menors d'edat son joguines, la qual cosa significa un augment d'un 50% respecte de la mateixa dada de l'any 1996-97. La causa està en relació amb

l'extracció d'una mostra amb dies de finals del mes de novembre, quan la publicitat de joguines arriba als seus màxims.

Les joguines més anunciades són les que pertanyen a les categories de *nines i accessoris*, *ninots i accessoris* i *joguines electròniques*. A diferència dels estudis de dos anys precedents, la categoria *construccions i acoblaments* ha estat desplaçada per les *joguines electròniques*.

Un altre aspecte que el CAC ha estudiat a fons ha estat l'assignació de rols en funció del gènere en els anuncis de joguines. Els indicadors utilitzats (gènere de la veu en *off*, color predominant i actors principals) s'han demostrat adequats en la recerca d'elements de discriminació per raó del sexe en la publicitat. Això és evident en els anuncis de productes tradicionalment adreçats a les *nenes* però no tant en els adreçats als *nens*. La causa pot ser la mateixa que està en la base de la discriminació per raó de gènere: a la dona se li assignen uns rols socials molt més estrictes que a l'home.

Estadísticament s'ha provat que existeix una relació entre elements formals com el gènere de la veu en *off* i el color predominant i les diferents categories de joguines.

Els productes amb un tracte discriminatori més acusat són les *nines i accessoris*, els *jocs d'imitació de la realitat* (per a nenes) i els *ninots i accessoris* i els *vehicles en miniatura* (per a nens). Per contra, els més igualitaris pertanyen a la categoria de *jocs de societat*.

Així, doncs, a les nenes se'ls ofereix, principalment, nines: l'espot és de color rosa, la veu en *off* és femenina i les actrius són nenes o dones. L'àmbit d'actuació està lligat als grups primaris (la família, les relacions interpersonals de proximitat, les activitats d'autosatisfacció i les de serveis personals).

Al nen, se li ofereixen, principalment, ninots: formalment la veu és masculina i els actors nens o homes. Hi ha una negació total del color rosa. L'àmbit social és el propi dels grups secundaris (relacions socials formals, institucions no primàries, etc).

Pel que fa a l'aparició de violència, s'ha trobat una relació entre les tipologies de joguines *més violentes* (*ninots* i *vehicles en miniatura*) i aquelles que hem qualificat de fortament posseïdores d'elements de discriminació per raó del gènere des del punt de vista de la presència d'estereotips masculins. A diferència de l'estudi de l'any 1996-97, la forma principal de violència en la publicitat de joguines no és la veu agressiva sinó la representació d'actes de violència.

Finalment, pel que fa a un aspecte tan important com l'abús de la credulitat del menor, l'estudi demostra que un de cada tres anuncis aprofiten de forma voluntària o involuntària la major credulitat del menor i les seves dificultats per distingir publicitat i programació. Les causes més comunes són les sobreimpressions defectuoses, la barreja d'imatges de la joguina amb d'altres reals o d'animació, l'animació figurada i la publicitat feta pels mateixos presentadors dels programes infantils. Aquestes tècniques constitueixen un dels més grans problemes de la publicitat de joguines adreçada als infants. Les sobreimpressions, concretament, rarament són legibles (són passades a gran velocitat, la lletra és petita) i per tant no compleixen la seva missió d'informació.

L'estudi fa també un seguiment sobre la incidència de les recomanacions fetes pel Consell a partir de l'estudi La publicitat de joguines adreçada als infants durant la campanya de Nadal de 1996-97. Val a dir que s'ha observat una millora considerable en algun dels aspectes tractats pel CAC i que afecten als **anunciant**s:

- augmenta fins el 100% la presència de la mà als espots
- disminució de l'animació figurada (del 10 al 5,6%)
- forta disminució d'anuncis discriminatoris per raó del gènere (del 45 al 24%)
- disminució dels elements violents (del 10 al 7,7%)

D'altres punts responsabilitat dels anunciant

s, en canvi, no s'han obtingut resultats:

- els missatges sobreimpressos continuen sent il·legibles

- augmenta el nombre d'espots on es barregen imatges reals o de pel·lícules i el producte

Les recomanacions que s'adreçaven a les **televisions** no han estat recollides per les cadenes:

- es continua fent ús de les telepromocions (a Antena 3, al Club Megatrix)
- els presentadors dels clubs infantils participen en anuncis de productes (veu a Canal 33; imatge a La 2 i Antena 3)

E2/98. LA PUBLICITAT ALS TELEINFORMATIUS DIARIS

Per efectuar aquest estudi s'han enregistrat els espais d'informació general o teleinformatius diaris durant una setmana de temps. Pel que fa a la franja horària estudiada, s'han escollit les de migdia i de vespre, quedant exclosos, per tant, els informatius emesos per algunes cadenes a primera hora del matí o a última hora de la nit. Cal assenyalar que les segones cadenes dels canals públics (La 2 i Canal 33) tenen una oferta més reduïda de programes informatius, ja que la categoria hi és prou representada als seus primers canals (TV1 i TV3).

D'aquest estudi es desprèn que les diferents cadenes presenten comportaments dispars pel que fa a l'emissió de publicitat als seus espais teleinformatius diaris.

Tenint en compte el que estableix la llei 25/1994, de transposició de la Directiva europea de televisió sense fronteres, les cadenes públiques, tan estatals (TV1 i La 2) com autonòmiques (TV3 i Canal 33) i Canal +, entre les privades, compleixen estrictament la legislació vigent en aquesta matèria.

Antena 3 presenta infraccions en atemptar contra l'article 15.2, ja que patrocina seccions del programa d'informació general. Una solució per adaptar-se a la normativa seria extraure la informació patrocinada fora de l'espai general, fent-ne un programa propi, al igual que fan altres cadenes com TV1 o TV3.

Finalment, Tele 5 incompleix el que disposa la normativa ja que, a més de patrocinar seccions del teleinfomatiu (incompliment art. 15.2), aquests patrocinis són incorrectes com a tals (incompliment art. 15.1.c), ja que incorporen misstges de compra de productes o serveis. La separació entre programació i publicitat queda, doncs, confusa, fet que vulnera l'article 12.1.

E3/98. FORMES PUBLICITÀRIES A LA RÀDIO.

L'estudi comprèn l'escolta i anàlisi de 21 emissores, a partir de les quals s'ha fet una esquematització i conceptualització de les formes publicitàries que shi observen. Com posa de manifest l'estudi, la publicitat en el mitjà ràdio no té una reglamentació tan extensa i detallada com en la televisió; Així, l'única norma genèrica aplicable és la Llei general de publicitat. La resta de legislació es de caràcter sectorial i es refereix principalment a la publicitat de productes objecte d'una certa restricció, com ara les begudes alcohòliques i el tabac.

En aquest marc, l'estudi ha fet un assaig de classificació de les diferents formes publicitàries que, en qualsevol cas, hauria de ser contrastat amb un estudi més aprofundit de la publicitat a la radiodifusió. La correcta identificació de la publicitat respecte de la programació esdevé el motiu principal de l'estudi, del qual s'extreuen conclusions com que la majoria de les emissores fan servir elements de separació formal entre publicitat i programació, tot i que de forma no contínua i, de vegades, no del tot evident per a l'oient. Així, per exemple, molt poques emissores fan un ús generalitzat de les ràfegues d'identificació de la cadena abans de cada bloc publicitari i, moltes vegades, les veus publicitàries no són manifestament diferents.

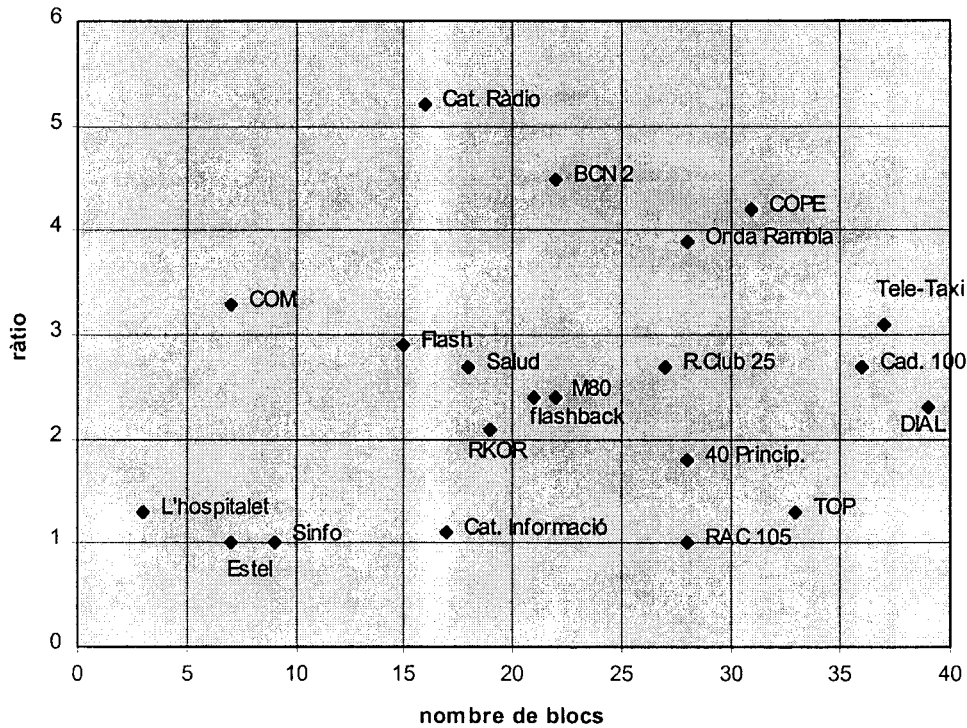
Les formes publicitàries participades, tals com la publicitat directa o el publireportatge participat, no contribueixen mai a una clara identificació de la publicitat. Ans el contrari, la seva erradicació ajudaria enormement a aconseguir una més clara diferenciació entre programació i publicitat. El locutor, així, hauria d'evitar qualsevol implicació en la publicitat, més enllà d'articular la seva introducció.

El *bartering*, tal i com s'ha observat en aquest estudi, té elements que el poden convertir en un perillós instrument d'emissió de publicitat encoberta, per la qual cosa hauria de rebre un tractament específic.

L'agrupació de la publicitat en blocs també és un element que afavoreix la seva identificació. L'estudi posa de manifest, però, que malauradament poques emissores tenen una política decidida d'agrupació en blocs.

El següent gràfic constitueix un resum visual dels resultats del treball:

Distribució de les emissores de ràdio segons la ràtio publicitària i l'agrupació publicitària en blocs.



E4/98. L'OFERTA DIGITAL A CATALUNYA

L'estudi E4/98 pretén ser un estudi comparatiu de les dues ofertes de televisió digital que existeixen actualment a l'Estat espanyol per part de dos grups de comunicació.

L'estudi es compon de tres parts fonamentals. En la primera s'analitzen els canals ofertats per cadascuna de les plataformes, tant pel que fa als canals generalistes com als canals temàtics i els canals a la carta. En la segona part de l'estudi es fa una comparació dels paquets bàsics de cada oferta, així com les seves possibilitats d'ampliació. Finalment, en la tercera part es fa una comparativa econòmica dels preus dels diferents serveis ofertats per cada una de les plataformes digitals.

E5/98. ELS VALORS A LA PROGRAMACIÓ INFANTIL. ELS PROGRAMES D'ANIMACIÓ.

Investigació descriptiva que pretén estudiar el grau de presència a la televisió dels valors que figuren com a recomanables per a la infància en el Codi Deontològic de Programació infantil (signat per les autoritats estatals i autonòmiques d'ensenyament i les cadenes hertzianes dels mateixos àmbits) i els que es propugnen als dos primers articles de la LOGSE (Llei orgànica general del sistema educatiu). Es tracta, doncs, d'un procés de verificació d'una norma.

El treball consisteix en el visionat i anàlisi dels programes d'animació específicament infantils que s'emeten en totes les cadenes que es reben a Catalunya, en una determinada franja horària i durant quatre dies. La tria de la franja horària s'ha fet en funció de l'horari escolar i d'acord amb el que la directiva europea i la seva transposició a l'ordenament de l'Estat Espanyol, la llei 25/1994, consideren com franja protegida.

L'estudi abasta un total de 1676 minuts de programació (gairebé 28 hores), als quals s'han de restar 61 minuts que pertanyen a animació de no ficció i que per tant quedaven fora de l'objecte d'aquesta investigació. S'han

codificat un total de 1453 seqüències, amb presència o no de valors i contravalors. El total d'hores visionades és de 256.

Els programes pertanyen, únicament, a quatre de les cadenes generalistes que es reben a Catalunya per via hertziana (TVE2, Canal 33, Antena3 i Canal +), ja que la resta no van emetre programació que complís els requisits del plantejament de l'estudi.

De l'estudi es desprèn que s'ha trobat un considerable esforç d'emissió dels valors *solidaritat* (17,2% del total de puntuacions) , *pau* (12,6%) i *realització personal* (5,9%) i l'absència de continguts catalogats com de *formació sexual*, *de promoció d'hàbits saludables* i *d'enriquiment del llenguatge verbal*. D'altra banda, els contravalors *no pau* i *sexisme* reben una puntuació notable (16,8% i 7,1%, respectivament).

El valor *solidaritat* rep la puntuació més alta i reflecteix una situació molt repetida en les estructures narratives de les obres analitzades: davant un problema o una dificultat surgeix sovint la cooperació i l'ajuda desinteressada a l'amic o amiga. La competitivitat o l'egoïsme (propis de la *insolidaritat*) queden, sovint, desautoritzats i com a trets propis dels antagonistes. En aquest mateix esquema, la lluita contra l'adversitat i la capacitat de superació de les dificultats explicarien la puntuació obtinguda pel valor *realització personal*.

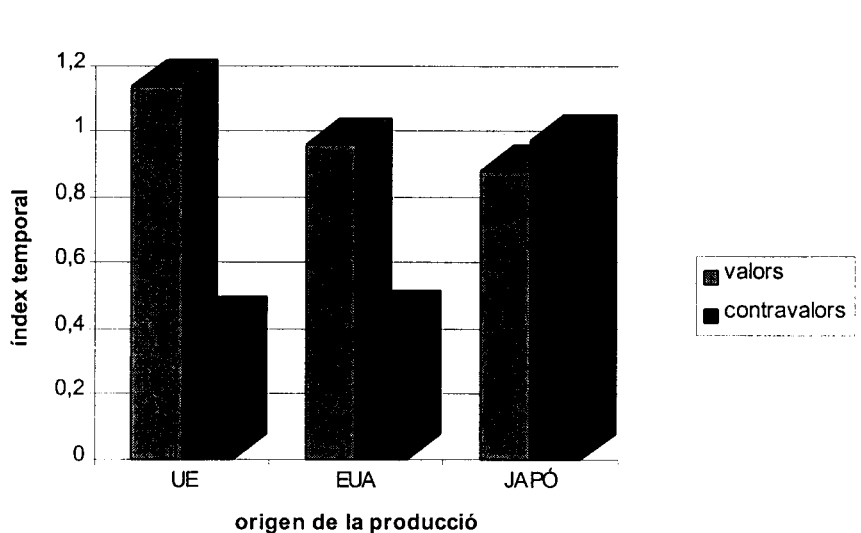
Crida l'atenció l'alta puntuació de *sexisme* (un 7,1% del total): les sèries analitzades contenen abundants exemples de reproducció acrítica dels estereotips sexuals (la mare cuina, el pare treballa fora, la dona jove és un objecte d'atracció sexual però no l'home jove ...). Per contra, les conductes d'educació en valors d'igualtat home-dona tan sols registren menys d'un terç dels punts de *sexisme*.

La confrontació de les dues taules (de valors i de contravalors) mostra com les puntuacions dels valors són sempre més altes que les del seu oposat, excepte en els casos de *pau/no pau*, *foment d'actituds antisexistes/sexisme*, *formació sexual/sexe no formatiu* i *enriquiment del llenguatge verbal/llenguatge inadequat*.

Destaca, per la seva presència quantitativa (un 29% del total de puntuacions), el cas de la categoria *pau/no pau*. La interpretació d'aquesta dada, des de la definició operativa d'aquests conceptes, ens remet a uns guions en els quals davant el problema o la dificultat s'admet la via de la resolució violenta (la lluita contra els malvats) com a vàlida i convenient. (Hem de recordar que les puntuacions de *no pau* impliquen una visió positiva o neutra d'aquest contravalor). Aquesta dada confirma d'altres investigacions d'aquests mateixos autors (per exemple, La representació de la violència a la televisió, 1997) en el sentit de la justificació audiovisual de la violència.

Per àrees geogràfiques, les produccions europees presents a la mostra tenen el desequilibri més gran entre les puntuacions de contravalors i valors en favor d'aquests últims: 73 % contra 27 %. Per contra, les sèries japoneses són les úniques que, en el seu conjunt, atorguen més puntuació als contravalors (52%) que als valors (48%). Gràficament,

Índex temporal de valors i contravalors segons l'origen de la producció



Les dades recollides confirmen la hipòtesi que hi ha una relació entre els valors i contravalors emesos i l'origen de la producció del producte audiovisual.

Aquesta associació existeix sigui quin sigui el subconjunt (per àrees geogràfiques) de la mostra analitzat, tot i que es registra una intensitat d'associació diferent. Així, les sèries més disperses entre si són les d'origen japonès i europeu i les més similars, les japoneses i les dels EUA.

Els valors més similars són els que emeten les sèries europees i americanes, mentre que les sèries japoneses i americanes tenen un grau de similitud més alt a nivell de contravalors.

E6/98. LES INTERRUPCIONS PUBLICITÀRIES A LES PEL·LÍCULES. ADEQUACIÓ A L'ARTICLE 13 DE LA LLEI 25/1994 (juliol 1998)

Verificació del compliment de l'esmentat article, que estableix el nombre màxim permès d'interrupcions publicitàries als llargmetratges (article 13.3 de la llei 25/1994), així com la separació mínima permesa entre cada tall (article 13.2). S'estudien 10 obres (pel·lícules cinematogràfiques i telefilms) de cada cadena de televisió, emeses preferentment en horari d'alta audiència. Canal+, a causa de la seva política d'empresa de no tallar mai aquestes obres, queda fora de l'estudi.

Els resultats d'aquest estudi posen de manifest que les cadenes privades i, en menor mesura, els primers canals de les cadenes públiques, incompleixen l'article 13.3 de la llei 25/1994. Els segons canals de les cadenes públiques, tant el Canal 33 com La 2, estan molt per sota dels talls que la duració programada de les pel·lícules que han emès els hagués permès (11 talls de menys en el primer cas i 3 en el segon).

Pel que fa al nombre de talls de cada pel·lícula, les cadenes privades són les que més talls fan (Antena 3: 3,5 i Tele 5: 3,2). Els segons canals de les cadenes públiques són els que més íntegrament emeten les pel·lícules (Canal 33: 1,2 talls, La 2: 2,3). En un punt intermig se situen TV1 i TV3, amb 2,9 i 3,1 talls per pel·lícula respectivament.

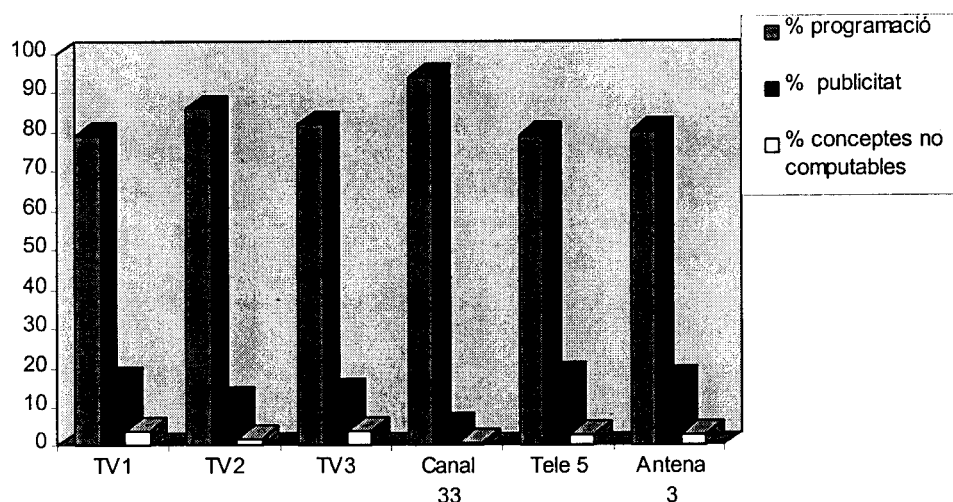
Pel que fa a la duració mitjana dels talls, el Canal 33 i La 2 són les cadenes que fan talls de duració inferior a la mitjana, situada en 21 minuts i 1 segon.

Les altres cadenes tallen les pel·lícules al voltant de 26 minuts, amb l'excepció de TV3, que se situa molt poc per sobre de la mitjana (22 minuts i 50 segons).

El treball també examina el grau d'aprofitament del concepte de duració programada, essent aquest màxim a TV1, TV3, Tele 5 i Antena 3, mínim al Canal 33 i mig a La 2.

La relació percentual entre el temps d'emissió de l'obra cinematogràfica i la publicitat, on veiem el percentatge que ocupa la publicitat en el temps total d'emissió d'una pel·lícula es pot veure a la següent gràfica:

Relació percentual entre programació, publicitat i conceptes no computables



E7/98. LA REPRESENTACIÓ DE LA VIOLÈNCIA A LA TELEVISIÓ. UNA APROXIMACIÓ A LES PANTALLES CATALANES.

El principal objectiu d'aquest estudi consisteix en la delimitació, classificació i descripció de les escenes de violència emeses per les cadenes que es veuen a Catalunya durant la setmana de la mostra, sense entrar a jutjar la seva

idoneïtat o grau de qualitat. S'entén violència, a efectes d'aquest treball, l'ús de la força física o la intimidació mental o emocional, exercit per part d'un ésser viu (persona o animal) sobre un altre ésser viu o sobre el medi ambient, amb la intencionalitat expressa o implícita d'inflingir mal o de destruir. Queden exclosos d'aquesta definició els danys imputables a causes o fenòmens naturals (malalties, tempestes, terratrèmols, etc). Queda inclosa en la definició, en canvi, l'exhibició de les conseqüències d'actes violents, encara que la comissió d'aquests no hagi estat explícita (visió de persones o animals amb mostres evidents d'haver estat sotmesos a actes violents).

El treball parteix d'una sèrie d'hipòtesis, entre les que destaquen les següents:

1. les cadenes públiques són menys violentes, en termes d'índex DIG i de Gerbner, que les cadenes privades.
2. la programació produïda als Estats Units present a la mostra estudiada és més violenta, en base al temps violent i als índexs DIG i de Gerbner, que la produïda a la Unió Europea (entre 6.00 i 22.00 hores).
3. els punts horaris que concentren majors cotes de violència, segons els índexs DIG i de Gerbner, se situen dintre de l'horari protegit per la Directiva de TV sense Fronteres.

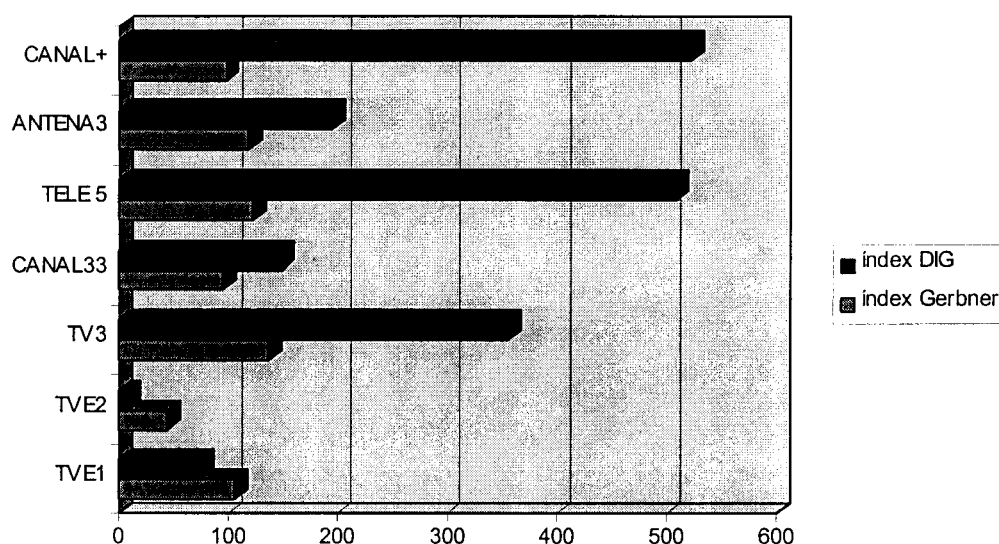
La mostra analitzada ha consistit en la programació de ficció (pel·lícules, telefilms i telesèries) que han emès les cadenes de televisió que es reben a Catalunya durant la setmana que va del 2 al 8 de juny de 1998, entre les 15.30 i les 0 hores. S'han analitzat un total de 186 programes de ficció (o de fraccions) i de 8.455 minuts (140,9 hores).

Els resultats de l'estudi es poden sintetitzar com segueix:

1. La primera hipòtesi estableix que les cadenes públiques són menys violentes, en termes d'índex DIG i de Gerbner, que les cadenes privades. Les dades contradiuen la hipòtesi 1 d'aquest estudi. Les cadenes tenen un comportament que estadísticament no sembla dependre de la seva titularitat: pel que fa a l'índex de Gerbner, TV3 i Tele 5 es desvien significativament per sobre de la mitjana de temps violent (emeten més violència); TVE1 i TV2 es desvien significativament per sota (menys violència). Finalment, Canal 33, Antena 3 i el Canal + no presenten diferències significatives

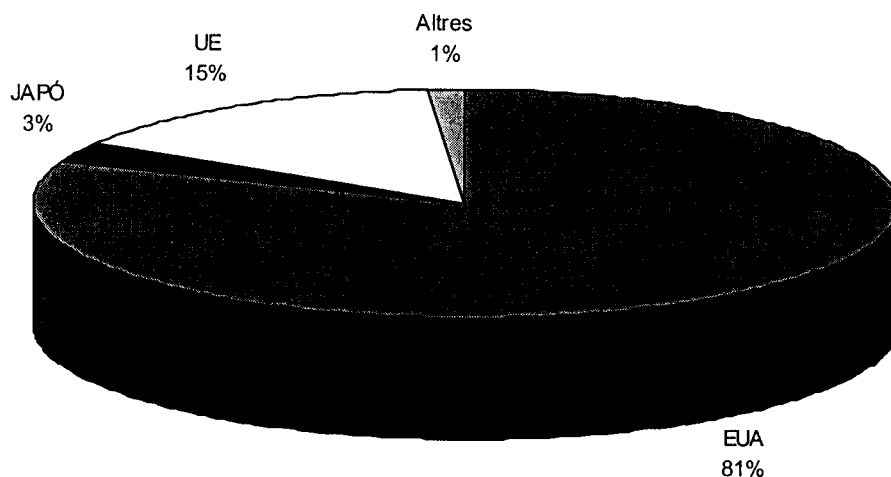
respecte a la mitjana de temps violent. En termes d'índex DIG, en canvi, es delimiten dos grups: un per sobre de la mitjana (Canal+, Tele 5 i TV3) i un per sota (Antena 3, TV1, Canal 33 i La 2).

Índexs Gerbner i DIG de les diferents cadenes.



2. La segona hipòtesi, que postula que la producció audiovisual produïda a la UE és menys violenta que la dels EUA queda confirmada per l'estudi. Ha quedat demostrat que els productes nordamericans se situen clarament per sobre de la mitjana, mentre que els europeus i els d'altres nacionalitats se situen significativament per sota. Els productes japonesos, finalment, no difereixen significativament de la mitjana. Una altra dada significativa és la proporció dels actes violents segons el seu origen, ja que 8 de cada 10 són comesos en produccions americanes. Si parlem de crims, un 87% tenen lloc en aquestes produccions. La següent gràfica recull el nombre d'actes violents que s'han trobat en les produccions segons el seu origen geogràfic:

Distribució dels actes violents segons l'origen de la producció



3. La tercera hipòtesi estableix que els punts horaris amb una major concentració de violència se situen dins l'horari protegit per la Directiva de TV sense Fronteres. L'estudi confirma plenament aquesta hipòtesi:

- la franja entre les 17 i les 18 hores és, en el conjunt de les televisions i per a la setmana estudiada, la que concentra la major part de la violència.
- entre les 20 i les 22 hores s'observa una mancança gairebé total de violència, degut, principalment, a l'absència de programació de ficció.

4. Pel que fa al públic destinatari, s'han detectat uns percentatges de temps de violència molt similars entre la programació destinada als adults i la que s'adreça als infants. Si tenim en compte l'index DIG, en canvi, veiem que la violència de la programació adulta és de més intensitat que la dels programes adreçats als infants. L'estudi ja explica que dos programes d'animació infantil (*Les tortugues Ninja* i *Leo, el rei de la selva*) suposen les $\frac{3}{4}$ parts del total de violència en termes DIG. La programació adreçada a tots els públics, és la que menys violència conté.

5. El prototipus d'acte violent el faria un home, blanc, protagonista o antagonista, adult, sobre un altre home, blanc, amb el qual no l'uneix cap

relació, protagonista o amb un paper no important, també adult. El marc en el qual es desenvolupa l'actes és realista i sense humor, però rarament hi ha una constància explícita de dany o dolor en les víctimes. És la violència sanejada a la qual fa referència Donnerstein a l'estudi citat.

6. Els actes comesos per protagonistes estan sovint justificats i es perceben com a *justos*, mentre que la percepció dels actes comesos pels antagonistes és gairebé sempre negativa. D'aquí es dedueix que majoritàriament (en tres de cada quatre cops) la ficció televisiva sanciona positivament una resposta violenta a una violència prèvia, en detriment d'altres vies de solució de conflictes.

E8/98. LA REPRESENTACIÓ DE LA VIOLÈNCIA A LES AUTOPROMOCIONS.

L'objecte d'aquest estudi és analitzar els nivells de violència que s'hi troben a les autopromocions de les set cadenes nacionals o estatals que es reben a Catalunya per via hertziana.

S'entén per autopromoció tota informació per part d'una cadena de la programació que s'emetrà, així com de la difusió de la imatge de marca de l'emissora. S'inclou, igualment, la promoció de programes d'altres emissores de la mateixa empresa. Els rodets de programació que s'emeten a l'inici o al final de l'emissió no es consideren autopromoció. Per violència, s'entén l'ús de la força física o la intimidació mental o emocional, exercit per part d'un ésser viu (personal, animal, animal personificat) sobre un altre ésser viu o sobre el medi ambient, amb la intencionalitat expressa o implícita d'infringir mal o de destruir. Queden exclosos d'aquesta definició els danys imputables a causes o fenòmens naturals (malalties, tempestes, terratrèmols, etc.). S'inclou l'exhibició de les conseqüències d'actes violents, encara que la comissió d'aquests no hagi estat explícita (visió de persones o animals amb mostres evidents d'haver estat sotmesos a actes violents).

La mostra de l'estudi està constituïda per dos dies (2 i 3 d'octubre de 1998) entre les 6 i les 26 hores (2 de là matinada). Així doncs s'ha analitzat 40 hores per cada emissora i un total de 280 hores.

Els paràmetres recollits han estat el tipus d'acte violent (crims o agressions), les armes emprades, la gravetat de l'acte i la intensitat de l'acte.

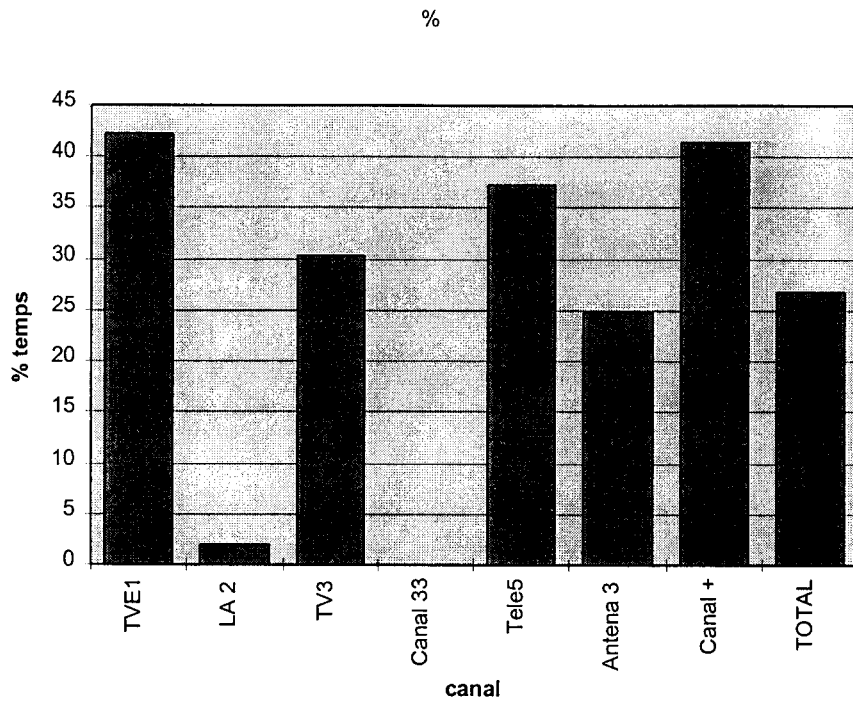
Sobre aquests paràmetres s'ha estudiat l'índex DIG, que pren en consideració les variables de duració de la seqüència violenta, la seva intensitat (valors 1,2,3) i la seva gravetat (crims 2; agressions 1).

Els resultats que es desprenen de l'estudi posen de manifest que durant les 280 hores analitzades s'han indexat un total de 440 autopromocions que corresponen a 115 emissions diferents, amb una mitjana de 3,79 aparicions per autopromoció diferent.

TVE1 és la cadena amb més nombre d'autopromocions en termes d'aparicions (105), de programes diferents (23) i de temps emprat (63 minuts). Igualment, és l'emissora que repeteix més les seves autopromocions (4,57 cops de mitjana). En un sentit totalment oposat hi trobem el Canal 33 que presenta un terç de les aparicions de TVE1 i del temps dedicat. Per tipologia de programes hi ha un clar predomini de la ficció (*pel·lícules i telefilms* i *telesèries*), amb gairebé la meitat de les aparicions. Val a dir que aquestes categories obtenen una ràtio d'aparicions per programa diferent superior a la mitjana (4,8). La durada de les autopromocions, 261,9 minuts, suposa un 1,56% del total del temps analitzat i la durada mitjana és de 35,72 segons. S'observa, però, un gran desnivell entre TVE1 i la resta de les emissores en temps dedicat.

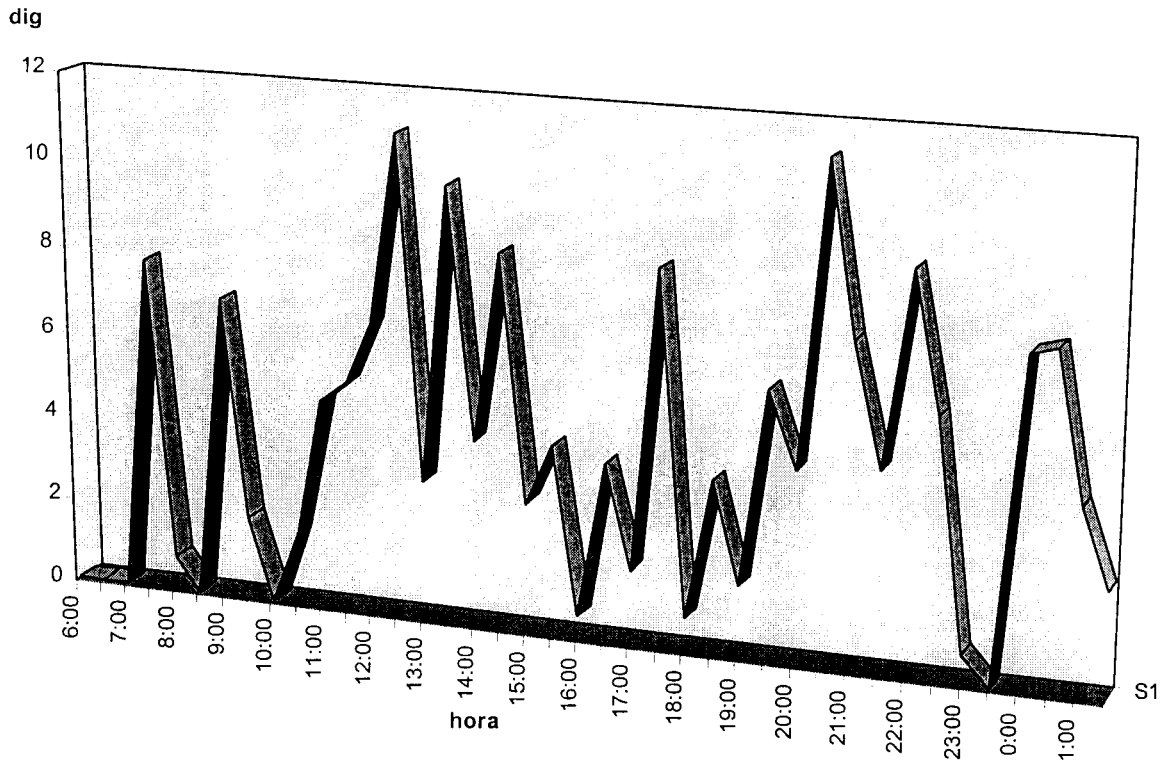
Sobre la violència a les autopromocions, observem que, de les 440 aparicions, 99 (un 22,5%) tenen algun acte de violència. En temps, ocupen 69,9 minuts (un 26,68% del total). Per cadenes, un 41% de les autopromocions de Canal+ inclouen violència. A l'altre extrem, Canal 33 no presenta cap mena de violència a la promoció de la seva programació. En termes d'índex DIG, les emissores amb autopromocions més violentes són Canal + i TVE1. Amb menys de la meitat de la puntuació trobarem Antena3, Tele5 i TV3. Finalment, La 2 presenta uns nivell inapreciables i el Canal 33, nuls. Gràficament,

Proporció d'autopromocions violentes per cadenes



El pas de l'horari protegit (de les 6 a les 22h) al no protegit (de 22h a 6h) no suposa cap canvi en la política de programació de les autopromocions en el sentit d'un augment de la seva violència, sinó que a partir de les 22h hi ha una devallada relativa d'autopromocions amb violència. En termes DIG, el 78,4 de la violència s'emet en horari protegit amb tres pics molt clars: al matí (entre 11:30 i 12:30), a la tarda (entre 17:00 i 17:30) i al vespre (entre les 20:30 i les 21:30). El següent gràfic recull la distribució temporal de les autopromocions violentes:

Distribució temporal de les autopromocions violentes



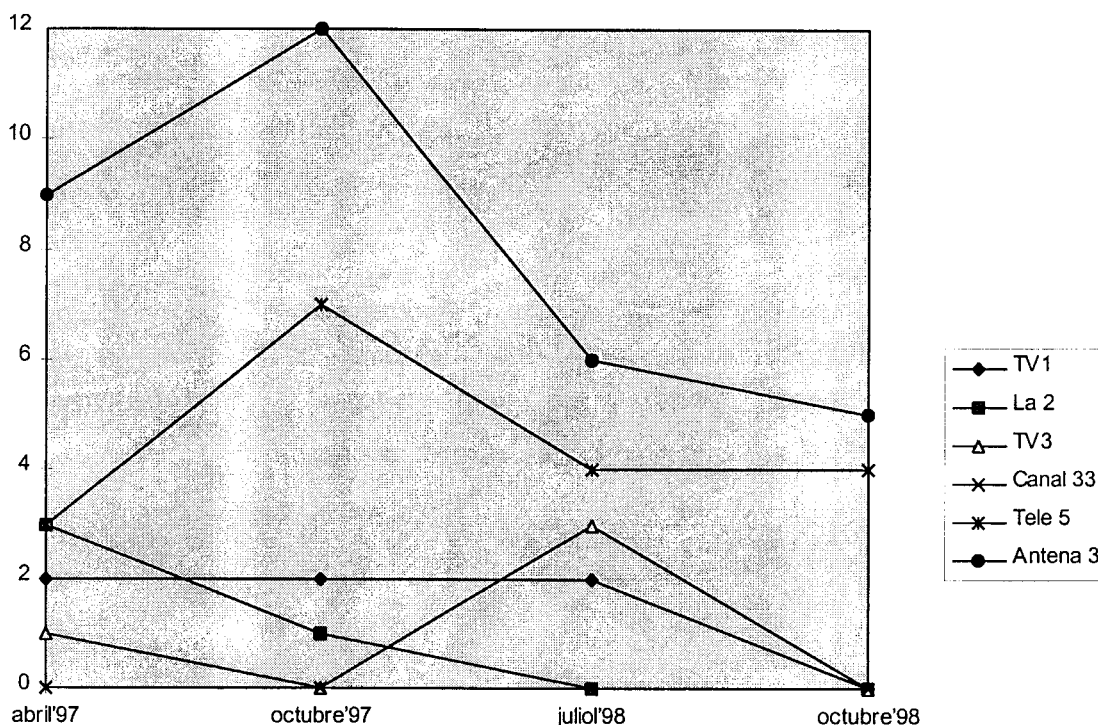
No existeix una política manifesta d'ubicació de les autopromocions segons el públic al qual s'adreça el programa: un 77,5% de les autopromocions amb almenys un acte de violència s'emeten en programes qualificats per a tots els públics o per a infants i joves. Cal, però, recordar que els dos segons canals públics que es caracteritzen per emetre programació infantil al matí, migdia i tarda, són els que presenten els nivells més baixos (o inexistents) de violència. Per contra, els dos canals amb més puntuació DIG o bé no té programació infantil (TVE1) o bé és d'accés de pagament (Canal +, tot i que les autopromocions acostumen a ser emeses en obert).

E9/98. LES INTERRUPCIONS PUBLICITÀRIES A LES PEL·LÍCULES. ADEQUACIÓ A L'ARTICLE 13 DE LA LLEI 25/1994 (octubre 1998)

Verificació del compliment de l'esmentat article, que estableix el nombre màxim permès d'interrupcions publicitàries als llargmetratges (article 13.3 de la llei 25/1994), així com la separació mínima permesa entre cada tall (article 13.2). S'estudien 10 obres (pel·lícules cinematogràfiques i telefilms) de cada cadena de televisió, emeses preferentment en horari d'alta audiència. Canal+, a causa de la seva política d'empresa de no tallar mai aquestes obres, queda fora de l'estudi.

Els resultats d'aquest estudi posen de manifest que les cadenes (Tele 5 i Antena 3), incompleixen l'article 13.3 de la llei 25/1994. Pel que fa a les cadenes públiques, tant els primers canals com els segons fan menys talls dels que la duració programada de les pel·lícules que han emès els hagués permès (2 talls de menys pel que fa a TV1 i TV3, 9 talls de menys en el cas del Canal 33 i 1 tall de menys en el cas de La 2). L'evolució del comportament de les cadenes es presenta en la següent gràfica:

Evolució del comportament de les cadenes pel que fa al compliment de l'article 13.3 de la llei 25/1994.



Pel que fa el nombre de talls mitjà que fan les cadenes independentment del temps que hagin durat les emissions, les cadenes privades són les que més talls fan (3,3). El segon canal de la televisió pública catalana és el que més integrament emet les pel·lícules (1,6 talls). En un punt intermig se situen els primers canals de les cadenes públiques (TV1: 2,8 i TV3: 2,6) i La 2 (2,5).

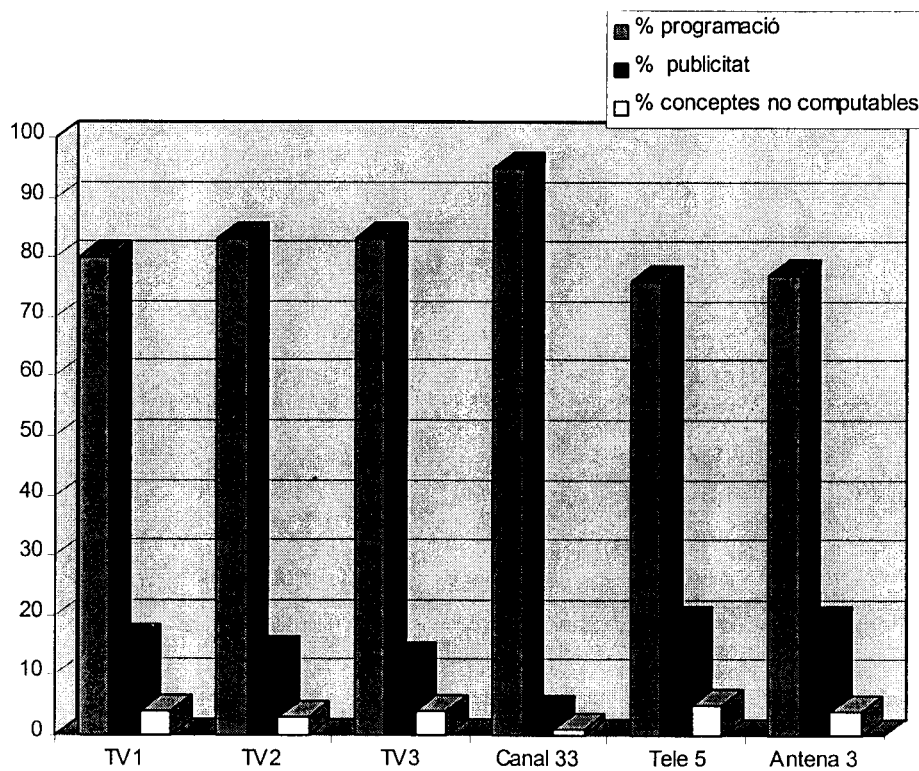
Pel que fa a la duració mitjana dels talls, Canal 33, La 2 i TV3 són les cadenes que fan talls de duració inferior a la mitjana, situada en 21 minuts i 31 segons. Les altres cadenes tallen les pel·lícules al voltant de 28 (Tele 5) o 29 (Antena 3) minuts, amb l'excepció de TV1, que se situa per sobre de la mitjana però amb un valor més baix que les cadenes privades (25 minuts).

Pel que fa al grau d'aprofitament del concepte de duració programada, ha estat màxim a Tele 5 i Antena 3, mínima al Canal 33 i mig a TV1 i TV3.

Pel que fa a l'article 13.2, regulador del temps separador de les interrupcions publicitàries, podem dir que totes les cadenes compleixen la llei, excepte Antena 3, que incompleix en el cas d'una la pel·lícula, la qual té dos segments de programació intermitjos inferiors a 20 minuts, quan la llei n'autoritza només un.

La relació percentual entre el temps d'emissió de l'obra cinematogràfica i la publicitat, on veiem el percentatge que ocupa la publicitat en el temps total d'emissió d'una pel·lícula es pot veure a la següent gràfica:

Relació percentual entre programació, publicitat i conceptes no computables



4.2. Informes al Govern de Catalunya

Informe sobre la proposta de projecte de Llei de Creació del Col·legi professional de llicenciats en publicitat i relacions públiques de Catalunya (1/98)

Per a donar resposta a la sol·licitud formulada en data 27 de març de 1998, per la directora general de Dret i Entitats Jurídiques del Departament de Justícia, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va informar favorablement sobre la proposta de projecte de *Llei de creació del Col·legi professional de llicenciats en publicitat i relacions públiques de Catalunya*.

Informe sobre el Projecte de Decret del règim jurídic dels títols habilitats per al servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència (2/98)

El 16 de juny de 1998, el director general de Radiodifusió i Televisió del Departament de la Presidència va formular una sol·licitud al Consell de l'Audiovisual de Catalunya perquè aquest emetés un informe sobre el text relatiu al projecte de *Decret del règim jurídic dels títols habilitants per a la prestació del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a emissores comercials*.

Sol·licitud d'informe sobre els canvis en el món audiovisual des d'una perspectiva jurídica i la seva influència sobre el nou Estatut de la Corporació Catalana de Radio y Televisió

El 18 de novembre de 1998, el Govern de Catalunya va sol·licitar al Consell de l'Audiovisual de Catalunya un informe que ha d'analitzar des d'una perspectiva jurídica els canvis en el món de l'audiovisual, per veure com es podrien reflectir en el nou Estatut de la Corporació Catalana de Radio i Televisió que s'ha de situar en el marc de les innovacions normatives en l'àmbit estatal i de la Unió Europea.

Per a donar resposta a aquesta sol·licitud el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha elaborat un informe (1/99) sobre els canvis en el marc jurídic de l'audiovisual que resta pendent d'aprovació. La necessitat de reformular la política legislativa de l'audiovisual, els canvis en el sector, el debat sobre el servei públic de radiodifusió, el finançament del servei públic o el marc

normatiu vigent de l'audiovisual a Espanya i Catalunya, són alguns dels aspectes que recollirà aquest informe.

5. RECLAMACIONS, CONSULTES I SUGGERIMENTS

Al llarg de 1998, s'han tramitat 26 reclamacions i 4 consultes davant el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. La televisió ha estat el mitjà objecte de més consultes i reclamacions amb un total de 4 consultes i 18 reclamacions. Mentre que, de les 26 reclamacions rebudes, 3 feien referència al mitjà radiofònic i 5 a altres formats (video, video jocs, CD's). Una tercera part de les consultes i reclamacions feien referència a comunicació publicitària i la resta estaven relacionades amb diversos tipus de programació televisiva i radiofònica.

Pel que fa a l'estacionalitat, el mes de maig de 1998 es va produir un increment de les queixes adreçades al CAC seguit per una davallada els mesos d'estiu. No obstant, es pot destacar com a fet positiu que a partir del mes de setembre de 1998 es constata un lleuger augment que fa acabar l'any amb una curva ascendent. En relació al 1997, l'afluència de reclamacions i consultes s'ha triplicat.

5.1. Dictàmens

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya elabora dictàmens per establir criteris generals en la seva tasca de vigilància i control a sol·licitud de part interessada o per iniciativa pròpia, adreçats als operadors audiovisuals o a instàncies institucionals.

Els dictàmens tenen per objecte establir criteris generals sobre qüestions en què interressi formular una opinió fomentada que pugui aplicar-se de forma sistemàtica en la resolució de casos concrets.

El 1998, el CAC ha emès 3 dictàmens:

Dictamen 1/1998 sobre la diferència de nivell acústic entre la programació i la publicitat en televisió.

1. Es recomana a les televisions suprimir els desnivells sensibles de so en el transcurs del mateix programa o entre diferents programes, ja que són especialment molestos pels telespectadors.
2. Es recomana a les televisions que, amb caràcter d'urgència, prenguin les mesures tècniques necessàries per tal de minimitzar el màxim possible els desnivells de so entre la publicitat i la resta de la programació. En especial

es demana a les televisions que contemplin la viabilitat d'aplicar la solució tècnica apuntada en l'estudi de referència, consistent en que quan es realitzi el necessari procés de compressió de senyal de so de productes audiovisuals per adequar-los a la dinàmica del canal de transmissió augmentin la compressió dins uns valors predeterminats amb la finalitat de minimitzar els desnivells entre la publicitat i la programació. Aquesta solució tècnica ha de comportar una disminució de la qualitat de so que afecti els drets d'autor, ja que un augment de la sonoritat dins uns valors previament establerts, no pot comportar cap modificació, perceptible pels telespectadors de la qualitat acústica del so que actualment pot oferir un canal de televisió.

3. El CAC manifesta la seva voluntat d'encarregar un segon estudi que incorpori una mostra molt més àmplia de segments de programació i publicitat, i que contempli alhora el problema plantejat, també desde la vessant de la televisió que emet pel sistema digital.

Dictamen 2/1998 sobre els valors a la programació infantil en els programes d'animació.

1. Des d'una perspectiva educativa i tenint en compte que la televisió és un element important en la socialització dels infants i joves, cal potenciar la incorporació de produccions europees de dibuixos animats a les programacions infantils de les televisions generalistes, i també en els canals infantils especialitzats, ja que les sèries d'animació europea contenen una major càrrega de valors que de contravalors.
2. D'acord amb la LOGSE, l'objectiu primer i fonamental de l'educació és el de proporcionar als nens/nenes una formació plena que els permeti conformar la pròpia i essencial identitat, així com construir una concepció de la realitat que n'integri alhora el coneixement i la valoració ètica i moral. Aquesta formació plena ha d'anar dirigida al desenvolupament de les capacitats per a exercir, de manera crítica i en una societat axio lògicament plural, la llibertat, la tolerància i solidaritat. Per la qual cosa, aconsellem que es tinguin en compte aquests valors en les programacions infantils. L'escola educa seguint uns paràmetres i les televisions, a més a més d'entretenir, haurien d'educar i formar, si més no, en la mateixa línia.

3. En general es denota una manca de representació de valors com: la promoció d'hàbits o actituds saludables, la formació sexual, l'enriquiment del llenguatge verbal, el foment d'actituds antisexistes i antiracistes; es considera oportú la potenciació d'aquests valors dins de les sèries de dibuixos animats.
4. Els programadors de televisió infantil que escullen sèries de dibuixos animats en les quals els conflictes es resolen exclusivament per mitjà de la violència (*per una bona causa, en defensa pròpia ...*), haurien d'incorporar a la programació sèries que emprin altres sistemes de solucionar els conflictes fonamentats en el diàleg, la consideració de les raons de l'altre i la tolerància.
5. Les sèries de dibuixos animats contenen una gran càrrega de discriminació per raó del gènere. La forma amb la que es representen aquests contravalors és molt més subtil que a d'altres valors analitzats, però, la seva captació, és més assequible als infants per la projecció de rols que implica en el món real.
6. Ampliar l'estudi: "*Els valors a la programació— infantil*" (dibuixos animats), amb altres estudis que analitzin altres gèneres de la programació televisiva, susceptible de ser visionada pels infants i joves, per exemple les sèries i telesèries; i ampliar l'horari d'anàlisi de les programacions infantils i juvenils fins a les 23 h., ja que és notori que molts joves depassen ampliament la visió de la televisió fora de l'horari de protecció.
7. Crear un grup de treball en el si del CAC, entre tots els sectors implicats: programadors, ensenyants, pares, Universitats, Col·legi de Periodistes i administracions, per tal de consensuar quins serien els criteris ètics que s'haurien de contemplar en les programacions infantils i juvenils.
8. Difondre l'estudi realitzat sobre programació infantil, als sectors implicats com : Televisions, Productores, Centres de Recursos, Federació de Pares de Catalunya, Col·legis Professionals, Associació de mestres de Rosa Sensat i Associacions de Consumidors i Telespectadors.

Dictamen 3/1998 sobre la inclusió de les pel·lícules concebudes per a la televisió en els supòsits previstos en l'art. 13.3 de la Llei 25/94, de 12 de juliol, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres (talls publicitaris en l'emissió de les obres audiovisuals)

Les pel·lícules concebudes per a la televisió, també denominades TVMovies o telefilms, no estan exceptuades del compliment del que disposa l'article 13.3 de la Llei 25/94, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres 89/552/CEE, sobre interrupcions publicitàries de les obres audiovisuals, i s'han d'assimilar a aquests efectes al que es disposa per als llargmetratges cinematogràfics.

5.2. Decisions

El Consell de l'Audiovisual dicta decisions, que no són vinculants, en relació amb les queixes, demandes i suggeriments que formulen els usuaris dels mitjans de comunicació audiovisuals.

Les decisions conclouen amb una declaració d'opinió sobre la queixa, demanda o suggeriment formulat. Les decisions, un cop aprovades són notificades a la persona o persones interessades.

Al llarg de 1998, el CAC ha emès 6 decisions:

Decisió 1/1998 relativa a l'espai "BARBIE TEVE".

Mitjançant escrit registrat en aquest Consell l'11 de desembre de 1997, la senyora Miriam Gilboy va formular una reclamació en relació a l'espai "BARBIE TEVE", dins el programa "Mucha Marcha", emès per TVE2, en el qual es fa servir animació figurada sense fer-hi cap indicació en pantalla.

El CAC va decidir:

1. L'espai publicitari "BARBIE TEVE" ha incomplert la recomanació emesa pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya en el seu Dictamen 2/97, de 2 de juny, en conferir moviment a la joguina, tot i que aquest moviment no forma part dels seus atributs reals i en prescindir en seqüències concretes, de la representació de la mà que les mou o indicar en pantalla que es tracta d'animació figurada.
2. En conseqüència, es considera plenament fonamentada la reclamació formulada per la senyora Miriam Gilboy, si bé no es considera oportú denunciar el fet al Ministeri de Foment, tota vegada que no hi ha

antecedents de reiteració d'aquesta conducta, avaluant-se suficient comunicar-ho al mitjà de comunicació afectat per a la seva correcció.

3. Aquesta decisió es comunicarà a la senyora Miriam Gilboy. En absència de consell audiovisual amb competència a l'Estat espanyol, es dóna trasllat d'aquesta de cisió al Director general de l'Ens Públic de RTVE, al President del Consell d'Administració de l'Ens Públic de RTVE, i al Director del programa "Mucha Marcha".

Decisió 2/1998 relativa al programa de TV3 "Ja hi som"

El 2 de febrer de 1998, el senyor Jordi Borràs i la senyora Montserrat Subirana, s'adrecen al CAC manifestant la seva queixa pel programa de TV3 "Ja hi som", dirigit pel senyor Alfons Arús. Els autors de la queixa consideren que l'actitud del presentador, en el transcurs d'un diàleg establert entre el presentador i una nena de curta edat, evidencia una falta de respecte al món de la infància i una vulneració dels drets dels nens que no es pot emparar en la llibertat d'expressió.

Es va decidir:

1. Considerar que el programa "Ja hi som" emés el dia 1 de febrer de 1998 no ha tractat correctament l'entrevista de la nena anomenada Alba, tota vegada que estava "previament gravada" i, en conseqüència, s'hagués pogut evitar la difusió de la part en que aquesta nena explica en un programa difós en horari infantil i dedicat especialment als menors d'edat, les raons que l'han dut a "deixar el seu novio".
2. Considerar que la identificació d'un menor en l'esmentat programa "gravat" relacionant-lo amb fets que poden afectar la seva reputació dins el medi social en què es desenvolupa vulnera l'article 36.6 en el seu incís final.
3. Comunicar aquesta resolució als denunciants.
4. Comunicar aquesta decisió al Director general de la CCRTV, al Director de Televisió de Catalunya, S.A. i al Director del programa "Ja hi som!" per tal de que, en el successiu, vetllin perquè les escenes prèviament gravades no continguin incorreccions que puguin afectar la reputació o la intimitat dels menors.

Decisió 3/1998 relativa a l'emissió de curses de braus en horari infantil

El 19 de maig de 1998, el senyor Gustavo Salen, vicepresident de l'Associació Nacional per a la Protecció i el Benestar dels Animals, es va dirigir al CAC manifestant la preocupació de l'associació per l'emissió a la televisió pública de curses de braus en horari infantil.

El CAC va decidir:

1. Ha de ser el legislador el que estableixi les restriccions relatives al accés dels menors als espectacles taurins i, en el seu cas, a l'emissió dels mateixos per la televisió, no obstant, en tant no existeixi una prohibició expressa, poden instrumentar-se mesures menys restrictives com l'adopció d'un sistema de senyalització dels programes que poden perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors.
2. No obstant, es pot indicar que en base a les previsions contingudes en la Llei 10/1990, de 15 de juny, sobre la policia dels espectacles, les activitats recreatives i els establiments públics i en la Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció als infants i adolescents de la Direcció general del Joc i Espectacles del Departament de Governació de la Generalitat de Catalunya ha anunciat a la premsa que està preparant una reglamentació específica per als espectacles taurins en relació als menors. Quan aquesta reglamentació estigui aprovada, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, elaborarà un dictamen sobre la necessitat d'incorporar a la programació de les televisions les restriccions relatives als menors que es deriven de la reglamentació vigent.
3. Aquesta decisió es comunica a l'Associació Nacional per a la Protecció i el Benestar dels Animals.

Decisió 4/1998 relativa a un anunci de l'empresa Fotoprix

L'11 de maig de 1998, l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor de l'Ajuntament de Barcelona, va trametre al CAC un escrit amb la reclamació formulada pel senyor José M. Oriol de Nadal, que feia referència a un anunci de l'empresa Fotoprix en el qual es podia veure una fila de persones amb trastorns evidents de creixement, que en l'argument de l'anunci, esperaven ser "ampliats" en un 30%.

Es va decidir:

1. L'espot de l'empresa "Fotoprix" ha incomplert l'article 3 de la Llei General de Publicitat en vulnerar el principi de dignitat de la persona, ja

que utilitza una disfunció orgànica que afecta a un col·lectiu de persones perfectament caracteritzat amb una finalitat merament publicitària, sense consideració i el respecte deguts a aquella situació en la qual es troben les persones afectades per trastorns del creixement.

2. En conseqüència, es considera plenament fonamentada la reclamació formulada pel senyor José M. Oriol de Nadal. No obstant això, i atès que l'anunci ha estat retirat a iniciativa de la pròpia empresa "Fotoprix" no es considera necessari realitzar cap actuació posterior, a no ser de constatació de la bona actitud de l'esmentada empresa en la solució de l'afer.
3. Aquesta decisió es comunicarà al senyor José M. Oriol de Nadal i a l'empresa "Fotoprix".

Decisió 5/1998 relativa a un anunci de l'empresa Mapfre S.A.

Mitjançant un escrit registrat en el Consell el dia 26 de març de 1998 i tramès per l'Oficina Municipal d'Informació del Consumidor de l'Ajuntament de Barcelona, la senyora Angela Hernández i Collados va formular una reclamació en relació a un anunci de l'empresa asseguradora Mapfre S.A., en el qual apareix un gran nombre de persones practicant salt de pont i una veu en off que diu: "¡Vive!". L'anunci s'emet en qualsevol franja horària, per la qual cosa considera que pot ser una publicitat perjudicial per als menors atès que d'alguna manera estimula la pràctica d'una activitat que comporta un perill per a la integritat física de les persones.

Es va decidir:

1. Desestimar la reclamació presentada per la senyora Angela Hernández i Collados.
2. Comunicar aquesta decisió a la reclamant i a l'empresa anunciant.

Decisió 6/1998 relativa al programa d'Antena 3 Televisió "Sabor a tí"

El dia 27 d'octubre de 1998, en el programa d'Antena-3TV "*Sabor a tí*" presentat per la Sra. Ana Rosa Quintana, unes senyores van explicar com van sofrir enganys amorosos per part dels seus marits. Entre aquestes senyores, es trobava la seva ex-dona, de la qual està divorciat fa dotze anys mitjançant un procés judicial de mutu acord. Durant el transcurs de l'entrevista, com a resposta a la presentadora que formulava diverses

preguntes sobre els fets ocorreguts abans de la seva separació, la senyora del reclamant va explicar històries íntimes de la seva anterior vida matrimonial, al parer del reclamant incertes en el seu contingut. Segueix queixant-se el reclamant que, des del mateix dia de l'emissió del programa, ha rebut trucades de familiars i amics escandalitzats pels fets esmentats anteriorment. Per aquest motiu, considera que l'han perjudicat tant pel que fa a la seva imatge personal, com als seus interessos professionals.

Es va decidir:

1. Indicar al reclamant que el dret fonamental a la intimitat personal i familiar es troba protegit per la Llei 1/82, de Protecció Civil a l'Honor, la Intimitat personal i familiar i a la Pròpia Imatge, podent ser subsumible la seva reclamació en la intransmissió de l'art. 7.3.
2. Que pot exercitar l'acció judicial civil corresponent mitjançant el procediment abreviat o sumari establert en la Llei 62/78, de Protecció Judicial dels Drets Fonamentals., sens perjudici del procediment ordinari establert en la Llei d'Enjudiciament Civil.
3. Donat que en diverses cadenes de televisió es realitzen programes de contingut similar al referenciat en aquesta decisió, elaborar un dictamen en el qual es contempli des d'un punt de vista teòric i jurídic els supòsits de la seva adequació o inadequació a les previsions de la Llei 1/82.
4. Comunicar aquesta decisió al reclamant i al director del programa "Sabor a ti" d'Antena 3-TV.

(Els dictàmens i les decisions s'inclouen en un annex)

6. ACTIVITATS PÚBLIQUES

6.1. Activitats públiques organitzades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Acte de presentació del Material Didàctic per a Infants i Joves a l'Auditori del Palau de la Generalitat

El dia 2 de febrer es va presentar el Material Didàctic per a Infants i Joves, "Com veure la televisió?", a l'Auditori del Palau de la Generalitat. Van intervenir el President del CAC que va realitzar una exposició general del material elaborat i dels objectius d'aquesta eina que es posa a disposició dels vuitanta centres de recursos del Departament d'Ensenyament així com d'altres institucions que ho sol·licitin. La cloenda de l'acte va estar a càrrec de la senyora M. Àngels González, directora general d'Ordenació Educativa. Barcelona, 2 de febrer.

Seminari sobre règim jurídic de la Comunicació Audiovisual organitzat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya i l'Institut d'Estudis Autonòmics

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya i l'Institut d'Estudis Autonòmics van organitzar un Seminari sobre el règim jurídic de la comunicació audiovisual amb l'objectiu de reflexionar sobre la situació actual de la legislació en aquesta matèria.

El seminari va comptar amb la presència d'una seixantena de participants, principalment catedràtics i professors d'universitat i professionals reconeguts dels mitjans de comunicació.

Tomás de la Quadra-Salcedo, catedràtic de dret administratiu de la Universidad Carlos III de Madrid va actuar de Director del seminari i va presentar una ponència sobre *El marc jurídic de l'audiovisual*. El van seguir el catedràtic de dret administratiu de la Universitat Paris X Nanterre, Guy Carcassonne, i el catedràtic de dret constitucional de la Universitat d'Alcalà, Juan José González Encinar, ambdós amb una ponència sobre models comparats de regulació de l'audiovisual.

El servei públic de televisió en l'actualitat i els seus problemes conceptuals i reals va ser un tema desenvolupat pels catedràtics de dret administratiu

Carmen Chinchilla, de la Universitat de Castilla-LaMancha, i Germán Fernández Farreres, de la Universitat Complutense de Madrid.

Dues sessions van girar al voltant de les televisions públiques i es van debatre aspectes com el seu finançament, o la televisió pública en l'Estat compost. Els catedràtics Elisenda Malaret, de la Universitat de Barcelona; Santiago Muñoz, de la Universitat Complutense de Madrid; Marc Carrillo, de la Universitat Pompeu Fabra, i Fernando Sainz de la Complutense de Madrid, en van ser els encarregats.

Pel que fa a les divergències entre el règim jurídic de l'audiovisual per raó de les tècniques de transmissió o difusió, Luis Ortega, catedràtic de dret administratiu de la Universidad de Castilla-La Mancha, i Juan José Lavilla, professor titular de dret administratiu de la Universidad Complutense de Madrid, van examinar els règims peculiars de cada sistema de transmissió.

Els organismes reguladors de l'audiovisual va ser el tema exposat pels professors Joaquim Tornos, catedràtic de dret administratiu de la Universitat de Barcelona, i Andrés Bentancor, professor titular de dret administratiu de la Universidad Carlos III de Madrid.

Girolamo Strozzi, catedràtic de dret internacional públic de la Universitat de Florència, i Enrique Gómez-Reino, catedràtic de dret administratiu de la Universitat de Santiago, van ser els encarregats de la ponència *El dret europeu de l'audiovisual i la seva influència sobre els drets nacionals*.

Les jornades van finalitzar amb una taula rodona sobre *la creació d'un Consell Superior dels Mitjans Audiovisuals, la seva naturalesa, composició i les seves competències* en la qual van participar representants dels diversos Grups Parlamentaris.

Les conclusions d'aquestes jornades es publicaran en un informe elaborat pel Director del seminari, Dr. Tomás de la Quadra-Salcedo.

Les jornades van tenir lloc els dies 26 i 27 de novembre a Barcelona.

6.2. Relacions amb el Parlament de Catalunya

Compareixença davant la Comissió de Control Parlamentari de la CCRTV

El president del CAC, acompanyat pel responsable de Documentació i Estudis del CAC, Carles López, va compareixer davant la Comissió de Control Parlamentari de la Corporació Catalana de Radio i Televisió (CCRTV) per presentar els estudis elaborats pel CAC sobre la violència i sobre sexisme en la publicitat de les joguines. 15 de maig.

Compareixença davant la Comissió d'Estudi sobre la modificació de la llei 10/1983 sobre televisió autonòmica

El President del CAC va comparèixer el dia 4 de desembre davant la Comissió d'Estudi sobre la modificació de la Llei 10/1983, en la qual va exposar el seu parer personal sobre les modificacions que cal introduir en la regulació de la televisió pública a Catalunya, especialment l'autonòmica, i del conjunt del Sector audiovisual. El senyor Josep Gifreu, membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, també va comparèixer davant la mateixa Comissió en la seva qualitat de Degà de la Facultat de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra. 4 de desembre.

6.3. Relacions amb el Senat

Compareixença davant la Comissió del Senat encarregada de la regulació audiovisual

El President del CAC va compareixer davant la Comissió del Senat encarregada d'estudiar la regulació de l'audiovisual. La compareixença tenia per objecte explicar la naturalesa, les funcions i l'activitat desenvolupada pel Consell. 17 de febrer.

6.4. Relacions externes: activitats en col·laboració amb altres institucions, i participació en jornades i conferències

Taula rodona sobre els "Drets de l'infant i els mitjans de comunicació" organitzada per Unió Democràtica de Catalunya

El 29 de gener el President del CAC va participar en una taula rodona que va tenir lloc al Col·legi de Periodistes de Catalunya organitzada per Unió Democràtica de Catalunya sobre els "Drets dels infants i els mitjans de comunicació". A la taula varen participar, entre d'altres, el Director general d'Atenció a la Infància, senyor Ramon Buscallà, el Degà del Col·legi de

Periodistes, senyor Salvador Alsius i el President del Consell General de l'Advocacia, senyor Eugeni Gay. 29 de gener.

Jornades "The Spanish Telecommunications Summit'98" organitzades pel "Centre for Eurotelecomms",

El President del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va participar les jornades organitzades pel "Centre for Eurotelecomms", que es van celebrar a Madrid els dies 3, 4, i 5 de febrer de 1998. La intervenció del President del CAC es va produir el dia 3, en el marc d'un panel de debat relatiu a l'anàlisi dels efectes de les pressions exercides per la CE en el mercat espanyol de les telecomunicacions i en el que varen intervenir a més, el senyor Amadeu Petitbó, President del TDC, el senyor Josep M. Vázquez Quintana, President de la CMT i el senyor Carlos Lambarri, Conseller i Director general d'Euskatel. 3, 4 i 5 de febrer.

Jornades organitzades per l'Asociación de Autocontrol de la Publicidad

El President del CAC va participar en l'acte de cloenda de les Jornades organitzades per l'Asociación de Autocontrol de la Publicidad, els dies 16 i 17 de febrer, a Barcelona. Les jornades giraven al voltant de les novetats en matèria de regulació publicitària. En l'acte de cloenda varen intervenir igualment el senyor José M^a Vázquez Quintana, president de la CMT i el senyor José Domingo Gómez Castallo, Director general de l'Asociación de Autocontrol de la Publicidad. 17 de febrer.

Jornades sobre la Llei de Política Lingüística

El President del CAC va intervenir en les Jornades sobre la Llei de Política Lingüística, organitzades per l'Institut d'Estudis Autònoms i la Direcció General de Política Lingüística. La seva intervenció es va produir en un debat sobre la llengua en els mitjans de comunicació i en el món socioeconòmic, en el qual varen participar també el senyor Antonio Franco, director d'El Periódico i el senyor Josep M. Bordas, de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona. 19 i 20 de febrer.

2^a Universitat de la Comunicació dels Països de la Mediterrànea

El President del CAC va participar en dues taules rodones en el marc de la 2^a Universitat de la Comunicació dels Països de la Mediterrànea, organitzada per la Xarxa Internacional de les Universitats de la Comunicació

a Marrakech. Les ponències presentades feien referència a les tensions entre la televisió pública i privada i el futur dels mitjans audiovisuals d'àmbit local. 27 de febrer.

La regulació de la televisió a debat

Participació del President del CAC en un col·loqui organitzat pel Col·legi Major Pedralbes, al voltant de la regulació de la televisió. 3 de març.

Segones Jornades Parlamentàries sobre Mitjans de Comunicació Audiovisual.

Participació a les Segones Jornades Parlamentàries sobre Mitjans de Comunicació Audiovisual Organitzades pel Parlament de Catalunya amb la col·laboració de la CCRTV, al voltant del tema: "La democràcia a la societat d'informació". El President del CAC va intervenir des de l'anomenada fila 0 i el senyor Francesc Codina va presidir la sessió sobre "Què és la societat de la informació?". 16 de març.

Taula Rodona "Guerra por la audiencia y ètica en TV. ¿Quién pone los límites?"

Participació del President del CAC a la taula rodona organitzada per TAC a la Universitat Pompeu Fabra, sobre: "Guerra por la audiencia y ètica en TV. ¿Quién pone los límites?". En el mateix acte també van intervenir la senyora Consuelo Álvarez de Toledo, Defensora del espectador d'Antena 3 TV; el senyor Paco Lobatón, presentador ¿Quién sabe dónde?; i el senyor Miquel Tresserras, Degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació del la Universitat Ramon Llull. 26 de març.

1es. Jornades sobre la violència a la TV y la seva repercussió en la infància

Participació a les "1es. Jornades sobre la violència en la TV y su repercusión en la infancia" organitzades per la Universitat Complutense de Madrid i el Comité español del UNICEF. El President del CAC va intervenir en relació al tema "El Consejo Superior de Medios Audiovisuales y el Comité Audiovisual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)", sobre el qual varen intervenir igualment el senyor Lluís Núñez Ladeveze, de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Complutense de Madrid i el senyor Ángel García Castillejo, director del Comité Audiovisual de la CMT. 2 d'abril

Presentació del llibre “Ética i Periodisme” de Salvador Alsius

Participació en l'acte de presentació del llibre del Dr. Salvador Alsius, “Ética i Periodisme”. L'acte, organitzat per Fundació Enciclopèdia Catalana, fou presidit pel senyor Josep Pernau. L'estudi publicat va obtenir el Premi a la Investigació sobre Comunicació de Masses que atorga cada any el Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC) i ha estat publicat per Pòrtic dins la col·lecció dedicada a temes de comunicació que edita Pòrtic i el CEDIC. 17 d'abril.

Homenatge al senyor Teodor Garriga

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya es va adherir a l'homenatge a Teodor Garriga, fundador de Ràdio Associació, que va tenir lloc el dia 17 d'abril. El senyor Agustí Gallart va assistir en nom del Consell. Durant l'acte es van distribuir 300 llibres de Josep Maria Martí *La Ràdio a Catalunya* publicats pel Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC). Barcelona, 17 d'abril.

Taula rodona organitzada per la Universitat Ramón Llull

Participació a la taula rodona organitzada per la Universitat Ramón Llull, en la qual varen intervenir el Director de Comunicació de Retevisión; el senyor Jaume Ferrús, Director general de Canal Satélite Digital i el President del CAC. Barcelona, 22 d'abril.

Taula rodona sobre “Mecanismes de regulació de la violència per als/en els mitjans de comunicació audiovisuals”

El senyor Carles López, Responsable de documentació tècnica i estudis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, va intervenir en una taula rodona sobre “Mecanismes de regulació de la violència per als/en els mitjans de comunicació audiovisuals” que va tenir lloc en el marc del seminari “La pantalla violenta. Ficció i realitat” organitzat per la Universitat Pompeu Fabra. La taula rodona va ésser moderada pel Dr. Josep Gifreu, Degà dels Estudis de Comunicació Audiovisual de l'esmentada Universitat i membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona, 29 d'abril.

La revista Quaderns del CAC, en un número dedicat a la televisió i la violència, va publicar un article que resumia les principals aportacions dels

experts que van participar en aquest seminari. Aquest article va ser elaborat per la professora Marta Saurina del Departament de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra.

Jornades sobre "Els judicis paral·lels en els mitjans de comunicació".
Universitat de Sevilla

El President del CAC va intervenir com a ponent en les jornades organitzades pel Departament de Dret Constitucional de la Universitat de Sevilla, sobre "Els judicis paral·lels en els mitjans de comunicació". Sevilla, 4 de maig.

"Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia"

El President del CAC va intervenir en un seminari organitzat pel "Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia", juntament amb els senyors, François Girard, Joaquim Tornos i Fernando López Amor, Jesús Ballesteros, Luis Núñez Ladeveze, Victoria Prego, Vicente Sánchez de León, Martín Quirón Palau i Ángel Urreiztieta. 11 de maig.

Jornades sobre Dona i Violència. Institut Català de la Dona

La Responsable de Relacions Sectorials del CAC, senyora Carme Rincón, va intervenir en unes jornades sobre Dona i Violència, organitzades per l'Institut Català de la Dona. Barcelona, 26 de maig.

Jornades sobre televisió local. BTV i Centre Internacional de Premsa

El President del CAC va intervenir en unes jornades sobre televisions locals organitzades per BTV i el Centre Internacional de Premsa. Barcelona, 5 de juny.

"El repte de les telecomunicacions: operadors globals i pluralitat d'instàncies de regulació". Universitat internacional Menéndez Pelayo

El President del CAC va intervenir en la sessió del curs sobre "El repte de les telecomunicacions: operadors globals i pluralitat d'instàncies de regulació", organitzat per la Universitat Internacional Menéndez Pelayo. 15 de juliol.

II Stage sobre llibertat d'informació. Fundació "Opinió Pública Libre"

Intervenció del President del CAC en el II Stage sobre llibertat d'informació, sobre l'autorregulació dels mitjans de comunicació i el pluralisme intern, organitzada per la Fundació "Opinió Pública Libre" a Oviedo. 16 de juliol.

Visita i entrevista a l'exposició "Ara és demà"

El president del CAC va visitar a l'exposició "Ara és demà", acompanyat pel Director general de Difusió, senyor Carles Duarte, i va participar en una entrevista per l'exposició. Barcelona, 27 d'agost.

Seminari sobre "Educació i Mitjans de Comunicació" Universitat d'Estiu de la Comunicació de Burdeus

La senyora Carme Rincón, responsable de l'Àrea de Relacions Sectorials, va intervenir en la taula rodona "Education à l'image et traitement de l'Information à l'école" en el marc del seminari sobre "Educació i Mitjans" organitzat per la Universitat d'Estiu de la Comunicació de Burdeus. A més varen participar: Steven Fawkes, Secció de programes escolars de la BBC education; Cristine Juppe-Leblond, inspectora general responsable del sector del cinema i l'audiovisual del Ministeri d'Educació Nacional DLC (França); Maryvonne Masselot-Girard, Ministeri d'Educació Nacional (França) i Michel Vander Straeten, Director general de l'ENPA. Burdeus, 26 d'agost.

Conferència sobre "El marc legal dels continguts audiovisuals" al Fòrum Educació i Televisió. Institut de Ciències de l'Educació

El President del CAC va pronunciar la conferència "El marc legal dels continguts audiovisuals" en el marc del fòrum "Educació i Televisió", organitzat per l'Institut de Ciències de l'Educació.

Al Forum també hi va intervenir la senyora Carme Rincón, en una taula rodona sobre "La Televisió al servei de l'educació, una utopia?", junt amb els senyors Francesc Escribano i Joan Úbeda (TV3), Joan Ferrés (UPF), Enric Frigola (TVE) i la senyora Mercè Mas (ICE- UB). Barcelona, 8 i 10 de setembre.

Presentació del llibre “Periodistas contra el racismo. La prensa española ante el pueblo gitano”.

El President de CAC va participar en la presentació del llibre “Periodistas contra el racismo. La prensa española ante el pueblo gitano”, sobre el tractament de la raça gitana en la premsa escrita espanyola. Barcelona, 17 d'abril.

Presentació del Material Didàctic: Com veure la televisió?. Al curs sobre audiovisuals per a mestres. ICE.

La senyora Carme Rincón, responsable de l'àrea de Relacions Sectorials, va presentar el material didàctic “Com veure la televisió?” en el curs sobre audiovisuals adreçats a mestres. Aquesta presentació va tenir lloc en el marc de l'Escola de Treball organitzada per l'ICE. 13 d'octubre.

5es Jornades Tècniques de l'Associació Nacional d'Empreses de Producció Audiovisual.

El President del CAC va intervenir en les “Quintas Jornadas Técnicas de ANEPA (Asociación Nacional de Empresas de Producción Audiovisual)”, celebrades els dies 15 i 16 d'octubre a La Toja (Pontevedra). Les jornades estaven centrades en “La producción de televisión en España: un análisis comparativo con Europa. Una industria fuerte como motor de empleo.” La intervenció del senyor President es va situar en la ponència titulada “Función de las Instituciones” i es va centrar en la regulació de les quotes de producció europea, espanyola i catalana segons la Directiva de televisió sense fronteres i la legislació vigent; les funcions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya pel que fa a la producció audiovisual; l'estat de la producció audiovisual segons resulta de l'informe anual del Consell i la intervenció del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel sobre la producció audiovisual. La Toja, 16 d'octubre.

Encuentro entre jueces y periodistas. Consejo General del Poder Judicial.

El President del CAC va participar en el “Encuentro entre jueces y periodistas”, organitzat pel Consejo General del Poder Judicial i la Asociación de la Prensa de Madrid, els dies 19-21 d'octubre a Madrid. La trobada tenia per títol “Justicia, información y opinión pública ¿un conflicto de valores?” i tenia per objecte estimular la reflexió al voltant de les complexes relacions entre la magistratura i els mitjans de comunicació. La

intervenció del senyor President es va produir en el marc d'un panel sobre "Televisión y juicio penal. El acceso de la cámaras a las audiencias públicas y el tratamiento televisivo de las noticias criminales" i va permetre exposar i discutir la proposta de conveni sobre el tractament televisiu dels judicis, que va tenir una acollida molt favorable entre els periodistes i va ser rebuda amb interès pels magistrats. En conjunt es pot dir que les relacions entre la sindicatura i els mitjans expressen la tensió entre els requeriments que es deriven de garantir l'autoritat i la imparcialitat dels tribunals d'una banda i l'exercici de la llibertat d'informació d'un altra. Les alternatives per canalitzar els conflictes bàsicament són dos: la regulació legal, que en tots els països d'Europa és força restrictiva pels mitjans, o l'autorregulació dels propis mitjans, que es configura cada vegada més com una alternativa eficaç front a la regulació estatal. En aquest sentit, cal subratllar el suport que el Consejo General del Poder Judicial, per mitjà del senyor José Ramón Sáez, va donar a la iniciativa del Consell. Del 19 al 21 d'octubre.

Jornada de treball sobre La infància i la família avui. Fundació Nou Barris per a la Salut Mental

El President del CAC va intervenir en una jornada de treball organitzada el dia 30 d'octubre per la Fundació Nou Barris per a la Salut Mental, sobre el tema "Infància i família avui". El senyor President va intervenir en el marc d'una taula sobre "Infància: imatges socials" per tal d'exposar les inicitives del Consell en allò que fa referència a la publicitat adreçada als menors i, en especial, la publicitat de joguines. 30 d'octubre

Seminari sobre "Els ajuntaments i les televisions locals". Taula Rodona sobre "Participació democràtica a les televisions públiques". Universitat Menéndez Pelayo

El dia 27 d'octubre, el President del CAC va moderar una taula rodona sobre "Participació democràtica a les televisions públiques" en la qual varen intervenir el senyor Xavier Guitart, President de la Comissió de Control Parlamentari de la CCRTV; el senyor Joan Puigcercòs, membre de la dita Comissió, i els senyors Miquel Renu, Ricard Fernández i Jordi Sánchez, consellers de la CCRTV. La taula va tenir lloc dins un seminari dedicat als ajuntaments i les televisions locals, organitzat per la Universitat Internacional Menéndez Pelayo. Barcelona, del 26 al 28 d'octubre.

Jornades sobre Noves Tecnologies. Escola de Magisteri de Donostia

La senyora Carme Rincón va pronunciar una conferència sobre els Consells Audiovisuals a l'Escola de Magisteri de Donostia a les Jornades sobre Noves Tecnologies. Donostia, 11 de desembre.

6.5. Relacions externes

6.5.1. Reunions amb organismes internacionals

Ingrès del Consell de l'Audiovisual de Catalunya a l'EPRA (European Platform of Regulatory Authorities)

En la reunió celebrada per l'EPRA el passat mes de maig a Fredikstad, Dinamarca, va ser aprovada l'admissió, en aquest organisme, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Aquesta admissió va obligar a una modificació del reglament de l'EPRA que, fins aquell moment, només contemplava la presència d'una sola instància reguladora per país, requisit que dificultava la presència de la representació catalana. La Direcció General X de la Comissió va indicar que la instància de regulació de la República d'Irlanda faria una proposta perquè les instàncies per Estat s'ampliessin a tres. Al mateix temps, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, representat per la senyora M. Josep Alemany, va demanar l'ingrés en base a la Carta Europea de Llengües Regionals i Minoritàries. Finalment, i es va fer una esmena complementària a la irlandesa que fixava un criteri de prioritat per afavorir aquelles instàncies de regulació representants de països amb llengua pròpia. L'EPRA te actualment 22 membres i constitueix el grup de contacte a nivell europeu per a tots els temes relatius a l'audiovisual. Dinamarca, maig de 1998.

II Trobada de les Instàncies de Regulació dels mitjans audiovisuals dels Països de la Mediterrània

La segona reunió del Fòrum d'intercanvi d'informació entre Consells de l'Audiovisual dels països de la Mediterrània membres de la Unió europea constituit a Barcelona el novembre de 1997 va tenir lloc a Atenes els dies 18 i 19 de juny de 1998 organitzat pel Consell Nacional de la Radio i Televisió grec. La protecció dels menors a la ràdio i la televisió i el poder de sanció de les instàncies de regulació van ser els principals temes que es van debatre en aquesta trobada.

Els reunits es van mostrar molt favorables a la senyalització de determinats programes, com un punt d'equilibri que permet la responsabilitat de pares i difusors sense condicionar el dret a la llibertat d'expressió.

En aquesta reunió van participar representants de Grècia, Itàlia, Portugal, França i Catalunya i es va acordar per unanimitat convidar els representants de les instàncies reguladores d'Israel, Malta, Tunísia, Turquia i Xipre a la propera reunió que tindrà lloc a Lisboa.

El President del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va presentar dues ponències, una sobre el règim jurídic de sancions per a les televisions públiques i privades establert a la Llei 25/1994 que incorpora al dret espanyol la Directiva de Televisió sense fronteres, i l'altra sobre la protecció dels infants i adolescents. 18 i 19 de juny.

6.5.2. Reunions de treball

- Reunió amb el senyor Emilio Roviroa, President adjunt de la Asociación de distribuidores e industrias de grandes marcas de bebidas (ADIGRAM). L'ADIGRAM té un interès objectiu en que es compleixin les normes que reglamenten la publicitat de begudes alcohòliques. La infracció de les normes per una empresa pot suposar un acte de competència deslleial que implica una situació d'avantatge competitiu respecte d'altres. No obstant això, consideren convenient que en la futura llei de modificació de la Llei 25/1994 es reglamentin més clarament la publicitat indirecta i es permeti el patrocini tot introduint un límit de franja horària en relació a les marques de més de 20". 14 de gener.
- Reunió amb el senyor Tomás de la Quadra-Salcedo, Catedràtic de Dret Administratiu de la Universitat Carlos III i amb el senyor Antoni Bayona, Director de l'Institut d'Estudis Autònoms i el Secretari del Consell, per tal d'organitzar unes jornades a la tardor sobre el règim jurídic de l'audiovisual. 3 de febrer.
- Reunió amb el senyor Alejandro Perales i el senyor Cecilio J. Urgoiti de l'Asociación de Usuarios de la Comunicación, i el Secretari del Consell per tal de copsar el suport del Consell en relació al Manifest contra la Telescombreria. 3 de febrer.

- Reunió per a la proposta de normes d'autoregulació. A més del Consell de l'Audiovisual de Catalunya van participar el Col·legi d'Advocats, representat pel secretari general, el senyor Felip Carbajo; el Col·legi de Periodistes, representat per la vicedegana, senyora Milagros Pérez-Oliva i el Consell General del Poder Judicial, representat pel senyor Francesc Caminal.
- Reunió celebrada amb el Partit dels Socialistes de Catalunya, representat pel senyor Narcís Serra i el senyor Josep M. Carbonell. En representació del Consell de l'Audiovisual van assistir el seu President i el senyor Miquel Bonastre. La reunió tenia com a objecte fer un anàlisi de les diverses proposicions de llei de creació d'un Consell Audiovisual d'àmbit estatal. La reunió va ser molt positiva atesa la coincidència de punts de vista respecte la configuració i competències del futur Consell estatal. El PSC va assolir el compromís de fer un seguiment de la tramitació parlamentària i d'estar present en la ponència que ha d'impulsar el text legislatiu.
- Reunió amb la senyora Aurora Catà, directora de RNE a Catalunya i el senyor Ramón Mateu, responsable del centre de producció de programes a Sant Cugat i el senyor Josep Sanz, cap d'informatius. 9 de febrer.
- Reunió de la Comissió Assessora de Publicitat Institucional, de la qual el Consell n'és membre, al Palau de la Generalitat. 16 de febrer.
- Reunió amb el senyor Agustín Zacarias Martín, subdirector general d'Avaluació i Qualitat dels Serveis de Telecomunicacions del Ministeri de Foment. 18 de febrer.
- Reunió amb el senyor Jordi Alvinyà, director general de Radiodifusió i Televisió del Departament de la Presidència. 19 de febrer.
- Reunió amb el senyor Enric Frigola, director de Programació Infantil de RTVE. 24 de febrer.

- Reunió amb el senyor Joaquim Bisbal, catedràtic de Dret Mercantil i director d'Estudis de Dret de la Universitat Oberta de Catalunya, per tal d'encarregar un estudi sobre el règim jurídic de les responsabilitats dels operadors en relació a la prestació de serveis avançats de televisió. 25 de febrer.
- Reunió amb el senyor Jordi de Miquel del Gremi de Publicitat. 25 de març.
- Reunió amb les televisions d'àmbit estatal i autonòmic per a discutir la proposta de conveni d'autoregulació sobre el tractament televisiu dels judicis, elaborada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el Col·legi de Periodistes de Catalunya i el Col·legi d'Advocats de Barcelona. Barcelona, Madrid, 17 de setembre.
- Reunió de la Comissió Assessora de Publicitat Institucional per tractar sobre els criteris d'avaluació de la Generalitat de Catalunya en matèria de publicitat. Barcelona, 21 de setembre.
- Reunió amb el senyor Carles Barceló i Valls de l'Agrupació d'Aules de Formació Permanent per a la gent Gran de Catalunya. Barcelona, 5 d'octubre.
- Reunió de la Comissió de Seguiment de la campanya de sensibilització contra els maltractaments a les dones. Institut Català de la Dona. 4 de juny i Barcelona, 19 d'octubre.
- Reunió amb la Federació de Pares (FAPAC) a fi i efecte de parlar sobre la formació dels pares en matèria de televisió. Barcelona, 27 d'octubre.
- Reunions del grup de treball Infants i Joves al Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Estudi sobre els valors a la programació infantil. Barcelona, 2 de juliol, 7 d'octubre, 28 d'octubre

- Reunió dels membres del Jurat dels premis Memorial Carme Karr, dels quals en forma part la responsable de Relacions Sectorials, senyora Carme Rincón. Institut Català de la Dona, 30 d'octubre.
- Reunió amb la FAPAC, Sra Anna García, i el senyor Martí Costa de l'Escola de pares, per parlar dels programa *Com veure la TV?*. Novembre de 1998.
- Reunions celebrades amb el senyor Valentí Gómez per tal d'impulsar la creació de l'Observatori Europeu de la Televisió Infantil.

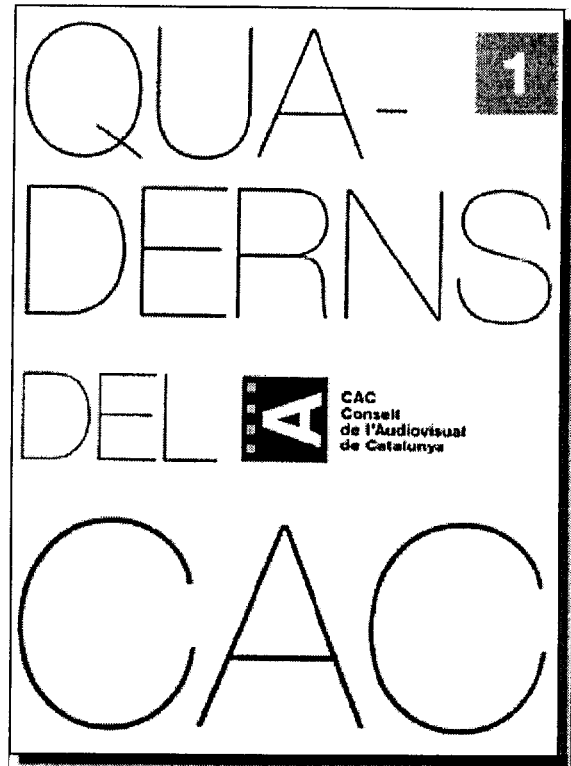
6.6. Relacions externes: participació als mitjans de comunicació

- Participació de Carme Rincón, responsable de l'Àrea de Relacions Sectorials, a una tertúlia de Ràdio Barcelona sobre Infants i Televisió. 12 de gener.
- Intervenció en el programa "La Solució" de Catalunya Ràdio, dirigit pel senyor Carles Pérez, per parlar sobre els Materials Didàctics. 9 de febrer.
- Participació en el programa de COM Ràdio, "Els matins de Josep Cuní" per tal d'explicar el contingut del material elaborat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya per a educar als nens a veure la televisió, juntament amb el coordinador dels materials, senyor Joan Ferrés. 10 de febrer
- El senyor Joan Ferrés va intervenir en el programa de la cadena COPE, conduït per Alfonso Berruezo, per tractar el tema dels materials didàctics: "Com veure la televisió?". 10 de febrer.
- Participació en el programa "Hoy por hoy", dirigit pel senyor Iñaki Gabilondo, de la cadena SER. 16 de febrer
- Reportatge sobre el material didàctic "Com veure la televisió?". Televisió d'Olot. 12 de març.

- Roda de premsa amb els degans dels Col·legis de Periodistes i d'Advocats, el senyor Salvador Alsius i el senyor Jaume Alonso-Cuevillas per a donar compte de la proposta de Conveni d'autoregulació del tractament dels judicis per televisió. 24 d'abril.
- Roda de premsa per a donar a conèixer l'estudi del Consell sobre la publicitat de les joguines durant la campanya del Nadal (1997-1998). 27 d'abril.
- Intervenció en un programa de Ràdio l'Hospitalet. 28 d'abril.
- Participació en el programa "La revista" de Ràdio Sant Cugat per tractar el tema de la televisió i els nens. 28 de maig.
- Participació juntament amb la senyora Rosa Barenys, en el programa "Els matins de COM Ràdio", dedicat a la violència i la publicitat infantil a la televisió. 10 d'agost.
- Roda de premsa realitzada al Parlament de Catalunya sobre el nou estudi sobre la violència en la programació de televisió. 4 de desembre.
- Participació en el programa Vida Pública de Ràdio 4, dedicat al tema: "Els nens veuen massa hores la televisió?". 29 d'octubre.
- Participació en una tertúlia sobre "La televisió i els nens" a Ràdio Saragossa, Cadena SER FM. 31 de desembre.

6.7. Activitats comunicatives

6.7.1. Quaderns del CAC



Al llarg de 1998, s'han publicat tres números de la revista Quaderns del CAC. Els Quaderns s'estructuren al voltant d'un dossier central que en el primer número es va dedicar als consells de l'audiovisual a Europa; en el segon a la televisió i la violència, i el tercer és un número monogràfic dedicat al Cinquantè Aniversari de la Declaració Universal dels Drets Humans.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya també fa públics a través dels Quaderns els dictàmens i les decisions que emet, així com una síntesi dels estudis que elabora perquè qui n'estigui interessat pugui obtindre'ls.

La difusió dels Quaderns és gratuïta i han estat distribuïts, entre els tres números editats, un total de 3000 exemplars a universitats, associacions, mitjans de comunicació, comunicòlegs i ciutadans interessats en la matèria. A més, s'ha difòs a diverses biblioteques públiques i, especialment, a les biblioteques dedicades a temes de comunicació, com ara les de les Facultats de Ciències de la Comunicació, perquè puguin ésser consultats per tots els lectors que hi estiguin interessats.

El tema central del primer Quadern ens dibuixa el panorama dels Consells Audiovisuals a Europa i analitza el paper d'aquestes autoritats independents en la regulació dels mitjans audiovisuals.

L'article que resumeix l'estudi encarregat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya al professor Joaquín Tornos és l'eix d'un conjunt d'aportacions fetes des de diverses instàncies de regulació europees. Així, aquest Quadern compta amb la participació del President del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de França (Hervé Bourges), del Secretari General de l'Ufficio del Garante per la Radiodifusione e l'Editoria d'Itàlia (Giorgio D'Amato), del President de L'Alta Autoridade para a Comunicaçao Social de Portugal (José Maria Gonçalves Pereira), i del Vicepresident del Consell Nacional de Radio i Televisió de Grècia (Antonis Manitakis).

A més del tema central, el seguiment de diferents temes d'actualitat del món de l'audiovisual conformen el conjunt d'articles dels Quadens. La majoria dels aspectes tractats als articles són objecte d'estudi i de debat al Consell de l'Audiovisual de Catalunya. *La televisió i la infància*, de Victòria Camps; *La publicitat de les joguines adreçada als infants*, de Carles López i Mercé Mota; *El tractament periodístic dels judicis per televisió*; *L'espai audiovisual català*, de Josep Gifreu, o *La situació actual del cable a Catalunya* de Jordi Conde, són alguns dels articles que completen el primer Quadern.

En aquest primer Quadern es publiquen els vuit dictàmens emesos al llarg del 1997. Així com les referències i un resum dels estudis i informes elaborats al llarg de l'any esmentat.

El segon número dels Quadens del CAC dedica l'espai central d'aquest segon a una reflexió múltiple sobre la presència i les característiques de la violència a la televisió. Els articles que configuren aquest segon dossier són: *La seva televisió i la nostra violència*, de Salvador Cardús; *El televident violentat*, de Miquel Porter; *La violència als informatius de televisió*, de Xavier Obach; *La representació de la violència a la televisió*, de Carles López i Mercé Mota; *Violència, programació infantil i responsabilitat social*, de Enric Frigola; *La violència com a valor afegit*, d'Alejandro Perales; *Dona, televisió i homogeneïtzació cultural*, de Xavier Altarriba; *Els models de bellesa, la violència subtil de la imatge*, de Margarita Rivière;

Jornades sobre comunicació audiovisual i violència, de Marta Saurina, i la *Representació de la violència als mitjans de comunicació. Legislació vigent a Catalunya*, de Lluís de Carreras.

En aquest segon número de la revista Quaderns del CAC, també es va publicar la conferència pronunciada en l'acte de lliurament dels X Premis a la Investigació de Masses pel filòsof José Antonio Marina, "*El timo de la sociedad de la información*". I dos articles que fan referència al món de les xarxes telemàtiques: *Les xarxes i la seva problemàtica jurídica*, de Xavier Casas, i *Internet i la llibertat d'informació*, de Vicent Partal.

Aquest número recull quatre decisions emeses pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1/98, 2/98, 3/98 i 4/98).

El darrer número publicat el 1998 va ser un monogràfic dedicat al 50è Aniversari de la Declaració Universal dels Drets Humans. Aquest número està encapçalat per un article del President del Comité Español d'UNICEF, Joaquín Ruiz-Giménez, i hi participen Anton Cañellas, Síndic de Greuges de Catalunya; Joan Botella, Catedràtic de Ciència Política de la Universitat Autònoma de Barcelona i membre del CAC; Fèlix Martí, Director del Centre UNESCO de Catalunya; Vicenç Villatoro, Periodista i Escriptor; Marc Carrillo, Catedràtic de Dret Constitucional de la Universitat Pompeu Fabra; Francesc Casares, Advocat i President de la Comissió Catalana per a la Commemoració del Cinquantè Aniversari dels Drets Humans; Ramon Buscallà, Director general d'Atenció a la Infància; Montserrat Minobis, Periodista; Ernest Udina, Periodista i Coordinador del Centre Internacional de Premsa, i Salima Ghezali, Periodista.

(S'adjunta un exemplar de les revistes a l'informe)

6.7.2. Web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

El 1998, s'ha aprovat el disseny i s'han desenvolupat les línies bàsiques de la pàgina web que pot ser consultada a través de l'adreça <http://www.gencat.es/cac>.

S'està treballant en el manteniment i l'actualització dels continguts d'algunes de les parts i resta pendent la incorporació de la pàgina a la web "gencat". Un cop s'hagi completat, aprovat i enllaçat amb la web de la Generalitat de Catalunya es procedirà a la seva promoció.

La pàgina dóna la possibilitat de comunicar amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya a través del seu correu electrònic (audiovisual@correu.gencat.es) i ofereix als usuaris un quadre d'entrada de dades que permet formular les queixes per escrit a <http://www.gencat.es/cac/busform.htm>.

6.7.3. Difusió dels Estudis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Difusió del material didàctic *Com veure la televisió*

En relació al material didàctic *Com veure la televisió*, produït pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya ha portat a terme les actuacions següents:

- Copiatge dels tres vídeos de la col·lecció i la seva distribució amb els tres llibres corresponents, als centres i col·laboradors del Programa Mitjans Audiovisuals (PMAV) que inclou 80 centres de recursos pedagògics, 800 centres d'educació secundària públics i privats, i 200 formadors d'audiovisuals del PMAV.
- Aquest material ha estat utilitzat, a més, a 40 cursos que el PMAV ha impartit als nous centres docents dotats amb ajuts per potenciar la didàctica dels mitjans audiovisuals.
- També ha estat distribuït als 132 assistents als seminaris sobre vídeo i televisió i publicitat que s'estan fent durant aquest curs al Departament d'Ensenyament i a les delegacions territorials de Tarragona, Lleida i Girona.
- Actualment, i fins a final de curs, aquest material s'utilitzarà en els 15 cursos de cinema i televisió a l'escola que s'estan fent arreu de Catalunya.

A més de la distribució portada a terme pel Departament d'Ensenyament, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya n'ha fet una difusió directa a partir de sol·licituds rebudes de 1000 exemplars.

Difusió dels estudis

S'han distribuït un total de 350 exemplars dels estudis que elabora el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (detallats en el punt 4), principalment a Organitzacions de Consumidors i Usuaris, Oficines Municipals d'Informació al Ciutadà, Centres de Recursos.

Pel que fa a l'Informe publicat el 1997 sobre *La Celebració del Judicis i el seu Tractament per Televisió*, el 1998, han estat distribuïts a 25 biblioteques i centres de documentació i a una cinquantena de professors de les universitats de comunicació de Catalunya.

7. INFORME SOBRE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA, 1998

7. 1.- ELS GRANS DEBATS SOBRE L'AUDIOVISUAL A EUROPA

L'evolució del sector audiovisual català s'insereix en un marc més ampli determinat en una primera instància per les polítiques i organització de la indústria a nivell europeu i, com a àmbit més proper, pels esdeveniments i regulació del mercat audiovisual espanyol. En aquest sentit, és poca l'autonomia de l'espai català audiovisual, tant per la dinàmica del sector privat, que tendeix a buscar mercats més amplis, com per la pròpia orientació de les polítiques europea i espanyola, que estableixen el marc general de desenvolupament del sector.

Així, malgrat que el sector audiovisual català presenta unes característiques particulars pròpies, està en gran part condicionat per la regulació i les tendències de desenvolupament a nivell europeu i estatal. En concret, al llarg de 1998, hi hagut tres grans temes de debat sobre l'organització del sector audiovisual que s'han enmarcat en un àmbit de resolució europeu, ja que afecten tots els països membres de la Unió en major o menor mesura:

- el debat sobre la noció i finançament dels serveis públics de radiodifusió;
- les mesures de suport a la producció europea i les relacions entre la indústria de continguts i de difusió, especialment a partir del desenvolupament de les noves modalitats televisives;

- i les normatives i instàncies de regulació, en el marc de la convergència entre telecomunicacions i audiovisual, i dins aquest punt, les consideracions sobre la continguts i altres obligacions que s'estableixen per a les empreses de radiodifusió.

El debat a l'entorn d'aquestes qüestions s'ha desenvolupat paral·lelament en diferents àmbits, des de les instàncies europees a les autonòmiques en el nostre cas, passant lògicament per les estatals. Així doncs, en aquest apartat es presentaran les iniciatives europees en referència a aquests temes, com a marc de referència que hauran d'adoptar els actors espanyols i catalans, per passar a veure després quines són les iniciatives i propostes que s'han desenvolupat en l'àmbit estatal i català.

7.1.1.- Els serveis públics de radiodifusió

Un dels debats principals que s'han viscut al llarg de 1998 ha estat el relatiu al paper que han de desenvolupar les televisions i ràdios públiques i quins poden ser els mecanismes de finançament més adequats en un context de creixement de les iniciatives comercials de televisió. El debat ha estat especialment conflictiu en el cas espanyol, donada la situació d'endeutament que viu RTVE i la seva discutida funció de servei públic. Les televisions autonòmiques tampoc no han estat alienes un debat en què s'ha plantejat la possibilitat de privatitzar els serveis públics de televisió autonòmica.

7.1.1.1.- La Comissió Europea i els serveis públics de radiodifusió

La referència europea en la discussió del paper de la televisió pública la dona en primer lloc el Protocol sobre el Sistema de Radiodifusió Pública dels Estats Membres (annexe al Tractat d'Amsterdam) que reconeix l'especificitat del model europeu de televisió de servei públic en afirmar que "el sistema de radiodifusió pública dels Estats membres està directament relacionat amb les necessitats democràtiques, socials i culturals de cada societat i amb la necessitat de preservar el pluralisme dels mitjans de comunicació". A partir d'aquí el Protocol estableix que seran els estats els qui hauran de definir les atribucions del servei públic i el sistema de finançament, garantint, però, que aquest finançament, que pot ser comercial, no afecti les condicions de competència dins el mercat audiovisual europeu.

El discurs de Marcelino Oreja, membre de la Comissió europea per assumptes audiovisuals, davant de la Subcomissió del Congrés dels Diputats de RTVE¹, concreta una mica més quina serà la orientació de la Unió Europea en matèria de serveis públics de ràdio i televisió. Reconeixent el paper fonamental de la televisió com a instrument d'informació i formació, Marcelino Oreja apunta algunes de les funcions dels serveis públics de radiodifusió: contribuir a mantenir estàndards de qualitat elevats en la programació, defugint criteris estrictament comercials; contribuir al manteniment de la diversitat cultural i lingüística; garantir un servei de

¹ Compareixença de Marcelino Oreja davant la Subcomissió del Congrés dels Diputats de RTVE, el dia 11 de desembre de 1998 [<http://www.europa.eu.in>].

caràcter universal; contribuir al finançament i difusió de la producció audiovisual europea; i incorporar de manera gratuïta els serveis que ofereixen les noves tecnologies, adaptant-se a l'evolució digital. Aquestes funcions però, han de ser concretades i especificades per cada un dels estats membres, tal i com estableix el Tractat d'Amsterdam.

En un altre dels seus punts, l'informe també remarca la diferència entre funcions de servei públic i titularitat del mitjà, de manera que els objectius de servei públic els poden desenvolupar tant mitjans de titularitat pública com privada (de fet, la legislació espanyola defineix el servei de televisió terrestre com un servei públic tant si es gestionat directament per organismes públics com si se sotmet a gestió privada indirecta).

L'apartat però, que ha despertat més interès i controvèrsia és el referit al finançament d'aquests serveis públics. Les recomanacions de Marcelino Oreja en aquest sentit recullen els acords del Grup d'Alt Nivell de Política Audiovisual² en relació als principis que s'haurien de complir en el finançament dels organismes de servei públic. Les propostes d'aquest grup estableixen que el finançament ha de guardar dos principis: el de proporcionalitat (finançament ajustat al necessari per complir els objectius de servei públic), i el de transparència (per conèixer l'origen i destí del finançament). Considerant aquests dos principis, els estats membres haurien

² Aquest grup va ser creat l'any passat amb el mandat de formular certes recomanacions per orientar la política audiovisual europea. El grup està format per personalitats representatives dels mitjans públics i privats.

d'establir una definició clara de la missió de servei públic, que permeti diferenciar les activitats comercials de les de servei públic, i així poder distingir els recursos que es destinen a unes i altres activitats. La proposta del Grup d'Alt Nivell és que els fons de finançament públic es destinin únicament a activitats de servei públic, i que en el cas que hi hagi ingressos comercials, es registrin en una comptabilitat separada. Com a recomanació general s'estableix que les televisions públiques haurien de limitar al mínim els ingressos comercials i recórrer a fonts de finançament públiques, com el cànon o els pressupostos públics.

Amb aquesta proposta es donaria una certa satisfacció a les queixes dels operadors privats de televisió, que consideren que el finançament mixte de les televisions públiques afecta la lliure competència i distorsiona les condicions del mercat. De fet, en aquests moments la Comissió Europea té damunt la taula diverses queixes de companyies privades contra operadors públics, entre les quals hi figura una de Tele 5 contra RTVE i les televisions autonòmiques³. Per a les televisions públiques de la majoria dels estats, però, les propostes exigeixen una redefinició del seu paper (que es concreta en la política de programació i continguts) i de les fonts de finançament, que haurien de ser majoritàriament d'origen públic. La Comissió Europea no ha establert cap normativa relativa a aquests punts, donada la diversitat de situacions que es donen a Europa i la reticència dels Estats membres a acceptar una regulació a nivell europeu sobre els organismes de radiodifusió

³ Les televisions públiques d'Itàlia, França, Alemanya i Gran Bretanya també han rebut queixes similars per infracció de les regles de competència, en mans actualment de la Comissió europea.

pública que en modifiqués l'estatut actual. De fet, la majoria de les televisions públiques europees estan passant per dificultats davant la multiplicació de l'oferta audiovisual i la formació de grans grups empresarials de comunicació que presionen per limitar l'activitat d'aquests organismes públics.

7.1.1.2.- La crisi de RTVE

A Espanya, l'informe europeu sobre la televisió de servei públic ha vingut a afegir-se a un debat ja obert sobre el finançament i funcions dels organismes públics de ràdio i televisió estatals i autonòmics. En l'àmbit espanyol, a les reiterades queixes de les televisions privades en referència al doble finançament de les públiques, s'hi afegeix l'enorme deute acumulat per RTVE i el debat en el sí de la pròpia televisió pública entre els diferents grups parlamentaris davant la política, econòmica i de programació, seguida per l'ens. Així, al llarg de tot l'any 1998, paral·lelament als treballs de la Comissió Europea, s'ha desenvolupat a Espanya un debat centrat en el paper de RTVE. D'una banda, les televisions privades han mantingut i intensificat les seves denúncies per la competència deslleial que, al seu parer, representen les televisions públiques estatals i autonòmiques, al mateix temps que es començava a mostrar l'interès dels grups privats per entrar també en el camp de la televisió autonòmica, fins ara limitada a la gestió pública. Per una altra part, dins RTVE s'han anat succeint les polèmiques a l'entorn dels pressupostos, de la política de programació i de l'orientació dels informatius.

L'any es va obrir amb la perspectiva de definir un model estable per a RTVE, discutit en el sí d'una comissió parlamentària creada especialment amb aquest objectiu. Després d'uns mesos de funcionament escàs de la comissió, amb queixes dels partits de l'oposició per l'actitud del govern i del director de RTVE, finalment el mes de juliol el govern va fer arribar a la comissió una proposta de model per a RTVE, basada en els punts següents: finançament públic suficient, assumptió progressiva del deute de l'ens per part de l'estat, limitació dels ingressos publicitaris, i programació diferenciada amb criteris de servei públic. Mentre que aquest punts van tenir una bona acollida per part de l'oposició, no va passar el mateix amb les propostes relatives a l'organització de l'ens, que preveïen un president nomenat per l'executiu, un consell d'administració orientatiu i una comissió parlamentària de treball.

Paral·lelament, a més, i quan semblava que es podia arribar a un acord sobre el model, es filtraven informacions sobre la suposada intenció del govern de privatitzar una part de l'ens⁴ i, uns mesos més tard, es presentaven uns pressupostos per a RTVE que no han assumit cap dels principis presentats a la comissió parlamentària, ni les recomanacions de la Unió Europea al respecte. Els pressupostos, amb un dèficit de 168.000 milions de pessetes, augmenten el deute de l'ens fins als 765.000 milions. La subvenció estatal sol·licitada és d'11.000 milions, sobre unes despeses de 230.000 milions de

⁴ Al maig es filtrava l'encàrrec que havia rebut el SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales) per realitzar un informe sobre RTVE, cosa que augmentava les sospites sobre les intencions privatitzadores del govern.

pessetes, mentre que es manté la política d'ingressos publicitaris, cosa que no fa pensar en grans canvis en els criteris de programació.

En aquest context, els membres de l'oposició al Consell d'Administració de RTVE, així com els de la Comissió parlamentària, s'han manifestat repetidament en contra dels pressupostos i la política seguida per López Amor al front de RTVE. Contra aquesta política, les propostes de l'oposició s'han orientat a aspectes diversos. Pel que fa al finançament, es demana que l'estat assumeixi el deute del RTVE, amb un pla a deu anys. També s'han fet diverses propostes sobre les fonts de finançament alternatives a l'actual endeutament que, mantenint en tots els casos un percentatge d'ingressos comercials, anirien des de l'augment de les subvencions directes a càrrec dels pressupostos de l'estat, a la implantació d'un canon similar al d'altres països europeus, o a l'establiment d'un percentatge sobre la recaptació de l'IRPF. Els partits polítics han expressat postures diferents davant aquestes alternatives. Mentre que el PSOE s'ha mostrat més partidari d'augmentar les subvencions directes, les propostes relatives al cànon van sortir del propi PP, a partir d'un informe de l'oficina pressupostària de José Barea, tot i que l'escassa acceptació generada va fer que s'aparqués aquesta possibilitat. L'alternativa d'un percentatge sobre l'IRPF va sorgir a proposta d'IU com una fórmula que, com el cànon, desvincularia el finançament de la radiodifusió pública del debat sobre els pressupostos, però que a diferència d'aquest cànon, que és un impost indirecte, introduiria criteris de progressivitat en el finançament. També el comissari europeu Marcelino Oreja va fer les seves recomanacions per al finançament de RTVE, partint de

les premises establertes per Grup d'Alt Nivell. Aquestes obligarien a RTVE a anar cap a un sistema de finançament que podria ser mixte però amb una reducció progressiva dels ingressos publicitaris. S'hauria de substituir el sistema d'avals de l'estat sobre el deute per un sistema a càrrec dels pressupostos de l'estat, amb una assignació publicitària accesòria i, en tot cas, comptabilitzada per separat.

En relació als continguts de la programació de RTVE, malgrat les reiterades alusions dels directius de la televisió pública estatal a la imparcialitat i rigurositat informativa de la cadena, al llarg de l'any s'han anat repetint les denúncies dels partits de l'oposició per parcialitat i partidisme dels informatius. Així mateix, també han estat freqüents les queixes referides a la programació, centrades en aquest cas en TVE1. En aquest sentit, mentre que López Amor, director de l'ens fins a final de novembre, ha basat la defensa de la programació de TVE en el seu èxit d'audiència, les crítiques han vingut precisament pel fet d'utilitzar aquestes xifres com a criteri principal de programació en una televisió pública, deixant en segon terme els criteris de servei públic.

Després de tot aquest any 1998, el debat sobre el paper de RTVE i el seu model de finançament continua obert, amb noves perspectives després de la destitució del seu director Fernando López Amor, que ha estat substituït en el càrrec per Pío Cabanillas. El nou director, que a priori desperta més consens que l'anterior, ha tornat a llençar una oferta de consens entre els diferents partits per arribar a definir un model de televisió pública estatal,

que s'haurà de debatre en el sí del Parlament. Així mateix, en aquest darrer mes de l'any RTVE ha plantejat algunes mesures que anuncien un cert canvi en la política de la televisió pública, tot i que des de l'oposició es consideren com a mesures fonamentalment simbòliques que no introdueixen un replantejament important. Així, s'ha anunciat la sortida de Vía Digital i alguns nous ingressos no previstos procedents de les compensacions pel traspàs de la xarxa d'emissores a Retevisión i per la liquidació de l'IVA.

7.1.1.3.- El debat del serveis públic de ràdio i televisió a Catalunya: el model de TVC

La repercussió a Catalunya d'aquest debat sobre el paper dels serveis públics de radiodifusió s'ha centrat en el model que segueix TVC i l'efecte que pot tenir sobre el seu funcionament l'aplicació de les propostes de la Comissió Europea. Com en el cas de RTVE, la cadena pública catalana basa el seu finançament en els ingressos publicitaris, la subvenció pública i l'endeutament. També seguint el model espanyol, tot i que en menor mesura, la tendència dels darrers anys és a incrementar els ingressos comercials i l'endeutament avalat per la Generalitat, alhora que disminueix la dotació de les subvencions. Aquest model adoptat per TVC ha estat objecte de crítica dels partits de l'oposició catalana i el propi director general de la CCRTV, Jordi Vilajoana, ha manifestat la necessitat de buscar fórmules alternatives per assegurar el finançament de la cadena. En aquest sentit, Jordi Vilajoana ha plantejat diverses opcions: el cànon a pagar directament pels ciutadans, l'increment de l'aportació de l'administració autonòmica i una aportació

també de l'administració central, en tant que les televisions autonòmiques suposen una aportació a l'articulació de l'estat de les autonomies.

Per la seva banda, el president de la Generalitat es va mostrar contrari a la proposta de la Unió Europea de limitar els ingressos publicitaris de les televisions públiques, reivindicant el paper específic de servei públic que assumeix TVC també en les seves activitats de caire més comercial, com pot ser en la programació d'entreteniment. En aquesta línia hi ha un cert consens a l'hora de defensar el paper que juga la cadena catalana en la normalització lingüística dins l'espai televisiu i en el foment de la producció audiovisual catalana. Aquests dos aspectes, a més, figuren entre els objectius de servei públic definits per les diverses instàncies comunitàries que s'han pronunciat sobre el tema.

En el marc de la discussió sobre els serveis públics de radiodifusió, les televisions autonòmiques han estat objecte d'un debat afegit, relatiu a la possibilitat de privatitzar-ne la gestió. La proposta, plantejada en el projecte de creació de la televisió autonòmica de Canàries, i secundada per l'inici de privatització de la gestió de Telemadrid, no s'ha concretat en cap iniciativa legislativa però apunta clarament la perspectiva d'obrir l'espai regional-autonòmic a la iniciativa privada, fins ara limitada als àmbits estatal i local. Aquest aspecte es comentarà en els apartats posteriors on es tractarà l'acció reguladora de l'estat al llarg del 1998 i el desenvolupament del sector a Catalunya.

7.1.2.- La indústria de programes

Un dels principals focus d'atenció de la política europea, però, és segurament el referit a la promoció de la indústria de programes. Es tracta d'un objectiu compartit per tots els agents del sector, encara que hi pugui haver plantejaments una mica divergents, però no genera, com en el cas de la regulació dels serveis públics, un debat tant contraposat.

7.1.2.1.- Escenari de la indústria de la producció a Europa

El plantejament de les autoritats europees respecte d'aquest tema respon a una situació compartida per la majoria de països i regions europees, caracteritzada pels punts següents:

- Un *increment important de la despesa directa dels ciutadans en consum audiovisual*, que apareix com a alternativa a altres fonts d'ingressos tradicionals, com la publicitat, que ja havien mostrat les seves limitacions. En aquest sentit, la previsió de la Unió Europea és que el percentatge de despesa directa de les economies domèstiques sobre el total d'ingressos del sector augmenti per passar d'un terç a la meitat. Aquest increment de la despesa ciutadana en audiovisual està sent notable a l'estat espanyol, on les ofertes de pagament han tingut una demanda bastant elevada. Es calcula que la despesa mitjana dels abonats a les plataformes digitals és de 6.000-7.000 pessetes mensuals.
- La *multiplicació de les possibilitats de distribució audiovisual* generada per les aplicacions de les tecnologies de telecomunicacions i informació. En el cas espanyol, per exemple, al llarg del 1998 hem assistit a la

progressiva implantació de les plataformes digitals, al mateix temps que s'ha anat avançant en la instal·lació de les xarxes de cable i s'han obert també noves perspectives d'ampliació de l'oferta audiovisual amb l'aprovació de la llei de Televisió Digital Terrenal. Molt més incipient, però a considerar per a un escenari de futur, és la distribució audiovisual a través d'Internet. Els efectes d'aquesta convergència entre les telecomunicacions i l'audiovisual és objecte d'anàlisi en el Llibre Verd de la Convergència entre els sectors de telecomunicacions, mitjans de comunicació i tecnologies de la informació, elaborat per la Comissió, on s'assenyalen els dèficits de la indústria audiovisual europea per fer front a aquesta convergència.

- Aquestes limitacions es concreten en *un enorme dèficit comercial en el mercat de programes* respecte de la indústria nord-americana, amb les repercussions que això comporta tant per als ingressos comercials, com per a les possibilitats de generar llocs de treball, passant per les consideracions culturals i d'identitat. Si actualment la indústria de programes europea es queda el 28% del mercat, es calcula que la seva participació en els ingressos totals del sector només creixerà fins al 30% al 2005. És a dir, la indústria de programes europea es troba amb greus dificultats per aprofitar el potencial d'aquest mercat audiovisual en creixement. Al mateix temps, això limita les possibilitats d'augmentar l'ocupació en aquest sector, en el qual s'han fixat moltes il·lusions de creixement. L'objectiu comunitari en aquest punt es el d'intentar millorar la competitivitat dels productes europeus per atansar la xifra de

treballadors de la nostra indústria (1,8 milions) a la de la dels Estats Units (2,6 milions).

- Un altre dels aspectes que caracteritzen la situació del mercat audiovisual europeu és *la fragmentació lingüística i cultural* unida a una voluntat bastant extesa per preservar-la. És a dir, la Comissió, els estats i també les diferents regions han de legislar per afavorir la integració del mercat audiovisual europeu, però sense anar en contra de la diversitat cultural europea.
- Pel que fa a l'estructura de la indústria, en els darrers anys s'han anat consolidant les posicions d'alguns *grans grups de comunicació* (4 dels 10 primers grups mundials són d'origen europeu, encara que molts cops mantenen aliances amb empreses dels Estats Units) amb una gran influència en el sector, tant en la producció com en sobretot en la distribució. Al costat d'aquest grup es desenvolupa una *xarxa de petites i mitjanes empreses* més orientades al camp de la producció i creació.

7.1.2.2.- *Els objectius i mesures de la Comissió europea*

En aquest escenari, l'actuació de la Unió Europea al llarg del 1998 en referència a la indústria de producció audiovisual s'ha basat en diferents documents i grups de treball⁵ on s'ha analitzat la situació i s'han plantejat algunes línies d'acció en tres direccions:

⁵ La Conferència Europea del Sector Audiovisual celebrada a Birmingham, els treballs del Grup d'Alt Nivell sobre Política Audiovisual i l'elaboració i consultes sobre el Llibre Verd de la Convergència, han estat els tres espais on s'han concretat els treballs de la Comissió a l'entorn de l'audiovisual al llarg de l'any. Les conclusions d'aquests treballs es poden consultar a <http://www.europa.eu.int>

- la millora de la *distribució i difusió* de les creacions audiovisuals europees, aprofitant al màxim les possibilitats que obren les noves tecnologies digitals;
- l'impuls a la *formació* de professionals de la producció especialistes en el mercat audiovisual, davant el dèficit detectat sobretot en matèria de tècniques de distribució, màrqueting, explotació i finançament dels productes audiovisuals (enfront una formació més desenvolupada en els camps de la creació i tècniques d'imatge i so);
- i el desenvolupament d'iniciatives d'ajuts a la *producció*, que van des de les subvencions a fórmules de cooperació entre distribuïdors i productors.

Aquestes iniciatives s'han concretat a nivell normatiu en la modificació de la Directiva de Televisió sense Fronteres, i també en programes d'ajuts i altres propostes d'actuació. Així, una de les prioritats de la Directiva de Televisió sense Fronteres és la d'assegurar la lliure difusió i recepció de les emissions televisives a tot el territori de la Unió, a l'igual que les diferents normatives sobre transmissió televisiva que intenten harmonitzar les tecnologies per fer-les compatibles a tota la Unió. També en aquesta línia, el Llibre Verd de la Convergència planteja la necessitat de coordinar entre tots els estats el pas de la tecnologia analògica a la digital.

Pel que fa a la formació, la Comissió ha fet una proposta de creació d'una Escola Europea de Cinema i Televisió, que podria tenir diverses localitzacions. Les prioritats que es marquen per a aquesta escola serien la

formació, investigació i experimentació amb nous productes i tecnologies i també de manera molt especial la formació en les àrees de producció, màrqueting i finançament, en l'escenari del nou mercat audiovisual.

Finalment, en relació als programes d'ajut a la producció, continua la implementació del programa MEDIA II destinat al desenvolupament de projectes i empreses de producció audiovisuals i al foment de la distribució europea. Igualment, la modificació de la Directiva de Televisió sense Fronteres manté la política de quotes per a l'emissió d'obres europees i produccions independents com a mesura de foment de la indústria de producció. A més a més, la Directiva preveu que els estats puguin aplicar la norma afegint-hi disposicions més estrictes o detallades per als diferents aspectes que regula.

7.1.2.3.- El debat per a la trasposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres

Precisament, el govern espanyol ha intentat aprofitar aquesta possibilitat alhora de plantejar la trasposició de la directiva a l'ordenament jurídic estatal en els aspectes referits a les quotes per a productes europeus. Aquest és un dels punts més polèmics de la llei, juntament amb el dedicat a la publicitat, ja que enfronta els interessos de les productores amb el dels canals de distribució. En la discussió de la trasposició de la Directiva, que s'ha anat ajornant al llarg de l'any sense arribar a aprovar-se, han sorgit diverses propostes referents a les mesures de promoció de la indústria de programes europea. La proposta del Partit Popular deixava la possibilitat que les

cadena triessin entre la quota d'emissió europea del 51% que marca la llei o una inversió del 5% dels ingressos totals de la cadena en producció europea. Per la seva banda, el PSOE incrementava aquest percentatge fins al 7% dels ingressos, tal i com demana la Federación de Asociaciones de Productoras Audiovisuales de España. La postura d'Izquierda Unida apuntava a elevar la quota d'emissió europea del 51% actual fins al 60%.

Per la seva part, les cadenes de televisió han mantingut plantejaments oposats a aquestes mesures, ja que les produccions nord-americanes continuen sent més barates que les europees. Entre els cadenes però, les posicions també estan diversificades. Els canals comercials gratuïts Antena 3 i Telecinco, associats en la nova Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA), s'oposen a l'aprovació de les quotes d'inversió, que consideren que aniran en contra de la política de producció pròpia de les cadenes. Així, ja han anunciat que si es veuen obligades a destinar una part dels seus pressupostos a la producció europea, l'ajust de les despeses recaurà sobre les partides destinades a producció pròpia. Per una altra part, les televisions de pagament demanen un tracte diferenciat donada la naturalesa de la seva oferta. Aquestes cadenes consideren que les característiques de la seva programació fan que es veguin més afectades per la normativa de quotes d'emissió que les televisions generalistes, per la qual cosa reclamen una regulació diferenciada.

L'altre aspecte conflictius de la modificació de la Directiva, pels seus efectes sobre les fonts d'ingressos de les cadenes, ha estat el referent a l'emissió de

publicitat. La Directiva europea estableix les limitacions següents per a l'emissió de publicitat: s'ha d'insertar entre els programes o, en cas d'insertar-se enmig d'un programa no ha de perjudicar la integritat de l'obra; en aquest sentit, en programes amb parts autònomes i retransmissions esportives, la publicitat o televenda es farà en les pauses naturals; els llargmetratges i telefilms que durin més de quaranta-cinc minuts es podran interrompre un cop per cada període de quaranta-cinc minuts; el període entre les pauses publicitàries ha de ser d'un mínim de vint minuts (excepte per als programes amb parts autònomes o retransmissions esportives); els informatius, documentals i programes religiosos i infantils de menys de mitja hora no podran ser interromputs per publicitat; es prohibeix qualsevol forma de publicitat o televenda de tabac; s'estableixen limitacions a la publicitat i televenda de begudes alcohòliques i de medicaments; es prohibeix el patrocini per part d'empreses de fabricació o venda de tabac i es limita el d'empreses de medicaments. Pel que fa al temps destinat a les diferents formes de publicitat, no pot superar el 20% del temps d'emissió diari i el d'anuncis publicitaris es limita al 15%; dins de cada hora d'emissió, el temps publicitari tampoc no superarà el 20%; els blocs de televenda de les cadenes que no es dediquen exclusivament a la televenda tindran una durada mínima ininterrompuda de 15 minuts (i no s'inclouen dins el temps d'emissió publicitària); el nombre màxim de blocs de televenda es fixa en vuit diaris, amb una durada total no superior a les tres hores.

La resposta de les cadenes de televisió a aquestes obligacions referents a la publicitat ha vingut especialment per part de les cadenes comercials

gratuïtes. Aquestes consideren que la transposició de la Directiva hauria d'establir una aplicació diferenciada per a les emissores públiques, ja que gaudeixen de finançament mixte, i podria ser menys estricta en el cas de les emissores comercials que tenen com a font d'ingressos majoritària (superior al 90%) la publicitat. Les cadenes de pagament per la seva part, es veuen escassament afectades per aquests articles, ja que la publicitat els és una font d'ingressos complementària.

Finalment, en l'àmbit autonòmic hi ha també algunes actuacions que s'han d'incloure dins l'objectiu de foment de la producció audiovisual europea, en aquest cas catalana. En concret, en aquest últim any, la Generalitat de Catalunya ha aprovat dues resolucions destinades a fomentar la producció de la indústria catalana. També en aquesta línia cal situar diverses actuacions i acords de les empreses de producció i canals de distribució catalans, que es comentaran en l'apartat de descripció del sector.

7.1.3.- Normatives i instàncies de regulació

7.1.3.1.- Els Consells de regulació de l'audiovisual

Un tercer tema de debat compartit entre les instàncies comunitàries, estatals i autonòmiques és el relatiu a la conveniència d'establir un marc regulador clar per a tot el conjunt de l'audiovisual acompanyat d'un organisme independent encarregat de la supervisió d'aquest sector. A nivell europeu tant en el Grup d'Alt Nivell com en les consultes a l'entorn del Llibre Verd de la Convergència s'ha tractat aquest tema. La postura de la Comissió europea en aquest sentit recomana l'establiment d'un marc regulador clar per

a tot el sector tant en els aspectes d'ordenament del sector com en qüestions relatives als continguts i el respecte de certs valors. També es constata des de la Comissió que hi ha un dèficit en la capacitat i decisió dels estats a l'hora de fer complir les normes a tots els operadors i en la resolució dels conflictes, que s'allarguen més del desitjable a l'entrar en els procediments judicials comuns. Com una de les mesures per solventar aquests problemes, la Comissió aposta per la creació d'organismes de regulació del sector audiovisual que reuneixin les següents característiques: independència (generalment s'entén respecte de l'administració, però també caldria garantir la independència respecte dels grans interessos privats que conflueixen en el sector); autonomia d'actuació; mitjans suficients per desenvolupar les seves funcions; àmplia representativitat i consens social en la seva composició, donant cabuda a representants de la ciutadania, universitat, associacions, etc.

Les funcions que es proposen des d'Europa per a aquests organismes són les de supervisar el funcionament del mercat, assegurar el respecte del marc legal per part de tots els operadors, vetllar per certes exigències en els continguts, verificar l'absència de situacions que puguin distorsionar la competència, i desenvolupar mecanismes de resolució de conflictes que l'agilitzin. Aquest conjunt de funcions sembla doncs que apunta a uns organismes amb capacitat de regulació, de supervisió, de decisió i també de sanció.

La Comissió s'ha fet ressó també d'un altre dels dilemes que planteja la creació d'aquests organismes en el marc de la convergència tecnològica i

empresarial dels sectors de telecomunicacions i audiovisual, com és la conveniència de crear organismes separats per a la regulació dels dos sectors o d'unificar-la en un sol organisme. Aquest precisament ha estat un dels arguments de debat en la discussió a nivell de l'estat espanyol sobre la creació d'una autoritat audiovisual i les atribucions de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. La postura de la Unió Europea no aclareix gaire la situació: reconeix que a llarg termini la solució més raonable serà probablement la unificació dels organismes, si més no per a qüestions relatives a infraestructures i aspectes tècnics, tot i que considera que actualment està justificada la separació dels dos òrgans, sempre que se n'asseguri la coordinació.

En l'àmbit estatal, l'any 1998 no ha aportat una solució a aquestes qüestions, sinó que ha continuat el debat, encetat al Senat ja fa dos anys, sobre la possibilitat de crear alguna autoritat de regulació de l'audiovisual, amb l'única novetat de la constitució del Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas. Així, pel que fa a qüestions d'ordenament i estructura del sector audiovisual, la normativa continua repartida en les diferents lleis del sector i l'autoritat garant és l'estat, directament a través del Ministeri de Fomento i del Tribunal de la Competència, per a les qüestions relatives al funcionament del mercat i possibles distorsions a la competència.

7.1.3.2.- La regulació sobre els continguts

Respecte de la regulació i supervisió dels continguts el debat s'ha centrat en tres temes. En primer lloc, quins són els aspectes dels continguts a regular:

contingut publicitari, contingut relacionat amb la joventut i la infància, continguts que incitin a conductes perilloses, xenòfobes, etc, o continguts relacionats amb el drets a rèplica. La Directiva de Televisió sense Fronteres, en la seva modificació, inclou alguns articles dedicats a aquestes qüestions, quan estableix la necessitat que els estats vetllin pels continguts dels organismes de radiodifusió. Però mentre que per als continguts publicitaris fixa unes normes bastant concretes, pel que fa als continguts que puguin afectar als menors o que incitin a l'odi i la xenofòbia la definició de la Directiva és molt més vaga. Igualment, les postures dels diferents agents del sector i partits polítics de l'estat tampoc són tan clares en aquests aspectes ja que la normativa, especialment si l'organisme regulador té capacitat de sanció, podria interferir més directament sobre la llibertat d'expressió. Amb tot, la modificació de la Directiva de Televisió sense Fronteres inclou ja algunes obligacions en aquest sentit. Així, els estats han d'adoptar mesures per garantir que no s'incloguin programes que puguin perjudicar "seriosament" el desenvolupament físic, mental o moral dels menors, i especialment programes que incloguin pornografia o violència gratuïta, tot i que no es concreten els criteris per decidir quan un programa es considerarà dins aquesta categoria. També s'estableix que altres programes que puguin perjudicar els menors es podran emetre sempre i quan es garanteixi, per l'horari d'emissió o mitjançant procediments tècnics, que els nens no hi podran accedir. En tot cas aquest programes hauran d'anar identificats per senyals acústiques o símbols visuals. La modificació de la Directiva també incorpora un nou article que obliga els estats a vetllar perquè les emissions

no continguin incitacions a l'odi per motius de raça, sexe, religió o nacionalitat.

També es considera entre les competències d'aquesta possible autoritat de l'audiovisual, la supervisió de les obligacions de servei públic de les cadenes de televisió, ara en mans dels Consells d'Administració per a les televisions públiques i sense cap garantia de control per a les privades.

I finalment, un tercer tema a regular en relació als continguts audiovisuals que ha cobrat especial rellevància durant aquest any amb el desenvolupament de les ofertes de pagament, és el de les modalitats d'accés (gratuït o pagat) a determinats continguts. La modificació de la Directiva de la Televisió sense Fronteres ha introduït alguns criteris en aquest sentit, al facultar els estats a adoptar mesures per assegurar que "els organismes de radiodifusió televisiva (...) no retransmetin de manera exclussiva esdeveniments que l'estat membre consideri de gran importància per a la societat" de manera que s'impedeixi a una part important del públic seguir aquests esdeveniments en modalitat de lliure accés. Per poder adoptar mesures, els estats hauran de confeccionar prèviament una llista dels esdeveniments que es considerin d'especial interès per a la societat i notificar-los a la Comissió.

La resposta espanyola a aquesta necessitat d'assegurar el lliure accés a determinats continguts s'ha limitat fins al moment als continguts esportius, subjectes a les competències del Consejo para las Emisiones y

Retransmisiones Deportivas, creat aquest any⁶, i adscrit al Ministeri d'Educació i Cultura. El Consell està format per 52 membres en representació de diferents estaments: el govern central (9 membres), les comunitats autònomes (9), les federacions esportives (1 de la de futbol, 1 de bàsquet i 2 per la resta de federacions), la Lliga de Futbol Professional (1), la lliga de bàsquet-ACB (1), les associacions de jugadors professionals de futbol i bàsquet (2), els mitjans de comunicació (21)⁷, els sindicats de l'àmbit de les comunicacions i l'esport (4), i els consumidors (2). Les funcions d'aquest organisme són les d'elaborar cada any una llista dels esdeveniments esportius que s'hauran d'emetre amb accés obert i la intermediació en els possibles conflictes que es generin en la negociació dels drets de futbol de pagament entre les plataformes digitals. La creació d'aquest organisme s'insciu doncs de manera clara en el que es va anomenar "la guerra del futbol" entre les dues plataformes digitals espanyoles, en la seva lluita per aconseguir el que es considera com un dels grans atractius de les ofertes televisives de pagament.

Pel que fa a la creació d'un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales, el grup parlamentari de Convergència i Unió va presentar al Senat i al Congrés dels Diputats una proposta de llei el 31 d'octubre de 1997. A aquesta iniciativa s'hi van afegir d'altres proposicions: el 28 de novembre

⁶ La creació d'aquest consell estava prevista en la Llei del Futbol aprovada al juliol del 1997. Gairebé un any més tard s'aprovava el Real Decret 991/1998, de 22 de maig, epl qual es crea el Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas.

⁷ Els 21 membres en representació dels mitjans de comunicació queden repartits de la manera següent: un de RTVE, un de cada televisió autonòmica i de cada una de les tres televisions privades, dos de les televisions

de 1997 el Grup Parlamentari Mixte; el 19 de desembre de 1997, el Grup Parlamentari Federal de Izquierda Unida, i el 9 de febrer de 1998 el Grup Socialista i el Grup Parlamentari Popular. Aquestes proposicions de llei es van pendre en consideració conjuntament en la sessió del dia 23 de juny de 1998. No obstant, els representatns dels grups proposants no es van reunir fins a finals de 1998.

7.1.3.3.- El Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Mentretant, a Catalunya l'any 1998 s'ha anat consolidant la posició del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), l'únic d'aquestes característiques que existeix a l'estat espanyol. En el seu segon any de vida (va ser creat el maig de 1996), però, s'han començat a sentir veus que, amb el Consell Superior de l'Audiovisual francès com a model de referència, demanen un canvi en la seva definició per tal de dotar-lo de més independència i de funcions sancionadores.

Des del propi CAC, les demandes s'han dirigit a reclamar més dotació de personal. Per la seva banda, des de la Generalitat s'ha impulsat un decret que amplia les funcions del CAC (li dona potestat per signar convenis, li permet demanar informació sobre la programació de les televisions i ràdios, i permet que els inspectors de la Direcció General de Ràdio i televisió actuïn en nom seu), i el dota de pressupost propi.

digitals per satèl·lit, dos dels operadors de cable en l'àmbit de la televisió i dos de Telefónica Cable, dos del món de la ràdio i dos de premsa escrita

7.2.- EL SECTOR AUDIOVISUAL EN EL CONTEXT ESPANYOL

En aquest apartat es tractarà la situació del sector audiovisual a nivell estatal, tant pel que fa referència a la regulació del sector com a l'evolució del mercat audiovisual i els seus diferents actors, amb especial atenció als aspectes que afectin o es relacionin directament amb l'audiovisual a Catalunya. A grans trets, la situació de l'audiovisual espanyol al llarg del 1998 ve definida per tres escenaris:

- El desenvolupament dels sistemes digitals, amb el primer any de consolidació de l'oferta digital per satèl·lit, l'aprovació de la Llei de Televisió Digital Terrenal que ampliarà de manera important el mercat televisiu i, en el camp de la ràdio, l'aprovació de la Llei de Radiodifusió Digital i la progressiva implantació d'aquesta tecnologia per part de les emissores.
- La redefinició de l'espai de la televisió herziana convencional, generada per l'increment de competència amb les televisions de pagament i els moviments empresarials que l'han acompanyat, així com per dues iniciatives legislatives: la modificació de la Llei de Televisió Privada i el debat a l'entorn de la Llei dels Tercers Canals.
- La situació del mercat radiofònic marcat pel procés concessional obert i per l'anunci de l'entrada de Telefónica en la seva operació d'expansió multimedia.

En aquest apartat també cal fer menció de l'aprovació de la nova Llei general de telecomunicacions (Llei 11/1998 de 24 d'abril) que substitueix l'obsoleta Llei d'ordenament de les telecomunicacions de 1987 incorporant

les nombroses novetats que hi ha hagut en aquest camp. La llei estableix un marc jurídic únic per a totes les activitats de telecomunicacions i consagra la liberalització del sector. Queda fora del seu àmbit la regulació del règim de la ràdio i la televisió i per tant no afecta de manera directa les activitats audiovisuals, sinó que només regula els serveis portadors de senyals. L'explotació d'aquests serveis de telecomunicacions es podrà exercir, segons la nova llei, mitjançant autorització administrativa general o llicència individual, segons les característiques del servei, vàlides per a tot el territori de la Unió Europea. Entre les disposicions més rellevants de la legislació, es fixen els serveis universals de telecomunicacions que hauran de prestar els operadors, garantint així el servei universal de telefonia fixa. També es marquen alguns altres serveis obligatoris, com el del télex, telégrafs, transmissió de dades i serveis d'emergència, així com es fixen les condicions per d'interconnexió de les xarxes que ha de garantir la plena operabilitat per als usuaris. En relació als usuaris de les xarxes de telecomunicacions, entre els quals figuren els mitjans de comunicació audiovisuals, els operadors dominants⁸ han de facilitar l'accés a les xarxes "en condicions objectives, transparents i no discriminatòries" a tots els usuaris i prestadors de serveis. D'aquesta manera s'eviten possibles acords exclusius entre els operadors de xarxes i els prestadors de serveis, que podrien portar a situacions d'abús de posició dominant.

⁸ Reben la consideració d'operadors dominants els qui sobrepassin, en cada àmbit de cobertura, una quota de mercat del 25% sobre els ingressos bruts generats per la utilització de les xarxes o prestació de serveis.

La liberalització confirmada per la LGT ha anat acompanyada, en el camp de les telecomunicacions, per l'ampliació de la competència en la telefonia mòbil i fixa i per la conclusió del procés de privatització de Retevisión. Així, al maig del 1998 l'estat abandonava la seva participació en el Consell d'Administració de la companyia i venia les seves accions a la resta de socis i a quatre nous accionistes, BCH, la Caixa de Catalunya i dues caixes canàries. D'aquesta manera, la propietat de la companyia de telecomunicacions ha quedat repartida entre Stet/Telecom Itàlia i Grupo Endesa, com a socis majoritaris, Unión Fenosa i un conjunt de caixes d'estalvi de diverses comunitats (BBK, Kutxa, Unicaja, Caja Mediterráneo, Caja Navarra i Ibercaja, a més a més de les ja mencionades).

7.2.1.- El desenvolupament dels sistemes digitals

7.2.1.1.- La televisió digital per satèl·lit

L'any 1998 ha estat el primer de ple funcionament de les plataformes digitals per satèl·lit que van començar les seves emissions al 1997 enmig d'una forta polèmica que va donar lloc al que s'ha anomenat la "guerra digital". Canal Satélite Digital iniciava les seves emissions a final de gener del 1997, avantçant-se així a l'oferta de Telefónica, que aquell any va començar la seva expansió dins el camp de la comunicació social, i a la pròpia regulació de la nova modalitat televisiva. Les posicions en aquesta "guerra" es van polaritzar en dos extrems que compaginaven interessos empresarials i polítics: d'una banda el grup Prisa-Sogecable, i per l'altra Telefónica. La normativa de televisió digital per satèl·lit aprovada a l'abril del 1997 va afegir més polèmica a l'imposar un sistema de descodificació dels senyals que

perjudicava la posició obtinguda per Canal Satélite Digital. El conflicte generat per la llei es resoldria finalment amb la intervenció de la Comisió Europea que va advertir al govern de les incompatibilitats de la legislació amb les normes comunitàries i el va obligar així a modificar la llei en els aspectes referents als codificadors. D'aquesta manera finalment s'acceptava tant el descodificador comercialitzat per Canal Satélite Digital com el que pensava utilitzar Vía Digital. La Llei però, mantenia les atribucions atorgades a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones pel que fa a la supervisió i arbitratge entre les plataformes i l'establiment de normes per assegurar la compatibilitat entre descodificadors (facilitant així la recepció de les dues ofertes).

Aprovada la Llei, amb les modificacions pertinents, els mesos següents es feia efectiva l'entrada de Telefónica a l'àmbit de l'audiovisual: a l'agost va adquirir el 25% d'Antena 3 Televisión i al setembre Vía Digital, liderada per la companyia de telecomunicacions i TVE, començava les seves emissions, amb una oferta molt competitiva especialment pel que fa als preus de connexió. La polèmica entre les dues plataformes es va centrar a partir d'aquell moment en el repartiment dels drets d'emissió de futbol de pagament, un dels grans atractius de l'oferta digital, fins que al novembre de 1997, Canal Satélite Digital i Vía Digital van arribar a un acord per compartir-los. Així, per a la temporada 1997-1998 els drets del futbol quedaven repartits entre la FORTA (un partit en obert els dissabtes), Canal Plus (un partit codificat els diumenges) i les dues plataformes, amb l'oferta de futbol de pagament, mentre que s'eliminaven els partits del dilluns a Antena 3 televisión. També al novembre es tancava el "cas Sogecable",

instruït pel jutge Gómez de Liaño contra els directius de Prisa. El cas es va obrir al febrer amb les denúncies del director d'Epoca i el professor de dret Javier Sáinz Moreno per una suposada apropiació indeguda dels dipòsits de garantia dels descodificadors abonats pels clients de Canal Plus i estafa en el cobrament de l'IVA. Després de deu mesos d'una instrucció polèmica, l'Audiència Nacional va arxivar les acusacions d'apropriació indeguda i estafa, mentre que la resta d'imputacions (delicte societari i falsedat de documentació) van passar als jutjats ordinaris. El cas va quedar definitivament arxivat el juny de 1998.

En aquest context s'arriba al 1998, un any que estarà marcat per l'atenuació de l'enfrontament entre les dues plataformes, amb negociacions de fusió incloses ("la pau digital", en la terminologia bèl·lica que s'ha vingut utilitzant) i per una expansió del mercat de la televisió de pagament que ha superat les expectatives.

El canvi d'actitud del govern central, així com les exigències econòmiques del mercat han contribuït a que el 1998 les relacions entre les dues plataformes digitals hagin canviat radicalment de signe, tot i que es mantingui una certa tensió. Des de l'aparició dels dos operadors, que allunyava la possibilitat anunciada d'una sola plataforma, tant els partits polítics com les pròpies empreses es manifestaven a favor de la competència en el camp de la televisió digital per satèl·lit com una condició que n'afavoriria el desenvolupament i milloraria el pluralisme i les condicions de cara a l'usuari. De fet, la "guerra digital" es va plantejar en molts moments

com un conflicte on estaven en joc la llibertat d'informació i els drets dels consumidors, i fins al març del 1998 els directius de les dues plataformes es manifestaven públicament a favor de la competència en el sector. Al juliol, però, es feia públic l'inici de negociacions entre Telefónica i Sogecable per arribar a un acord de fusió entre les dues ofertes. S'arribava així a "la pau". Els termes de l'acord plantejaven un repartiment al 50% de la propietat de la nova plataforma, on Telefónica exerciria de soci tecnològic i Sogecable aportaria els continguts. Pel que fa a la direcció de la nova companyia resultant, el conseller delegat seria nomenat per Prisa, mentre que Telefónica proposaria al director general, i es nomenaria al secretari general per consens. A partir d'aquí, les negociacions s'havien de centrar en la valoració de les dues plataformes per establir les compensacions per l'aportació de cadascuna. En aquest sentit, Sogecable aportava els acords amb les principals productores nord-americanes i l'exclusiva dels drets de futbol de pagament, mentre que el principal atractiu de Vía Digital, a més a més de la capacitat tecnològica i financera de Telefónica, venia pels acords amb la Metro-Goldwing-Mayer i amb productores independents dels Estats Units i per l'oferta de toros.

Els arguments per a aquesta operació de fusió es troben fonamentalment en el mercat, encara que també cal tenir en compte les implicacions i desgast polític que va ocasionar la polèmica entre les dues empreses, amb una gran repercussió pública donada la posició privilegiada de les empreses de comunicació alhora de traslladar els seus enfrontaments a l'opinió pública i l'impacte que té qualsevol pretensió dels governs per interferir sobre els

mitjans de comunicació. Pel que fa als arguments econòmics però, Canal Satélite Digital va acabar el seu primer any de funcionament amb unes pèrdues de 13.574 milions de pessetes (o 20.574 milions si no es descompta un crèdit fiscal de 7.000 milions) i té uns compromisos financers d'almenys 156.000 milions per als propers deu anys. Per la seva banda, Vía Digital també va acabar l'any 1997 amb unes pèrdues de 13.743 milions de pessetes, i es preveu que aquest any les pèrdues es poden situar sobre els 40.000 milions. En l'apartat de costos, l'aferrissada competència ente les dues ofertes ha disparat les despeses de promoció i, sobretot, els costos d'adquisició dels drets del futbol i del cinema⁹. Per contra, una fusió de les plataformes contribuiria a reduir les despeses tècniques i operatives, per la unificació d'infraestructures i de xarxes de comercialització. D'altra banda, tot i que el mercat de televisió de pagament ha tingut un creixement molt important (davant les previsions pessimistes que es feien respecte la disposició dels espanyols per pagar per veure la televisió) i les previsions són que continui creixent, l'ampliació de l'oferta televisiva que s'anuncia amb la televisió digital terrenal i el cable, planteja algunes limitacions a l'expansió de les plataformes, si més no a mitjà i llarg termini.

En aquestes circumstàncies, l'acord de fusió planteja clars avantatges per a les dues empreses de televisió digital i convertiria al grup resultant en el segon operador digital d'Europa per volum de clients (per darrere de Canal

⁹ Aquest increment dels costos d'adquisició de programes i drets de retransmissió es trasllada també a la resta de televisions. Així per exemple, la FORTA haurà de pagar 15.000 milions de pessetes anuals pels drets de retransmissió dels partits de la Lliga Professional de Futbol.

+ França, acconista de Sogecable). Les objeccions a l'acord, en canvi, provenen fonamentalment dels consumidors que fins ara s'havien beneficiat d'una competència entre les dues plataformes que va repercutir en un abaratiment dels preus. En la mateixa línia, altres veus s'han manifestat preocupades per la limitació de la competència que implica un acord d'aquestes característiques, que portaria, en les circumstàncies actuals, a una situació de monopoli en la televisió de pagament. Precisament per tantejar la postura que adoptaria la Comissió Europea davant la fusió, els directius de Canal Satélite Digital i Vía Digital van viatjar el setembre a Brussel·les per entrevistar-se amb el Comissari de la Competència Karel Van Miert. Mentre que tant Martin Bangemann com Marcelino Oreja s'havien manifestat a favor de la fusió, la postura de Van Miert es manté més dubtosa, posant en evidència la diferència de criteris entre els responsables de l'audiovisual, partidaris de crear grups de comunicació de dimensió europea, i els responsables de la competència, més atents a la situació que es crea en cada mercat particular. De fet, Van Miert ja ha frustrat diversos intents de fusió en altres països europeus per considerar que conduïen a situacions de monopoli¹⁰. L'argument de les plataformes espanyoles, però, és que no es pot parlar de monopoli ja que el cable i la televisió digital terrenal obriran la televisió de pagament a la competència, encara que no tinguin el mateix àmbit de cobertura que el satèl·lit i el seu desenvolupament sigui fins al moment incert.

¹⁰ L'última intervenció de Van Miert en aquest sentit va impossibilitar la fusió de Bertelsmann i Kirch per a l'explotació de la televisió digital a Alemanya, ja que Bertelsmann es va negar a acceptar les condicions que se li imposaven per assegurar l'accés al mercat d'altres operadors, concretament els de cable.

Dins l'estat espanyol, les postures també han estat dividides. El president del tribunal de la Competència espanyol, el senyor Petitbó, s'ha mostrat favorable a l'acord, a l'igual que el PP i el PSOE, que no hi han plantejat objeccions. Per part dels consumidors, l'Asociació d'Usuaris de la Comunicació no s'ha oposat a la fusió sempre i quan no representi un increment dels preus, mentre que l'Organització de Consumidors i Usuaris sí que s'ha manifestat contrària a la fusió per la situació de monopoli que instauraria. També algunes personalitats, com Joan Majó, president de l'Information Society Forum de Brussel·les, o el catedràtic Josep Gifreu, han plantejat els problemes que pot comportar la fusió de les dues plataformes.

Tot el debat sobre la possible unificació de l'oferta digital va quedar aturat l'1 d'octubre de 1998, quan els dos operadors van anunciar que s'havien trencat les negociacions per diferències en la valoració de les companyies. Segons Vía Digital hi hauria també desacord en l'estructura accionarial de la nova comanyia, el model de gestió i la programació. L'escull principal però, ha estat el de la valoració del patrimoni de les dues empreses, ocasionat per la diferent consideració que s'ha donat als drets del futbol de pagament contractats per Canal Satélite Digital. JP Morgan, el banc triat per Vía Digital per fer la valoració, hauria rebaixat el valor de CSD en considerar que, donat que les dues plataformes estaven oferint partits de futbol, no es podia considerar que els drets pertanyessin en exclussiva a Sogecable. A més a més, les previsions sobre la possible organització d'una nova lliga europea (que es comentarà més endavant), restaria valor als drets adquirits per Sogecable. Per la seva banda, Goldman Sachs, la companyia triada per

CSD, valorava aquesta plataforma en 500.000 milions de pessetes, mentre que atribuïa a Vía Digital un valor de 80.000 milions, xifres que donen una idea de la dificultat d'arribar a un acord (no es va fer pública la valoració feta per JP Morgan). Davant aquesta divergència de criteris, les negociacions per a la fusió de les plataformes es van donar per acabades, tot i que no s'ha tancat definitivament la possibilitat de futures converses.

Els drets del futbol.

La primera conseqüència del desacord ha estat la reobertura de l'enfrontament de les dues empreses en relació a la retransmissió dels partits de la lliga de futbol en modalitat de pagament. Des de final de 1996, els drets sobre els partits de la lliga espanyola els ostenta la societat Audiovisual Sport, participada per Sogecable (amb el 40% de les accions), Gestora de Medios Audiovisuales-GMA, propietat de Telefónica (també amb un 40%) i Televisió de Catalunya (amb el 20% restant). Dins aquesta societat, però, Sogecable manté l'exclusiva per al futbol en modalitat de pagament fins l'any 2003. Al novembre del 1997, dins la línia d'enteniment encetada, les dues plataformes van arribar a un acord per a la temporada 1997/1998 per tal de compartir aquests drets. La temporada següent, 1998/1999, es va renovar l'acord amb una modificació que va unificar el preu de les dues ofertes en 1.195 pessetes per partit (i abonaments de 18.000 pessetes per 19 partits i 32.000 pessetes per 38 partits). Vía Digital es veia obligada així a augmentar els preus, que la temporada anterior s'havien mantingut en 995 PTA enfront les 1.200 de CSD. D'aquesta manera, les plataformes digitals mantenien una oferta de vuit partits a la setmana, les autonòmiques i Canal

Plus continuaven també amb la seva oferta de futbol, dissabte i diumenge respectivament, mentre que s'eliminava el partit dels dilluns a Antena 3 Televisión.

El trencament de les negociacions de fusió entre els dos operadors digitals a l'octubre del 1998 va trencar també l'acord del futbol i Audiovisual Sport va retirar el senyal que venia oferint a Vía Digital. La resposta de la plataforma va ser una denúncia per reclamar el restabliment del senyal, que va ser desestimada un mes després, al novembre. En aquestes mateixes dates, Audiovisual Sport, amb l'acord de TVC i GMA (companyia controlada per Telefónica), i l'oposició de Sogecable, aprovava un augment de les tarifes per als partits disputats pel F.C. Barcelona i el Real Madrid acompanyat per una lleugera rebaixa en la resta de partits, amb menys demanda per part del públic.

La situació a l'entorn dels drets del futbol, un contingut que es considera clau per al desenvolupament de les ofertes de televisió de pagament, s'ha vist complicada aquest any per un nou element. La societat privada Media Partners, controlada per bancs de negocis, cadenes de televisió i magnats britànics, han llençat una proposta als principals clubs de futbol europeu per organitzar una nova lliga europea per a l'any 2000, en competència amb l'actual competició organitzada per la UEFA. L'atractiu de la proposta per als clubs és que, en relació a la UEFA, els ofereix una major capacitat de control sobre la lliga i els garanteix uns ingressos superiors, entre un mínim

de 3.000 milions i un màxim de 12.000 per al campió¹¹. La celebració d'aquesta nova competició afectaria totes les altres i com a conseqüència també tindria repercussions importants sobre la valoració i els acords de retransmissió de partits que existeixen actualment, ja que precisament la nova lliga està dirigida als clubs amb més atractiu televisiu.

Pel que fa als altres continguts de les plataformes digitals, el cinema és l'altre gran protagonista. De fet, dins l'oferta pay-per-view que inclouen els dos operadors, un 60% de les compres corresponen al cinema, mentre que el futbol representa el 40%. L'oferta cinematogràfica és doncs, un element fonamental en la competència entre les dues plataformes, que presenten diferències importants en aquest sentit. Canal Satélite Digital, a través de Sogecable, ha aconseguit acords amb les principals productores nord-americanes: Buena Vista Disney, Time Warner, Fox, Universal, Paramount, TriStar, Bream Works i Columbia. A més a més, completa aquesta oferta amb cinema espanyol, gràcies a la participació de Sogecable en el camp de la producció i les coproduccions, directament o a través de diverses filials. L'oferta cinematogràfica de Vía Digital en canvi s'ha centrat en el cinema espanyol, amb una important aportació de fons de RTVE i amb produccions noves. Pel que fa a pel·lícules nord-americanes, entre les grans companyies de Hollywood, davant l'anticipació de Sogecable, només ha pogut establir un

¹¹ Actualment la UEFA fa un repartiment igualitari dels ingressos entre els clubs, encara que té previst modificar-lo per tal d'oferir un tracte més favorable als grans clubs, que són els que més ingressos generen gràcies al *pay-per-view*. L'any passat la UEFA va repartir prop de 21.000 milions als clubs, amb un màxim per al Real Madrid, el campió, de 2.100 milions.

contracte amb la poderosa Metro-Goldwing-Mayer, però, per contra, ha signat acords amb dinou productores independents dels Estats Units.

La resta de canals inclosos dins les plataformes digitals, fins a un total de 150 (alguns d'ells duplicats per les dues ofertes) es nodreixen d'informació, reportatges, sèries, documentals, esports, toros, etc. La informació és també un dels elements competitus entre les televisions digitals: mentre de Vía Digital ha apostat pel canal de vint-i-quatre hores produït per TVE, Canal Satélite ha arribat a un acord amb la CNN per produir un canal informatiu des d'Espanya.

L'audiència que ha obtingut l'oferta digital de pagament ha anat creixent de manera important al llarg de l'any. Pel que fa al nombre d'abonats, al novembre del 1998, les xifres superaven el milió, amb 951.000 abonats a Canal Satélite Digital, i 336.000 a Vía Digital, unes xifres que situen Espanya entre els països amb un mercat més gran per a la televisió de pagament. La previsió d'evolució d'aquest mercat és d'un creixement anual del 10% fins als 4,2 milions al 2010, encara que caldrà veure com es reparteixen aquestes xifres entre les noves modalitats de difusió en perspectiva, i quins efectes té sobre la televisió convencional. Fins al moment, segons dades de Sofres, les plataformes digitals han fet disminuir el consum de televisió generalista entre els seus abonats, que dediquen un 34,5% del temps de consum televisiu a l'oferta digital; la televisió generalista, a més a més, s'ha vist afectada també en les seves possibilitats

de programació per l'encariment dels costos d'adquisició de programes, molts cops comprats en exclusivament per les televisions digitals.

La televisió digital a Catalunya.

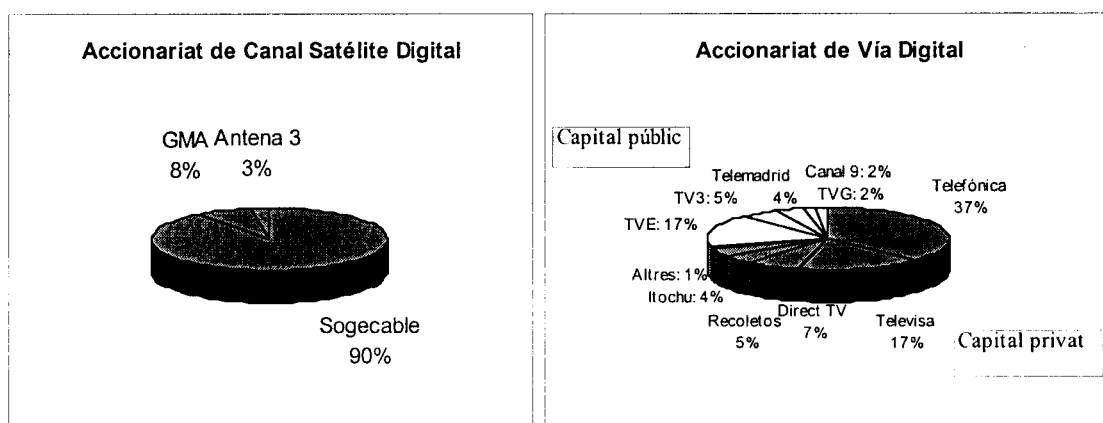
A Catalunya la implantació de la televisió digital ha seguit els passos que ja havia marcat l'altra oferta de pagament, Canal +. Així, es tracta de la comunitat amb un major índex d'abonats, concentrats fonamentalment a la ciutat de Barcelona. Això ha suposat una proliferació d'antenes parabòliques que han dut l'Ajuntament a signar un conveni amb les dues plataformes per tal d'impulsar la instal·lació d'antenes col·lectives. Segons aquest conveni, l'Ajuntament assumirà un 25% del cost de la instal·lació, mentre que les plataformes es comprometen a invertir 50 milions de pessetes cadascuna en una campanya publicitària que fomenti les antenes col·lectives.

Entre els acords establerts per les administracions amb les televisions digitals per satèl·lit hi figura també el conveni signat al març per Vía Digital, Televisió de Catalunya i la Generalitat pel qual es podrà rebre aquesta plataforma a tots els centres d'ensenyament secundari de Catalunya, a les escoles d'idiomes i als centres de recursos pedagògics. El compromís de Vía Digital és el d'instal·lar les antenes i tot l'equip necessari per a la recepció de manera gratuïta, mentre que la Generalitat assumeix la factura de la connexió (uns set milions al 1998). Per la seva part, la participació de Televisió de Catalunya se centra en la producció i programació, de dilluns a divendres, dins de TVC Sat del programa educatiu *Horitzons* (produït en col·laboració amb el Departament d'Ensenyament).

Estabilitat en la propietat de les plataformes.

Finalment, pel que fa a l'accionariat de les plataformes digitals (gràfics 1 i 2), únicament s'han produït canvis a Vía Digital, on Telefónica manté la seva posició dominant amb el 36,95% de les accions. El canvi de direcció a RTVE però, ha replantejat la política d'inversions de l'ens, que va anunciar la seva sortida de Vía Digital. Les altres televisions públiques presents a l'accionariat de la plataforma, Telemadrid i TVC per la seva banda, s'han manifestat partidàries de mantenir la seva posició, tot i que Telemadrid va anunciar que si es produïa la fusió entre els dos operadors digitals, vendria les seves accions. TVC en canvi, s'ha mostrat disposada a permanèixer en la plataforma com una manera de garantir la presència de continguts en català dins la seva oferta.

Gràfics 1 i 2:



7.2.1.2.- La televisió digital terrenal

La televisió digital ha trobat al 1998 un altre escenari de desenvolupament en l'espai radioelèctric terrestre, amb l'aprovació a l'octubre de la Llei de

televisió digital terrenal. El debat a l'entorn de la nova modalitat televisiva ha confrontat els interessos de les cadenes de televisió privades que tenen actualment concessions, l'estat i les comunitats autònomes, com a organismes reguladors però també com a explotadors de serveis televisius, i els agents que han vist en aquest espai la possibilitat d'introduir-se en el camp audiovisual.

El govern de l'estat ha regulat el nou servei televisiu a través del Reial decret 2169/1998, de 9 d'octubre, que aprova el Pla tècnic nacional de la Televisió Digital Terrenal i de l'Ordre, també de 9 d'octubre, que estableix el Reglament Tècnic y de Prestació dels Serveis de Televisió Digital Terrenal¹².

La normativa aprovada introdueix com a canvis més importants l'ampliació de canals de difusió terrestre estatals fins a vint i l'apertura també de l'espai regional a la iniciativa privada. Així mateix, el decret dona competències a les Comunitats Autònomes en la gestió directa de dos canals i en la concessió de les llicències d'explotació dels canals que tinguin cobertura en el seu territori, ja siguin regionals o locals. La importància de la normativa també ve donada pel fet que estableix els terminis de transició de la tecnologia analògica a la digital per a les televisions que actualment hi ha en funcionament.

¹² Amb aquestes dues normatives es desenvolupen les disposicions de la Llei 66/1997 de Mesures administratives i del ordre social que regula el règim jurídic de la televisió digital terrenal. La llei estableix que el govern haurà de desenvolupar un Reglament tècnic de prestació dels serveis i un Pla tècnic nacional previs a l'inici de l'activitat dels operadors.

Així, el Pla tècnic preveu 20 programacions de cobertura estatal (a través de 4 canals múltiples), de les quals se'n reserven tres per a les actuals concessionàries de televisió privada terrestre (Antena 3, Telecinco i Canal Plus), sempre que se'ls renovi la llicència, i dues per a RTVE (TVE1 i La 2). L'objectiu és que les cinc cadenes televisives iniciïn el canvi de tecnologia en un termini màxim de dos anys, simultanejant les emissions digitals amb les analògiques. Les televisions privades hauran de mantenir les mateixes condicions amb les quals van obtenir la llicència: és a dir, Antena 3 i Telecinco continuaran emetent en obert, mentre que Canal Plus seguirà sent una cadena de pagament. A més a més, si hi ha disponibilitat de programes, tant aquestes emissores com RTVE podran substituir el canal assignat inicialment per un altre que els permeti fer desconnexions territorials, una de les reclamacions de les televisions privades. No es dona resposta en canvi a una altra de les demandes dels operadors privats de televisió terrestre, que pretenien accedir des de l'inici a la gestió d'un canal múltiple (amb quatre programacions, per tant). Els altres tres canals de cobertura estatal, amb capacitat per uns quinze programes, s'atorgaran també en règim de concessió per a la gestió indirecta a un nou operador, que actuarà com una plataforma. Les propostes inicials del Partit Popular establien un règim d'autorització per a la gestió indirecta dels nous serveis de televisió digital, però la negativa de la resta de partits, inclosa CiU, va fer que finalment s'optés pel règim de concessions administratives que s'ha vingut aplicant fins ara tant en el camp de la televisió com la ràdio. Tot apunta a Retevisión com a principal candidat a la concessió, de manera que el segon operador de telecomunicacions de l'estat, amb participacions en la telefonia i el cable, completaria la seva

expansió cap a l'audiovisual. En relació a aquests nous canals, el decret no defineix si s'han de destinar a ofertes de pagament o si es poden afegir al mercat de la televisió gratuïta. Durant la negociació de la normativa la Unió de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA), integrada per Telecinco i Antena 3, es va manifestar a favor que totes les noves llicències atorgades es destinessin a televisió de pagament, per protegir així un mercat que presenta clares limitacions pel que fa a la inversió publicitària. Tot i que finalment el Decret no es defineix en aquest aspecte, les previsions del Ministeri de Fomento s'inclinen efectivament cap a una concessió per a televisió codificada de pagament, que competiria per tant amb les actuals plataformes digitals per satèl·lit.

Pel que fa a l'àmbit autonòmic, cada comunitat disposarà d'una canal múltiple, amb un mínim de quatre programes per canal, dels quals se'n reservaran dos per a cada un dels organismes de televisió autonòmica existents. A més a més, les competències per a la concessió dels canals autonòmics i locals en règim de gestió indirecta s'atorguen a les Comunitats Autònomes. Aquesta possibilitat però, queda pendent de la reforma de la legislació sobre les televisions autonòmiques i sobre les locals. De fet, la intenció inicial del govern era la d'aprofitar la nova normativa per modificar l'estatut de les estacions locals –el PP, primer a l'oposició i després al govern, s'ha manifestat repetidament en contra de la legislació actual de televisió local–, però davant la falta de suport parlamentari, s'ha ajornat qualsevol decisió sobre aquestes televisions. Igualment està pendent del tràmit parlamentari la reforma de la legislació sobre les cadenes autonòmiques aprovada pel Consell de Ministres.

El Reial decret de Televisió Digital Terrenal estableix també el calendari d'implantació d'aquesta tecnologia en substitució de la transmissió analògica. La primera fase s'iniciarà al juliol de 1999 amb els canals de cobertura estatal que en un termini d'un any hauràn d'arribar a una cobertura del 50% de la població. Al novembre del 1999 començarà la implantació dels canals autonòmics, que disposaran de vuit mesos per arribar també al 50% de la població dels territoris respectius. Entre juliol de l'any 2000 i desembre del 2001, tots aquests canals hauran d'assolir una cobertura en el seu territori, estatal o autonòmic, del 80% de la població; cobertura que s'anirà ampliant al llarg dels deu anys següents fins a un mínim del 95% al 2011. La transició a la tecnologia digital es completarà l'any 2013 en què les televisions que actualment emeten amb tecnologia analògica hauràn d'abandonar definitivament les emissions en aquest sistema.

Aquest canvi en els sistemes de distribució del senyal televisiu terrestre implica una renovació tant dels equipament emissors de les cadenes actualment existents, com de tot el parc d'aparells receptors domèstics, una renovació que desperta l'interès dels fabricants d'equipaments. Per als usuaris, l'alternativa a la renovació dels aparells és l'adaptació dels actuals receptors, amb un cost entre 8.000 i 10.000 pessetes. Les cadenes de televisió, per la seva part, hauran de renovar tots els seus equipaments i participar en el manteniment de les infraestructures de transmissió, per la qual cosa les televisions privades han demanat que l'estat estableixi subvencions a les inversions. Per la seva banda, Televisió de Catalunya, amb el Centre de Telecomunicacions de la Generalitat, va fer l'any passat les

primeres emissions digitals en proves i ha anunciat l'inici de les emissions regulars en aquest sistema per a Sant Jordi del 1999. Aquestes primeres emissions es faran des de la torre de Collserola, que permet una cobertura del 60% de la població.

L'aprovació del decret de televisió digital terrenal implica sens dubte una redefinició del mercat audiovisual que provoca incertesa, especialment als agents que actualment hi operen. L'ampliació de l'oferta televisiva posa en perill les posicions adquirides en els darrers anys tant per part de les cadenes convencionals com de les recents plataformes digitals per satèl·lit. Això ha fet que el procés de negociació i aprovació del marc legal per a aquesta nova modalitat televisiva hagi estat llarg i complicat, ja que es plantejen dubtes sobre la capacitat del mercat espanyol per mantenir una oferta tant àmplia. Així, està per comprobar si existeix una demanda suficientment elevada com per rendibilitzar les grans inversions que requereix la implantació de la tecnologia digital. En aquest sentit, estan banstant clares les limitacions del mercat publicitari per soportar una ampliació de l'oferta televisiva, tenint en compte a més que una part de l'audiència s'està traslladant a la televisió de pagament. Pel que fa a la demanda directa dels espectadors, tot i que es preveu un increment del consum d'ofertes de pagament, aquest s'haurà de repartir entre el satèl·lit, que parteix amb l'avantatge d'haver començat primer, el cable i la nova televisió terrenal digital. Un altre interrogant és el de la capacitat de la indústria de programes, i en especial la indústria europea, d'abastir tota aquesta capacitat de transmissió.

7.2.1.3.- La radiodifusió digital

El desenvolupament de la tecnologia digital en l'àmbit dels mitjans de comunicació es completa amb la radiodifusió sonora digital (DAB -Digital Audio Broadcasting- en la terminologia usual). Aquest sistema d'emissió ràdiofònica presenta unes característiques similars al televisiu, amb canals múltiples amb capacitat per a 6 o 7 programacions cadascun. Els canals disponibles a Espanya són vuit, un de cobertura estatal i la resta autonòmics, de tal manera que cada comunitat disposarà de dos canals múltiples.

Els avantatges que aporta a la ràdio la tecnologia digital són una millor qualitat del senyal, la possibilitat d'incloure transmissió de dades i una millor recepció mòbil, de gran interès per a un mitjà que té un important percentatge de consum als cotxes. Des d'un punt de vista econòmic, tot i que requereix inversions inicials elevades, la radiodifusió digital resulta més barata en tant que es necessiten menys transmissors per a una mateixa cobertura i el seu cost es pot repartir entre els diferents usuaris de cada canal múltiple.

Per tal de valorar les implicacions de la difusió digital i les condicions en què es podria introduir, a començament de 1998 es va crear a Espanya el Foro DAB, constituït pels principals agents del sector, a excepció dels consumidors: radiodifusors, institucions públiques, fabricants d'equipaments i operadors de telecomunicacions. L'objectiu del Foro DAB era el de proposar els termes de la legislació, realitzar proves tècniques sobre la nova tecnologia i buscar-ne el model de comercialització més adequat. Aquest

darrer és precisament un dels aspectes en què la tecnologia digital presenta més desavantatges, de cara als usuaris i també per a les emissores. Actualment el preu dels receptors se situa sobre les 100.000 pessetes, una quantitat que limita les possibilitats d'implantació de la difusió digital. A més a més, la xarxa de freqüències úniques impossibilita les desconexions locals o regionals, de manera que per mantenir l'actual model de programació de les cadenes estatals, basat en les desconexions, cada emissora hauria de tenir al menys una programació en un canal estatal i una altra en cada canal múltiple autonòmic. Així doncs, el DAB resulta atractiu per als radiodifusors autonòmics o locals, però menys per a les cadenes d'abast estatal.

Respecte de la normativa, hi ha quatre temes pendents de regulació a través del Pla tècnic que ha de presentar el Ministeri de Foment, d'especial rellevància per als agents del sector: l'adjudicació dels canals, la programació, l'explotació dels canals de dades i el repartiment dels canals. Respecte del primer punt, seguint el model adoptat per a la televisió digital terrenal, sembla que els canals múltiples s'adjudicaran a un operador de telecomunicacions que es farà càrrec de les xarxes de transmissió, mentre que les emissores optaran a la gestió dels programes dins de cada canal, per l'utilització dels quals haurien de pagar. Pel que fa a la programació, la demanda de les emissores és que es permeti una programació diferenciada que afegixi algun atractiu a la difusió digital enfront l'analògica de cara als oïents. Igualment, els radiodifusors reclamen l'explotació dels canals de transmissió de dades, en disputa amb els operadors de telecomunicacions. Finalment, respecte dels canals disponibles, l'explotació podrà ser en

frequència única o múltiple per tal de permetre les desconexions i les concessions les atorgarà l'estat quan siguin de cobertura estatal i les comunitats autònomes per als programes d'àmbit autonòmic i local.

Tant els operadors de telecomunicacions com les emissores de ràdio han començat ja l'experimentació amb la tecnologia digital. De fet, la majoria d'emissores han anat renovant els equipaments incorporant tecnologia digital als seus sistemes de treball, amb la qual cosa el pas a la difusió digital no els suposaria grans inversions més enllà del pagament per l'ús dels canals. En aquesta línia, a Catalunya, diverses emissores –les emissores de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, Flash FM, RNE-Ràdio 4, Terrassa Ràdio Club 25 i Granollers RKOR– han començat a fer proves d'emissió digital múltiple amb el Centre de Telecomunicacions de la Generalitat.

7.2.2.- La televisió herziana convencional

El mercat espanyol de televisió convencional ha viscut al 1998 un exercici marcat per l'estabilitat després de l'agitació que va suposar l'entrada de Telefónica a l'accionariat d'Antena 3 l'any anterior. Els trets característics d'aquesta parcel·la d'activitat televisiva han estat doncs en aquest 1998 la confirmació de la tendència a un repartiment bastant igualat de l'audiència entre els tres canals estatals generalistes i la consolidació dels resultats positius de les tres cadenes privades, paral·lela a l'aprofundiment en la crisi de RTVE. Pel que fa als continguts, les cadenes generalistes han mantingut les estratègies de programació, amb un cert increment de la producció pròpia

i un major interès pels continguts de proximitat, exemplificat per la constitució del projecte Atlas de Telecinco. L'audiència televisiva a l'estat espanyol ha mantingut també la lleugera tendència a la baixa pel que fa a minuts de consum i s'ha començat a desplaçar cap a les noves ofertes, tot i que es calcula que serà al 1999 quan es podrà començar a valorar l'impacte de les plataformes digitals sobre l'audiència de les convencionals.

Les iniciatives legislatives en el camp de la televisió convencional han donat com a resultat la modificació de la llei de televisió privada, i la tramitació de canvis també en la llei de televisió autonòmica, pendents d'aprovació definitiva al Parlament. Pel que fa a la televisió local, el govern ha hagut de tornar a ajornar les seves intencions de reformar-ne el marc legal, i continua paralitzada l'elaboració del Pla tècnic nacional de televisió local.

7.2.2.1.- Modificacions legislatives

Després d'un any de debats al novembre de 1998 s'aprovava finalment la modificació de la llei de televisions privades en relació a dos aspectes que venien reclamant els concessionaris de la televisió comercial: el tope accionarial en la propietat de les cadenes fixat per la llei del 1989 en un 25% s'eleva fins al 49%¹³ i s'obre la possibilitat que les empreses surtin a la borsa a negociar els seus títols. Aquestes mesures van ser aprovades amb el recolçament del PP, CiU, CC, i el PNB, mentre que han comptat amb

¹³ Aquest canvi s'ha interpretat des de l'entorn socialista com una mesura per permetre una posició dominant de Telefónica al front d'Antena 3 Televisión, tot i que fins al moment la companyia no ha superat el 25% de la propietat directa de la cadena.

l'oposició del PSOE, IU i Grup Mixt, per considerar-les contràries al pluralisme i la transparència en el sector.

La repercussió d'aquest canvi legislatiu no ha tingut de moment efectes en el primer dels punts, de manera que en mantenen les participacions per sota del 25%. De fet, la sortida a borsa de les cadenes permetrà a les empreses dominants reduir les seves participacions sense perdre el control de la gestió. Així, Correo, Planeta (que va adquirir el 10% de les accions en mans de Prensa Española), Mediaset (Berlusconi) i Kirch, que actualment controlen el 85% de la propietat de Telecinco ja han anunciat que podrien reduir la seva participació a través de la sortida a borsa, mantenint però el control de la companyia.

A Antena 3 tampoc no s'esperen grans canvis en l'estructura de propietat més enllà de l'anunci de Banesto que podria vendre el 9% que actualment controla a través de les seves filials. Canal +, la cadena que ha mantingut una major estabilitat en l'accionariat des de la seva creació, tampoc no ha anunciat canvis significatius.

A l'octubre de 1998 CiU, PNB i CC donaven el seu recolçament al govern per admetre a tràmit la proposició de llei per a les televisions autonòmiques presentada pel Parlament canari. Aquesta proposta se sumava al projecte elaborat pel govern i al presentat per l'Assamblea de Madrid en la línia de modificar l'actual legislació per atorgar la titularitat del tercer canal a les comunitats autonòmes (fins ara correspon a l'estat, que la cedeix a les

comunitats), i permetre la participació de capital privat en la gestió dels organismes de televisió autonòmica. Les propostes responen a un debat iniciat l'any passat i accelerat per les iniciatives de les comunitats de Madrid i Canàries i per l'aprovació de la normativa de televisió digital terrenal en els aspectes referits als canals de cobertura autonòmica.

A l'abril Telemadrid anunciava un pla de privatització per aplicar a partir del 1999, pel qual s'introduirà la gestió mixta de la cadena autonòmica. La Comunitat de Madrid mantindrà una participació minoritària, mentre que es buscaran dos socis privats, un de financer (Caja Madrid) i un de tecnològic. El projecte de Telemadrid també contempla la possibilitat de convenis de col·laboració amb televisions de les autonomies contigües per tal de permetre l'emissió conjunta d'alguns programes, sense arribar a formar cadenes, fins a un màxim del 25% d'emissió setmanal. Per la seva part, el govern canari va presentar una sol·licitud per a la concessió del tercer canal, autonòmic, amb un projecte que en preveia la gestió privada. Després d'uns mesos de polèmica amb el Ministeri de Foment, que no va acceptar el projecte, finalment es va arribar a un acord per concedir el canal amb una fórmula que combina la propietat pública amb la gestió privada de la programació. Així, el govern autonòmic serà el titular de la cadena, però es convocarà un concurs per a l'explotació dels continguts. Un concurs en el qual ja s'han anunciat dos candidats principals, Sogecable i Televisa.

L'altre tema pendent de regulació des de l'arribada del PP al govern és el de la televisió local terrestre, per a la qual encara no s'ha aprovat el Pla tècnic

corresponent. El govern va haver de retirar el seu avantprojecte de llei que preveia la liberalització de la televisió local, davant l'oposició no només del PSOE i IU, sinó també dels seus socis parlamentaris. De fet, la televisió local ha estat un dels motius d'enfrontament entre el govern i CiU, especialment després que el Ministeri de Foment posés un recurs contenciós administratiu contra la Generalitat per paraitzar el procés d'adjudicacions que aquesta havia iniciat a final de 1997. Al març, PP i CiU van arribar a un acord pel qual Foment retirava el recurs contra la Generalitat i es comprometia a elaborar el Pla tècnic. Dos mesos més tard, però, era la Generalitat la que presentava un recurs contra Foment per mantenir bloquejada la concessió de freqüències per a la televisió local, una concessió que hores d'ara segueix aturada. La normativa de televisió digital terrenal, que obria una nova porta a la regulació de les televisions locals tampoc ha clarificat la situació d'aquestes televisions que per tant continuen regint-se per la legislació del 1995.

7.2.2.2.- Les televisions estatals

El comportament de les televisions estatals generalistes al llarg del 1998 no ha presentat canvis molt importants sinó que l'any ha estat de confirmació de les tendències que ja es venien apuntant. Així, es manté el repartiment d'audiències entre les tres grans cadenes (TVE1, Antena 3, i Telecinco), tot i que són les cadenes privades, amb Canal +, les més afectades per l'increment d'audiència de les noves modalitats televisives de pagament. Així, mentre que la participació en el mercat d'aquestes televisions passa de l'1,8 al 3,6% de l'audiència, el conjunt de les privades perd un 1,2 de

mercat. TVE, amb les seves dos cadenes manté les posicions de l'any anterior, amb un lleuger increment, que es correspon amb la davallada de l'audiència conjunta de les autonòmiques (Quadre repartiment de les audiències: 1997-1998).

Quota d'audiència de les televisions a Espanya
1997-1998

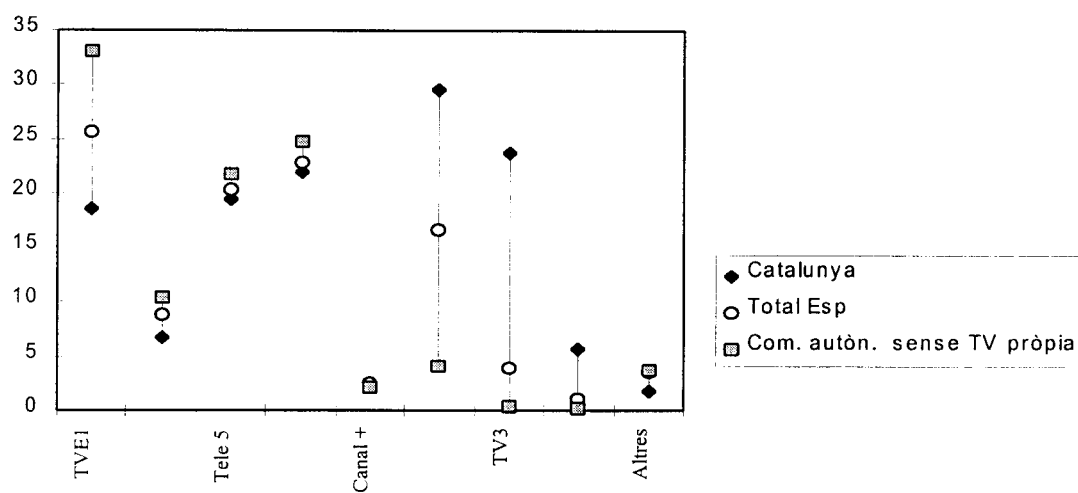
Cadena	1997	1998
TVE	34.0	34.4
TVE1	25.1	25.6
La 2	8.9	8.8
Autonòmiques	17.4	16.6
Privades	46.8	45.6
Antena 3	22.7	22.8
Tele 5	21.5	20.4
Canal +	2.5	2.4
Altres	1.8	3.6
TOTAL	100	100

Font: Elaboració pròpia amb dades de Sofres.

A nivell estatal, el repartiment de l'audiència es pot resumir per una convergència entre les xifres de les tres cadenes generalistes, liderades per TVE, que es queden amb un 70% del mercat, mentre que les autonòmiques queden en un quart lloc, disputant-se el terç restant amb les ofertes alternatives de La 2 de TVE i les televisions de pagament. En els seus

respectius mercats, però, les autonòmiques augmenten la seva participació en el repartiment de l'audiència. Així, si es consideren només les comunitats amb televisió pròpia, l'audiència d'aquests televisions puja fins al 20%, i es redueix el pes de les cadenes estatals. En aquest sentit, Catalunya és la comunitat on la televisió autonòmica aconsegueix uns valors més elevats, en detriment sobretot de TVE i Antena 3. En menor mesura, també és la cadena pública estatal la més afectada per la competència de les autonòmiques en les altres comunitats amb televisió pròpia, mentre que aconsegueix els valors més elevats en aquelles comunitats on no hi ha televisió pública autonòmica. En el gràfic es representen aquestes diferències en el repartiment de l'audiència a l'estat, a Catalunya i a les comunitats sense televisió pròpia.

Quota d'audiència de les cadenes. 1998



Pel que fa al mercat publicitari, ha continuat augmentant el total d'hores contractades en prop d'un 14%, fins arribar a 7.800 hores de publicitat anuals (segons estimacions de Media Planing). La competència per la

inversió comercial, com en els darrers anys, ha mantingut la polèmica entre les televisions públiques i les privades que, reunides en la recent Confederación de Televisiones Comerciales¹⁴, reclamen un canvi normatiu que limiti la presència pública en el mercat publicitari i redueixi les restriccions a l'emissió de publicitat. En aquest sentit, són Antena 3 i Telecinco les televisions que en més ocasions han vulnerat la normativa sobre el temps d'emissió de publicitat i sobre les interrupcions publicitàries dels programes. Les cadenes públiques, al seu torn, també han superat en algunes ocasions les limitacions a l'emissió de publicitat establertes per la Transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres.

Pel que fa a la programació de les cadenes d'abast estatal¹⁵, els majors percentatges de producció pròpia es troben a TVE (sobre el 60%), seguida de Telecinco (al voltant del 55%), que en aquest darrer any ha impulsat la programació pròpia. En l'altre extrem, Canal Plus és la televisió que dedica menys espai als programes propis (25% aproximadament). La producció aliena espanyola ocupa molt poc espai a les televisions terrestres, especialment a les privades generalistes on només representa al voltant d'un 2% del temps d'emissió. En canvi, tant Canal Plus com TVE, especialment La 2, dediquen més espai a les produccions espanyoles independents (amb valors entre el 4 i el 7%). Després de la producció pròpia però, són els programes procedents de fora de la Unió Europea, majoritàriament dels

¹⁴ La Confederación està integrada per la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto, la Unión de Televisiones de Pago, la Unión de Televisiones Locales i la Unión de Distribuidores de Televisión por Cable.

¹⁵ Dades de Sofres. Encara no es disposa de la informació completa per a tot l'any en relació a la procedència dels programes, per la qual cosa els percentatges que s'indiquen a continuació tenen un caràcter aproximatiu.

Estats Units, els conformen el segon bloc de programació més important. També en aquest cas s'aprecien diferències en el comportament de les cadenes de televisió, des de La 2 i TVE1, amb els percentatges més baixos per a aquests programes (ente el 20 i el 30%, segons el mes de l'any), i Antena 3 i Canal Plus en l'altre extrem (amb un 50% del temps d'emissió destinat a aquestes produccions). Pel que fa als programes procedents de la Unió Europea, ja siguin produccions d'algun dels països mebres o coproduccions, ocupen un espai molt petit en la programació de les televisions espanyoles, amb l'única excepció de Canal Plus i La 2 de RTVE. Es confirmen així les limitacions que presenta el mercat audiovisual europeu, tant en l'apartat de l'intercanvi i circul·lació dels programes com encara més en l'àmbit de les coproduccions.

Dins de les programacions de les televisions, el futbol continua sent la gran aposta en la lluita per l'audiència. Així, dels programes més vistos cada mes en les cinc cadenes estatals, 30 són partits de futbol o programes dedicats al futbol. En aquest apartat TVE, amb el futbol continental i el Mundial de França, i Canal Plus, amb la Lliga espanyola, situen cada mes un programa futbol com a programa més vist de la cadena (tret de l'agost a Canal Plus, on el programa més vist és una pel·lícula). Alguns partits de futbol emesos a la cadena pública li han atorgat un share de fins al 79,4% i ratings per damunt del 30%, unes xifres difícils d'assolir amb l'actual fragmentació d el'oferta televisiva. Antena 3 i Telecinco, que no participen de l'explotació dels drets del futbol, tenen com a programes insígnia a l'hora d'aconseguir els seus màxims d'audiència algunes sèries pròpies (com Médico de Familia i

Querido Maestro a telecinco, i Manos a la Obra i Ay, Señor, Señor, a Antena 3). Destaca en aquest apartat la sèries Médico de Família que se situa com el programa més vist de Telecinco durant set mesos, amb un share per sobre del 40% i un rating màxim del 23% al desembre. A Antena 3 els programes més vistos els primers mesos de l'any van ser també els partits de futbol de la Lliga espanyola que oferia els dilluns. En la temporada actual però, Antena 3 s'ha vist privada dels drets d'emissió del futbol de manera que els serials i alguna pel·lícula han desplaçat l'esport rei com a programes més vistos.

El predomini del futbol com a programa estrella de les cadenes de televisió es confirma si ens fixem en els programes líders de les televisions autonòmiques, on aquest esport se situa gairebé tots els mesos com el programa més vist d'aquestes cadenes (amb l'excepció de ETB2, que aposta pel cinema com a programa líder).

Els resultats econòmics de les televisions d'àmbit espanyol, estan marcats per un increment de la xifra de negoci que ha permès l'augment dels beneficis obtinguts per les cadenes. Així, Telecinco ha anunciat uns beneficis abans d'impostos de més de 16.000 milions de pessetes, amb un increment de la xifra de negoci al voltant del 17% (40.000 milions en els primer semestre), convertint-se així en una de la cadena més rendible. Els beneficis anunciats per Antena 3 se situen en els 6.200 milions, amb uns ingressos que se situarien a final de l'any 1998 a l'entorn dels 70.000 milions. S'observa

doncs, com amb uns ingressos similars (70.000-75.000 milions anuals), Telecinco aconsegueix uns resultats clarament superiors.

Pel que fa a TVE, 1998 no ha resolt els problemes de la cadena. Així, malgrat que ha mantingut la seva posició de lideratge en l'audiència i ha aconseguit una xifra de negoci comparable a la de les cadenes generalistes comercials, la crisi de l'ens públic continua marcada per l'enorme deute acumulat i els dubtes sobre el seu finançament. El pressupost de TVE per al 1998 ha estat de més de 225.000 milions de pessetes, amb uns ingressos publicitaris d'uns 67.000 milions i una subvenció de només 11.000 milions. Així, el deute de la cadena s'ha elevat fins als 600.000 milions als quals se sumarà l'endeutament de 125.000 milions previst en els pressupostos presentats per al 1999. Entre les partides que marquen la diferència entre TVE i la resta de televisions generalistes destaquen les despeses de personal que suposen 71.245 milions de pessetes (més del que es gasten en aquest concepte les tres televisions privades, que tendeixen a externalitzar la producció, i les nou autonòmiques juntes).

El canvi en la direcció de RTVE, amb la substitució del polèmic López Amor per Pío Cabanillas ha produït una revisió de les previsions econòmiques de l'entitat. D'una banda, el govern atorgarà a RTVE una compensació pel traspàs a Retevisión de la seva xarxa de transmissió i per les despeses que li han originat posteriorment les tarifes imposades per l'operador de telecomunicacions per l'ús de la xarxa. Si bé Izquierda Unida havia xifrat aquestes compensacions en 165.000 milions, Cabanillas ja ha anunciat que la quantitat serà sensiblement inferior. Una altra partida

complementària no prevista en els pressupostos són els 30.000 milions per la liquidació de l'IVA de 1996 i 1997 que RTVE va ingressar a final d'any, als quals s'afegiran 16.000 milions més d'ingressos també per la liquidació de l'IVA referida al 1998. A més a més, el nou director va anunciar la disposició de l'ens a vendre la seva participació del 17% a Vía Digital. Aquestes mesures han estat rebudes amb escepticisme per part de l'oposició que espera que es produeixin signes més clars del canvi d'orientació de la televisió pública, tant pel que fa al seu finançament com als seus continguts.

Finalment, un dels fets més destacables en la política de les televisions estatals ha estat el desenvolupament de l'Agència Atlas, un projecte de Telecinco que compta amb la participació dels principals grups de premsa regionals. Així, ja s'han constituït els grups Atlas Catalunya, amb el grup Godó; Atlas Galicia, amb La Voz de Galicia; Atlas Norte, amb el Correo; Atlas C. Valenciana, amb Prensa Ibérica Levante; i Atlas Andalucía amb ABC de Sevilla. L'Agència, amb la seva estructura descentralitzada, ofereix continguts informatius a Telecinco, que ha inclòs una desconexió de quinze minuts per a Catalunya, País Basc i Galícia en el seu informatiu matinal.

7.2.3.- El mercat radiofònic

L'estructura del mercat radiofònic espanyol, molt més descentralitzada que el televisiu, crea menys interdependències entre l'escenari estatal i el català. Amb tot sí que hi ha algunes qüestions d'interès com són el desenvolupament de la radiodifusió digital, ja tractat, i el procés de concessions obert a tot l'estat. En aquest cas, malgrat que la Generalitat té les competències per a

l'assignació de freqüències a Catalunya, les decisions a la resta de l'estat defineixen la situació de les grans cadenes estatals. Amb la major part dels concursos adjudicats, sembla que la cadena menys afavorida ha estat la Ser (que per exemple no ha aconseguit cap freqüència a Galícia i tampoc a Balears), tot i que no veu amenaçada la seva posició en l'espai radioelèctric. Aquesta cadena, així com el grup socialista, han denunciat el procés d'adjudicacions per considerar que s'ha intentat afavorir les empreses afins al govern estatal. Altres crítiques que ha despertat el procés d'assignació de freqüències s'han dirigit a la decisió dels governs de les comunitats de Castilla-La Mancha, Castilla-León i Catalunya, de treure també a concurs d'adjudicació la renovació de les llicències que acabaven el termini de concessió. Aquesta decisió dels governs autònoms, que en el cas català es justifica per la necessitat d'adaptar-se a la nova normativa sobre l'ús del català, trenca la tradició de renovació automàtica de les llicències i ha comptat amb l'oposició de l'Asociación Española de Radio Comercial.

Dins d'aquest context de canvis en l'estructura del sector radiofònic estatal destaca la decisió de Telefónica d'extendre cap a la ràdio la seva participació en el camp dels mitjans de comunicació social. Així, la companyia de telecomunicacions va anunciar la seva intenció de compra sobre les emissores d'Onda Cero, una de les quatre grans grans cadenes estatals (amb la Ser, la Cope i RNE). Així Telefónica hauria arribat a un acord amb Uniprex, companyia propietària d'aquesta cadena, per al traspàs de les freqüències. De les 186 emissores de la cadena, però, només 110 pertanyen a Uniprex, mentre que les altres setenta hi estan associades. Tant Blas

Herrero (Radio Blanca), propietari de 64 freqüències, com Luis del Olmo, a qui pertanyen les altres sis (cinc de les quals a Catalunya), s'han mostrat contraris a la venda de les seves emissores a Telefónica. Finalment, ja al gener de 1999, s'ha fet efectiva aquesta operació de compra, a través d'Antena 3. Així, ha estat la cadena de televisió, on Telefónica és l'accionista majoritària, qui ha comprat a Uniprex les seves emissores d'Onda Cero, i es continua a l'espera de saber en quina situació queden les altres freqüències associades.

7.3.- EL SECTOR AUDIOVISUAL A CATALUNYA

7.3.1.- El català als mitjans: la Llei de política lingüística

La Llei 1/1998 de 7 de gener estableix els principis bàsics de la política lingüística en diversos camps, entre ells els mitjans de comunicació social i les indústries culturals (Capítol IV). La llei diferencia entre els mitjans de radiodifusió i televisió públics, que tindran com a llengua "normalment emprada" el català, i els mitjans en règim de concessió, per als quals s'estableixen unes quotes d'ús del català. Així, els mitjans públics, tant els de la Generalitat com els de les corporacions locals, han d'utilitzar el català com a llengua majoritària encara que en el cas dels mitjans municipals es tindran en compte les característiques de la seva audiència. Pel que fa als mitjans audiovisuals privats, la legislació fixa el percentatge mínim d'ús del català en el 50% del temps d'emissió, per bé que es pot modificar aquesta obligació també en funció de les característiques de l'audiència.

La Llei té també com a objectiu impulsar la difusió de la creació musical i audiovisual en català. En aquest sentit estableix que els mitjans públics hauran de “promoure les expressions culturals de Catalunya, especialment les que es produeixen en llengua catalana”. Per a les emissores de ràdio i televisió privades l'obligació de garantir una “presència adequada” de música catalana es concreta en una quota mínima del 25% de la programació musical per a cançons interpretades en català o en aranès.

Pel que fa a les indústries culturals (edició, cinematografia, música, espectacles), la Generalitat haurà d'impulsar la producció i difusió dels productes en català i també el doblatge i subtitulació de les creacions en altres llengües. La llei anuncia ja els mecanismes d'actuació de la Generalitat en aquest sentit a l'obrir la possibilitat d'establir quotes lingüístiques als distribuïdors i exhibidors cinematogràfics, que poden arribar fins al 50% de l'oferta anual. La concreció d'aquestes mesures però, així com les de suport a la creació, queden pendents d'un desenvolupament posterior.

D'aquesta manera, un cop aprovada la Llei general de política lingüística s'obre un període de negociació entre el govern de la Generalitat, els partits polítics i els diferents actors del sector dels mitjans de comunicació i les indústries culturals per tal de concretar els reglaments de desenvolupament de la legislació.

7.3.1.1.- El decret del cinema

En relació al cinema, exhibidors i distribuïdors, a més a més del públic, són els principals afectats per la normativa. Als primers els afecta la quota de pantalla per a pel·lícules en català, mentre que sobre els distribuïdors recau el cost de doblatge o subtitulació de les cintes. Les reclamacions d'aquests dos agents al llarg del període de negociació del reglament van estar dirigides a intentar rebaixar-ne les exigències a partir de la presa en consideració de criteris de mercat, com els costos del doblatge o la distribució geogràfica del públic catalanoparlant. Finalment, el Decret 237/1998, de 8 de setembre, concreta les mesures de foment de l'oferta cinematogràfica doblada i subtitulada al català, establint un cert equilibri entre les exigències dels empresaris del sector i les propostes inicials de la Generalitat.

El Decret fixa unes quotes de distribució d'obres doblades al català com a mínim igual al nombre de còpies doblades al castellà o altres llengües, per a les pel·lícules més taquilleres —aquelles de les quals se'n distribueixin a Catalunya més de setze còpies— i per a totes les pel·lícules d'animació dirigides a un públic infantil, que és el que té un consum més elevat de cinema en català. Així mateix, en el còmput total de l'any, el nombre de còpies que es distribueixin doblades al català ha de ser almenys una quarta part del nombre total de cintes doblades distribuïdes. Pel que fa a les obres subtitulades al català l'únic criteri és el del còmput anual que ha de ser també equivalent a la quarta part del conjunt de cintes subtitulades. En relació a les quotes de pantalla per als exhibidors, al llarg de l'any per cada tres dies de

pel·lícula doblada al castellà o a d'altres llengües hi ha d'haver com a mínim un dia de pel·lícules doblades al català o en expressió originària catalana¹⁶. Aquesta mateixa proporció s'aplicarà també per a les obres subtitulades. El decret estableix a més a més que els horaris d'exhibició de les versions catalanes hauran de ser els habituals, en contra de la proposta dels exhibidors de dividir els horaris reservant els passis més comercials per a les còpies en castellà i els primers passis per a les versions catalanes. El Decret no inclou cap especificació referent a les diferències territorials en l'ús i coneixement del català, una de les reclamacions dels empresaris del sector, encara que per contra, rebaixa les exigències en relació a les possibilitats obertes per la Llei de Política Lingüística tant pel que fa a les quotes com a les pel·lícules afectades (només les més taquilleres i les de públic infantil).

El decret ha despertat l'oposició de la indústria cinematogràfica, tant dels distribuïdors com dels exhibidors, que han plantejat quatre recursos al Tribunal Superior de Justícia de Catalunya contra l'aplicació de l'esmentat decret. La Federació de Distribuïdores de Cinema (on estan les gran companyies de Hollywood —Disney, Warner, Fox, Columbia, United—, així com altres distribuïdores independents estrangeres i espanyoles) i la Federació de Distribuïdors de Cinema de Catalunya argumenten en els recursos presentats la inconstitucionalitat del decret en considerar que no respecta la cooficialitat del castellà i el català. Per la seva banda, l'Àrea

¹⁶ Per calcular aquesta proporció les versions originals catalanes i les obres comunitàries doblades al català computen el doble de temps que les obres no comunitàries doblades al català.

Catalana d'Exhibició Cinematogràfica també ha presentat un recurs que qüestiona la legalitat del decret del cinema en relació a les sancions que estableix per als exhibidors que no compleixin les quotes de català. En resposta a aquests recursos i en general, a l'oposició de les empreses a aplicar el decret del català, la Generalitat s'ha mostrat partidària d'obrir un procés de negociació amb la indústria cinematogràfica per tal d'arribar a algun acord. Una de les mesures que ja ha vingut aplicant la Generalitat per atendre les queixes de les empreses és el desenvolupament de polítiques d'ajuts al doblatge i subtitulació de les pel·lícules.

7.3.1.2.- La regulació de l'ús del català a la ràdio

El desenvolupament de les disposicions de la Llei de normalització lingüística en el camp de la radiodifusió no s'ha fet amb un reglament específic sinó que s'ha incorporat al decret d'actualització de les concessions de radiodifusió privada en freqüència modulada (Decret 269/1998, de 21 d'octubre). D'aquesta manera, la normativa sobre l'ús del català a la ràdio s'inclou com una condició d'accés i renovació de les llicències d'emissió. Com en el cas del decret del cinema, la normativa ha estat subjecta a la negociació amb els agents privats del sector que, també en aquest cas, demanaven una rebaixa en les exigències de la legislació atenent a la posició de les emissores en el mercat.

El punt més polèmic per a les emissores comercials de ràdio ha estat el referent a la quota d'emissió de música en català, que la llei, a proposta del PSC, fixava en un 25%. En general, les emissores privades han considerat

de difícil aplicació aquesta quota ja que no té en compte criteris comercials a l'hora de programar espais musicals. La solució adoptada finalment en el decret de radiodifusió en FM manté aquesta quota del 25% de música en català¹⁷, però admet algunes excepcions i una aplicació progressiva. Així, queden excloses de l'obligació les emissores musicals especialitzades en música clàssica i folclòrica i, prèvia sol·licitud de l'interessat, s'admet una aplicació progressiva en quatre anys, amb un mínim del 10% de música en català el primer any i increments posteriors del 5% anual sobre el total d'emissió de música cantada. També es preveu que s'arribin a acords particulars amb aquelles emissores especialitzades en música en castellà, que són les que plantejaven més dificultats per adaptar-se a la nova normativa.

El Decret preveu també algunes excepcions pel que fa a l'obligatorietat d'emetre el 50% de la programació en llengua catalana. Així, encara que s'estableix que la programació en català ha d'estar distribuïda equitativament al llarg de l'horari d'emissió, s'admet que les emissores que formen part de cadenes estatals excloguin d'aquest còmput un màxim de sis hores consecutives d'emissió. Així mateix, en casos concrets, la Generalitat podrà autoritzar percentatges inferiors atenent a les característiques de coneixement i ús del català per part de l'audiència. En aquest cas, s'establirà una aplicació progressiva de la quota d'ús del català, partint d'un mínim del 25% del temps d'emissió. Pel que fa a les emissores de la Vall d'Aran, han de

¹⁷ La música en català emesa en horaris de màxima audiència computa el doble per als càlculs de temps d'emissió.

garantir la presència de l'aranès en la seva programació i poden deduir la meitat del temps d'emissió en aranès del percentatge d'emissió en català.

L'aplicació d'aquests mesures afecta de manera desigual a les diferents emissores que operen a Catalunya. Mentre que en les estacions públiques ja era habitual l'ús del català (el 100% del temps d'emissió a les de la Generalitat i a RNE4¹⁸, i amb percentatges variables entre les municipals), les ràdios privades utilitzaven fins ara majoritàriament el castellà, especialment aquelles integrades en cadenes d'àmbit estatal. Pel que fa a la música, la presència de cançons en català és minoritària a totes les estacions, i només RAC105 s'ajusta al disposat en la nova regulació.

Així, entre les emissores privades es poden distingir dos grups pel que fa a l'ús del català. Les estacions privades locals, no integrades en cadenes, tenen un ús més elevat del català, així com alguns dels projectes de vocació autonòmica que s'han desenvolupat en els darrers anys. Flash FM i Flash Back van aparèixer ja com a emissores en català i igualment, la nova cadena Ona Catalana emet en aquesta llengua. En canvi, les emissores integrades en les cadenes estatals presenten uns índex d'ús del català més baixos. Aquesta diversitat de situacions es va reflectir també en la postura adoptada per les emissores davant l'aprovació del decret. Així, l'Associació Catalana de Radiodifusió Privada va signar al setembre un conveni per a l'aplicació de les mesures d'ús del català amb la Generalitat. De les emissores de

¹⁸ De totes maneres les emissores públiques de RNE no estan afectades pel decret ja que són de concessió estatal.

l'associació, vint es van comprometre a emetre només en català, 10 més van fixar el percentatge en el 70% de la programació pròpia, excloent el temps d'emissió en cadena, mentre que només tres van fixar el temps d'emissió en català inicialment per sota de l'establert a la llei, en un 35% setmanal. Les emissores municipals també han acordat augmentar l'emissió de música en català, tot i que reconeixien les dificultats que tenen per aconseguir-ho i la necessitat de millorar els seus contactes amb les empreses discogràfiques. Mentre que les ràdios catalanes arribaven a aquest acord, l'associació espanyola de les emissores privades, on estan present les tres grans cadenes privades espanyoles, mostrava la seva oposició a la legislació de la Generalitat.

Entre les grans cadenes, però, la situació tampoc no és homogènia. La millor situada és Onda Rambla (de Luis del Olmo) que en la seva programació utilitza el català en un 58%, i només té cinc hores diàries de programació estatal. Entre setmana Onda Cero emet 16h. diàries en català, 18h. els dissabtes i 11h. els diumenges, encara que el seu programa insígnia, *Protagonistas*, és íntegrament en castellà (igual que *Salud y Calidad de Vida* i alguns programes del cap de setmana).

Per a la cadena Ser l'aplicació dels percentatges d'ús del català i de les quotes de música en aquesta llengua presenta més dificultats. En l'emissora SER Barcelona, les emissions en català suposaven només el 30% de manera que per arribar als percentatges fixats per la llei, el 50%, es veurà obligada a reduir els programes produïts des de Madrid que emet en cadena. Les altres

quatre emissores del grup, amb una programació de radiofórmula musical, hauran d'introduir canvis importants per arribar al 25% de música catalana. Així, fins ara los 40 Principales emetia fins ara només tres hores setmanals en català, i haurà de passar a dotze i augmentar també significativament la presència de música en aquesta llengua. Cadena Dial incloïa únicament sis hores de cançons en català a la setmana, però és una de les emissores que es veurà beneficiada per l'excepció feta a les radiofórmules especialitzades en cançó castellana. Igualment, Sinfo Radio, que té tres hores diàries de programació en català, entra en el grup d'emissores, les especialitzades en música clàssica, que no han de complir les quotes de cançó catalana. Pel que fa a M80, la seva programació en català és de tres hores diàries.

La cadena, però, que parteix d'una situació més desfavorable per al compliment de les mesures de política lingüística és la COPE, les emissores de la qual tenen una programació molt més centralitzada. Així, COPE Barcelona té només 25 minuts diaris d'emissió en català, cosa que representa un 1,2% de la programació. A més, les desconexions locals, que fins ara es feien també en castellà, suposen només un 20% del temps d'emissió (4h. i 45 minuts al dia), de forma que per arribar al 50% d'ús del català haurà de variar la seva estructura de programació reduint el pes dels programes emesos des de Madrid. L'altra emissora del grup, Cadena 100, també haurà d'augmentar l'ús del català fins ara limitat a quatre hores diàries entre setmana.

En relació al consum, la ràdio en català ha anat augmentant la seva audiència, en gran part mercès a l'increment experimentat per COM Ràdio. Així, el consum de ràdio en català s'ha situat a l'entorn dels 850.000 oients, amb Catalunya Ràdio, que té 500.000 oients, i COM Ràdio, que se situa prop dels 200.000, com a emissores més escoltades. Per la seva banda, les emissions en castellà acumulen 1.300.000 oients.

7.3.1.3.- El català a la televisió

Les disposicions de la Llei de Política Lingüística no s'han desenvolupat en el cas de la televisió, on el predomini del castellà continua sent evident. Només els canals de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió utilitzen el català com a llengua única, mentre que en les cadenes d'àmbit estatal la presència del català es limita a algunes desconexions. Així, des de TVE-Sant Cugat al llarg de 1998 s'han emés 1.340 hores de programació en català (507h. a TVE1 i 833h. a La 2), mentre que a les televisions privades l'ús del català es redueix alss quinze minuts diaris (de 8 a 8.15 del matí) de l'informatiu matinal de Telecinco. La situació a les plataformes digitals tampoc no és molt favorable al català. A Vía Digital hi ha 75 hores mensuals de programació en català, mentre que a Canal Satélite Digital n'hi ha només 50h. Ente aquesta programació en català s'hi inclouen les emissions de TVC-Sat i TVC-Internacional, i la retransmissió d'alguns esdeveniments esportius d'interès per a Catalunya.

També en relació a l'ús del català a la televisió, cal destacar la sentència del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya (TSJC) que avala el fet que TV3 i

Canal 33 emetin només en català. El pronunciament del TSJC respon a una denúncia presentada per l'Asociación por la Defensa de la Lengua i 119 particulars contra aquestes cadenes per considerar que incorrien en una discriminació informativa a l'utilitzar únicament el català. El Tribunal en canvi, en la seva sentència reconeix la tasca de normalització lingüística i de foment de la llengua dels dos canals i considera que el 4,2% de la població que no entén el català està prou atesa en el seu dret a la informació per la resta d'oferta televisiva es castellà.

7.3.2- Les televisions d'àmbit català: TVC i TVE Sant Cugat.

En el mapa de la televisió a Catalunya ens trobem amb tres nivells d'oferta que conviuen/competeixen des de diferents posicions:

- La televisió estatal, amb les cadenes terrestres i la nova oferta digital, ja comentades en l'apartat anterior, que aconsegueixen una important penetració en el mercat català, amb el 70% de l'audiència. Aquestes televisions orienten la seva actuació en relació al mercat estatal, que es caracteritza per una acusada centralització de les activitats dels emissors a Madrid. En aquest sentit, però, en els darrers anys s'aprecia una certa descentralització tant en la producció (un exemple clar en seria Media Park), com en la programació, que intenta incorporar elements de proximitat (projecte Atlas, emissions esportives per a la comunitat...)
- La televisió d'àmbit català, limitada fins ara a la iniciativa pública amb Televisió de Catalunya com a líder d'audiència en la comunitat,

i TVE-Sant Cugat que compagina activitats de producció per al mercat espanyol amb l'emissió de programes per a Catalunya.

- La televisió local, un àmbit on conviuen ofertes públiques i privades, marcat però per la indefinició legal a l'espera que des de l'estat s'aprovi el Pla tècnic per a aquesta modalitat televisiva.

En aquest apartat ens centrarem en la televisió catalana, tenint en compte que se situa en un escenari molt influenciat per l'evolució de l'espai televisiu espanyol. En el quadre següent es presenta la distribució de l'audiència a Catalunya.

Quota d'audiència de les
televvisions a Catalunya. 1998.

Cadena	Quota
TVE1	18.5
La 2	6.7
Tele 5	19.4
Antena 3	21.9
Canal Plus	2.3
TV3	23.6
Canal 33	5.7
Canal 9	0.2
Altres	1.8
TOTAL	100

Font: Boletín mensual de Sofres, gener 1999.

7.3.2.1.- *Televisió de Catalunya*

L'oferta actual de Televisió de Catalunya està formada per deu canals de televisió, amb un total de més de 50.000 hores d'emissió anuals. Dins d'aquesta oferta es pot diferenciar entre els canals propis, on TVC actua com a programador i difusor, i aquells canals que produeix per a l'emissió a través de plataformes digitals. Així, com a canals propis de TVC trobem:

- TV3 i Canal 33, en la televisió convencional terrestre, tot i que ja s'han començat a fer emissions en sistema digital. Les dues cadenes emeten un total de 14.420 hores anuals (7.440 TV3 i 6.980 el Canal 33);
- dos canals via satèl·lit per a residents fora de Catalunya, amb una programació formada per programes de TV3 i Canal 33. Així, trobem TVC Internacional, que emet 6.570 hores per a Europa a través del satèl·lit Astra, i el canal Galeusca, coproduït amb Euskal Telebista, i que arriba en sistema codificat als catalans i bascos d'Amèrica Llatina a través del satèl·lit Panamsat. Galeusca ofereix programació pròpia de les dues cadenes amb un total de 3.596 hores anuals.

D'altra banda, TVC actua com a proveïdora de canals per a les plataformes digitals de pagament, amb cinc canals temàtics i TVC Sat. Aquest canal s'integra en l'oferta de Vía Digital per als catalans que viuen a l'estat espanyol i ofereix 6.750 hores anuals de programació de TV3 i Canal 33. També a Vía Digital s'emeten dos canals coproduïts per TVC amb Media Park, Teletiempo, amb 6.570 hores anuals, i Canal Super Tres, amb 62 hores d'emissió; per una altra part, a Canal Satélite Digital hi ha dos canals

produïts íntegrament a TVC, Canal Méteo (6.570 hores d'emissió anuals) i Sputnik (371 hores), i el canal Futbol Mundial, coproduït amb Canal +, que va començar les seves emissions al setembre del 1998 i emet 5.840 hores anualment.

Amb aquests canals la televisió autonòmica s'assegura una presència en els diferents sistemes de distribució televisiva que s'han anat desenvolupant i garanteix una mínima oferta en català dins d'aquests nous espais de televisió¹⁹. Aquesta política d'ampliació de l'oferta de TVC ha anat acompanyada per la creació d'aliances i acords amb la indústria privada. Així, TVC participa directament en la propietat de Vía Digital, amb un 5%; manté un 17,59% dins l'accionariat de Media Park, i un 20% a Audiovisual Sport (gestora dels drets del futbol). En un altre nivell, la televisió catalana col·labora també amb el sector privat amb els diferents acords signats amb les associacions de productores audiovisuals, o proporcionant continguts a Canal Satélite Digital, entre d'altres.

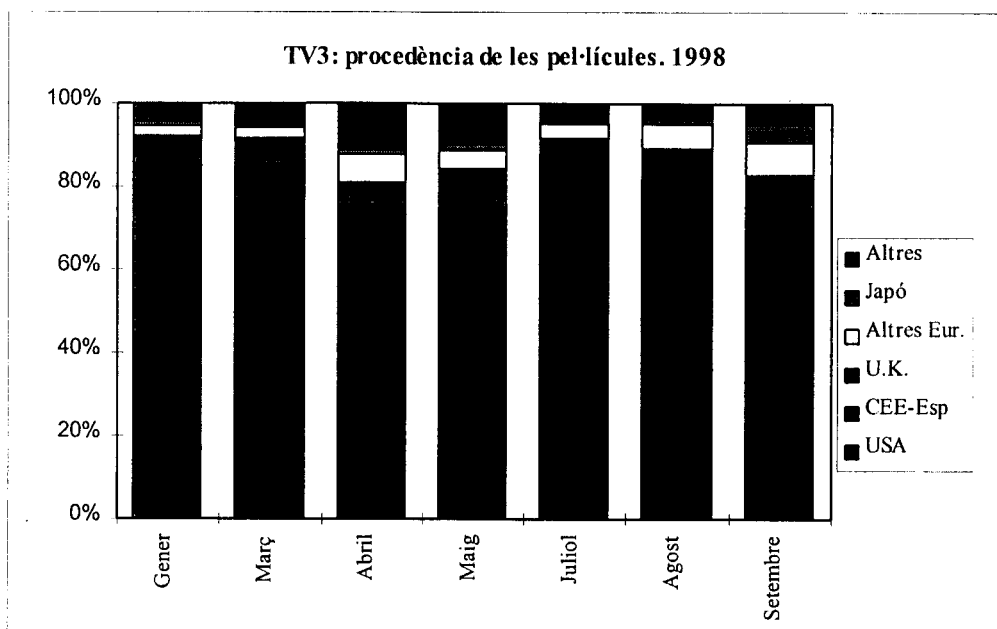
Pel que fa als dos canals de televisió convencional, base de l'activitat de TVC, la cadena ha mantingut en el darrer any la política de producció pròpia. Així, de les 14.420 hores d'emissió dels dos canals, un 57% han estat produïdes per TVC, mentre que un 43% ha estat producció aliena. Més concretament, dins de la producció pròpia s'hi pot distingir diferents tipus de

¹⁹ Tal i com ja s'ha comentat anteriorment Canal Satélite Digital emet unes 50 hores mensuals de programació en català, fonamentalment per lícules i també futbol. Així, es preveu que un 80% de les emissions del canal Futbol Mundial siguin en català. Per la seva banda, Vía Digital ofereix 75 hores mensuals en català.

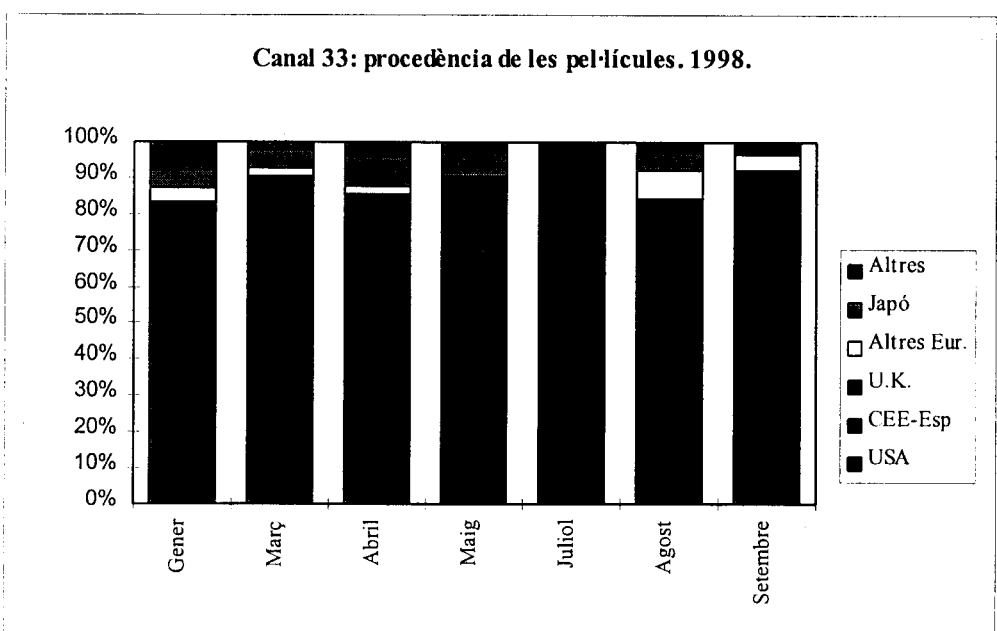
programes, en aquest cas amb dades referents al 1997: un 30% de les emissions van ser de producció interna, mentre que la producció externa suposava només un 2%; els informatius omplien un 9% del temps d'emissió, una mica més que els esports, que ocupaven un 8%. La resta d'hores d'emissió pròpia de la cadena corresponien al 1997 a continuïtat, amb un 3%, i publicitat, un 5%.

Per gèneres, la producció de TVC s'ha centrat en programes culturals i d'entreteniment (60%), musicals (33%) i dramàtics (7%). En aquest últim apartat és on TVC ha conseguit els més importants èxits d'audiència, amb les sèries de sobretaula, que han representat un important impuls a la creació i producció audiovisuals.

En el camp de la ficció, però, predominen les produccions procedents dels Estats Units, amb un clar avantatge respecte d'altres països. Altres mercats que subministren ficció als dos canals catalans són l'uropeu, amb un lloc destacat per al Regne Unit, i Japó, remarcable sobretot en el cas de Canal 33 (gràfic).



Font: elaboració pròpia amb dades de Sofres.



Font: elaboració pròpia amb dades de Sofres.

En els gràfics es pot apreciar el predomini dels Estats Units en el subministrament de ficció, més acusat en el cas de TV3 que en el Canal 33, mentre que per contra destaca l'escàs intercanvi que es produeix amb els països de la Unió Europea. En aquesta línia, del total de programació de TV3 només a l'entorn del 4-5% procedeix de la Unió Europea, un percentatge que puja fins al 10% aproximadament per al Canal 33. En canvi, la producció procedent d'altres països no comunitaris se situa al voltant del 30% sobre el total de la programació dels dos canals.

El model de finançament que ha mantingut TVC en aquest darrer any es basa, com en l'exercici anterior, en els ingressos comercials, la subvenció pública directa i l'endeutament avalat per la Generalitat. Aquesta fórmula, que en magnituds més petites, segueix l'esquema de TVE, ha estat criticat per l'oposició dins del Consell d'Administració de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, així com al Parlament. Les demandes en aquest sentit es dirigeixen a reclamar una major dotació directa dels pressupostos de la Generalitat que serveixi per disminuir l'endeutament de la cadena, que se situava en un 1,35 (endeutament sobre els recursos propis) a final de 1997, amb un deute bancari acumulat per a tota la Corporació de 56.000 milions de pessetes. Al 1998 però, la subvenció de la Generalitat va disminuir per passar dels 7.313 milions del 1997 (dels quals 6.000 milions corresponen a autoritzacions de crèdits avalats per la Generalitat) als 6.350 milions al 1998, tal i com es pot veure en el quadre.

Ingressos de TVC: 1997-1998

(Xifres en milions)	1998	1997	var. %
Vendes i ingressos	18.428	30.507	-39.5
Subvenció	6.350	7.314	-13.2
Altres	668	583	+14.6
TOTAL	25.446	38.404	-33.7

Font: Informe anual 1997 i Els Comptes de CCRTV, 15 anys.

Pel que fa als ingressos comercials de TVC també han disminuït, en gairebé un 40%, en relació a l'any anterior, situant-se per sobre dels 18.000 milions. Amb tot, els ingressos comercials, que provenen de la venda de publicitat i de programes, suposen un 72,4% dels ingressos de la cadena, enfront el 25% que representa la subvenció (i un 2,6% per altres ingressos). Dintre dels ingressos comercials, són cada cop més importants els procedents de la venda de programes, que van tindre un gran augment l'any 1997. Aquell any els ingressos per venda de programes van superar les vendes de publicitat, que es concentren a TV3 que obté gairebé el 90% dels ingressos publicitaris. Així, al 1997 els ingressos per publicitat van ser de 13.114 milions de pessetes, mentre que les vendes de programes van aportar 13.579 milions, amb un paper molt destacat per als programes esportius (quadre).

Ingressos comercials de TVC. 1997.

Concepte	milions de PTA
Publicitat	13.114

Publicitat TV3	11.678
Publicitat Canal 33	1.312
Publicitat desconnexions	122
Vendes de programes	13.579
de producció interna	948
de producció aliena	454
de producció externa	33
informatius	36
d'esports	11.994

Font: Informe anual 1997. CCRTV

En relació a l'audiència de les dues cadenes catalanes, el perfil dels espectadors presenta diferències importants. L'espectador de TV3 ajusta més el seu perfil al del total de la televisió, tot i que presenta algunes particularitats. Així, el públic de TV3 és majoritàriament femení, com a la resta de televisions generalistes, però a diferència del que troben a les dades globals de consum televisiu, hi ha una major presència d'espectadors de més de 65 anys (gairebé el 30% de l'audiència). En relació a la classe social, no s'aprecien gaire diferències en el comportament de les diverses classes, que mantenen una proporció en el total d'audiència de TV3 molt similar a la que tenen sobre el total de la població, a diferència d'altres cadenes on el consum és més acusat en les classes mitjana i mitjana-baixa/baixa. En relació a l'habitat, els espectadors de TV3 es concentren en les localitats més petites (un 30% de l'audiència), seguides de les zones urbanes més grans de

500.000 habitants (un 25%). Així doncs, amb algunes particularitats, el perfil de l'audiència de TV3 és el propi de les televisions de programació generalista.

En el cas de Canal 33 en canvi, hi ha una major segmentació del públic que dona un perfil diferenciat. L'audiència de Canal 33 és majoritàriament masculina (un 56%), i es concentra en un espectador infantil i jove (un 22,5% de l'audiència té menys de 15 anys, gairebé un 15% està entre els 15 i els 35 anys). En relació a la classe social, com en el cas de TV3 no hi ha diferències significatives entre el percentatge que ocupa cada classe social sobre el total de població i el percentatge que representen sobre l'audiència, mentre que pel que fa a l'hàbitat, el consum puja per sobre del referent de població als municipis mitjans, d'entre 10.000 i 50.000 habitants.

7.3.2.2.- TVE-Catalunya

El centre territorial de Televisió Espanyola a Catalunya és l'alt agent televisiu d'àmbit català que trobem en el territori. L'activitat del centre de Sant Cugat però, no es limita a l'oferta de programes per a les desconexions de la televisió estatal a Catalunya sinó que també té producció adreçada al mercat espanyol. En aquest capítol cal destacar la consolidació de TVE-Catalunya com centre de producció de programes infantils i seu de la Direcció de la Producció Executiva d'aquest tipus de programes. La televisió de Sant Cugat ha produït al llarg de 1998 dotze programes de diferent periodicitat (diaris/setmanals) dirigits al públic infantil, entre els quals hi figuren diverses sèries de dibuixos animats i magazines infantils. La

producció de TVC-Catalunya també inclou programes d'entreteniment per adults, informatius, programes d'esports i culturals, que completen una producció habitual de 42 programes. A més a més, des de Sant Cugat s'han realitzat diversos programes especials, la major part dins de la temàtica cultural (ex. Homenatge a Jaume Fuster, , els germans Folch i Torres, La mirada de F.Català-Roca, Especial Ketama, Antoni Tàpies...), i també alguns documentals i programes esportius. Del total de l'oferta de TVE-Catalunya, al llarg de l'any s'han emés 1340 hores de programació en català (507 a La Primera i 833 a La 2). Dins aquesta oferta en català, a més dels informatius, els espais esportius ocupen un lloc important. Des de Sant Cugat s'ofereixen en desconnexió per a Catalunya i en català alguns esdeveniments esportius, amb especial atenció al bàsquet, el motociclisme, el ciclisme i el tenis.

Pel que fa a la participació del centre de Sant Cugat en les plataformes digitals per satèl·lit, des de Catalunya es coordina el canal de Vía Digital Canal Deporte, que emet 18 hores diàries. TVE-Catalunya s'encarrega de la continuïtat del canal així com de la producció dels espais informatius que inclou.

En l'apartat de gestió, TVE-Catalunya ha acabat l'any en una situació de provisionalitat a l'espera que es nomeni un nou equip directiu. Al novembre de 1998, poc abans de la destitució de Fernando López Amor com a director general de RTVE, el centre territorial de Catalunya es quedava sense equip de direcció després de la dimissió de la directora, Aurora Catà, i del director

de programes i informatius, Josep Sanz, i el cessament del sots-director i del director econòmic i d'organització, Ramon Mateu i Víctor Fernández respectivament. Les raons d'aquesta crisi en la direcció de TVE-Catalunya conjuguen motius personals i divergències amb la direcció de RTVE i han deixat el centre territorial sense direcció des de mitjans de novembre. En aquests mesos Enric Frigola, responsable de la direcció executiva de programes infantils i juvenils ha assumit la direcció en funcions, mentre es nomena un nou equip. En aquest escenari, que ha coincidit amb el relleu de Fernando López Amor per Pío Cabanillas a RTVE, l'activitat de TVE-Catalunya s'ha centrat en el manteniment de la programació de la temporada, amb la incorporació d'alguns nous programes que s'havien aprovat prèviament, però sense capacitat per definir nous projectes. La provisionalitat de TVE-Catalunya afecta també a la gestió econòmica, en un període en què s'ha de escometre una reducció de la despesa a l'entorn del 15%, i en què s'ha de reprendre el pla de reducció de personal iniciat al començament dels noranta. En aquest sentit, al llarg de 1998 el centre de Sant Cugat ha mantingut la mateixa plantilla que l'any anterior, amb 852 treballadors (dels quals 54 són col·laboradors). Les previsions per al 1999 però, són de reducció de personal (d'unes 100 persones) a través de baixes incentivades i jubilacions anticipades. En l'apartat de producció, en aquest any 1998 s'han posat en marxa noves instal·lacions per a la producció dels programes elaborats pel centre i s'ha iniciat un procés de renovació i automatització dels equipaments de redacció, producció i emissió.

7.3.3.- La televisió local

7.3.3.1.- L'assignació de noves freqüències continua aturada

L'àmbit de la televisió local continua definit per la falta d'un marc legal complet. El govern estatal no ha definit el Pla tècnic per a la televisió local de manera que no s'ha pogut procedir a l'adjudicació de llicències per a l'explotació d'aquest servei. La falta d'acord respecte del model a aplicar a aquestes televisions no n'ha permès un desenvolupament adequat a les expectatives. Així, malgrat que la Generalitat de Catalunya anunciava a l'abril el concurs per a l'adjudicació de noves freqüències de televisió local, el Ministeri de Foment va aturar la realització del concurs en no assignar les freqüències corresponents per a Catalunya. Aquest nou retard va portar el govern de la Generalitat a interposar un recurs contenciós-administratiu davant el Tribunal Superior de Justícia de Madrid, denunciant la situació. Amb tot, i malgrat els repetits anuncis del govern respecte la inminència de la regulació tècnica de les televisions locals, a final d'any no s'havia arribat encara a cap solució. Així, continua vigent la legislació del 1995, que estableix dos canals per a cada localitat, un de gestió pública municipal i un altre de privada. La Llei de Televisió Digital Terrenal introdueix alguna modificació respecte de la situació definida a la llei del 1995, ja que es preveu l'ampliació dels canals de cobertura local; una ampliació que ha de ser concretada amb el respectiu Pla tècnic, pendent d'elaboració.

Així les coses, el mapa de la televisió local a Catalunya al 1998 continua sense gaire variacions, però amb unes 1.000 sol·licituds en espera de la

celebració del concurs d'adjudicació de les freqüències per a 408 poblacions. Són diversos els grups que ja al 1997 van presentar sol·licitud per a la gestió de canals locals, amb una presència important d'empreses vinculades a periodistes i professionals de la ràdio i la televisió, que també estan tenint un paper actiu dins el panorama empresarial radiofònic. Així, Josep Puigbó, que lidera la cadena de ràdio Ona Catalana, ha presentat sol·licituds per a diversos canals de la Garrotxa. Miquel Calzada i Carles Cuní, propietaris de Flash FM, es presenten per a la gestió de la televisió local de Manresa. A les terres de Tarragona són Andreu Buenafuente amb el director de la Ser Barcelona, Josep Maria Martí, els qui opten a diverses concessions. Altres empresaris vinculats al món de la premsa comarcal també s'han mostrat interessats en l'expansió cap a la televisió en els seus respectius territoris. Així, els germans Dalmau, editors de La Mañana, han presentat sol·licitud per a poblacions de la província de Lleida, mentre que Gonçal Mazcuñán, de Regió 7 ho ha fet a Manresa. Amb aquestes sol·licituds es confirmaria la tendència a la formació de petits grups multimedia d'àmbit català, reforçant la presència de la iniciativa privada en els camps de la ràdio i la televisió.

També l'Església s'ha mostrat interessada en la participació en la televisió local, amb 96 sol·licituds presentades per la Fundació Missatge Humà i Cristià, que actualment gestiona l'emissora de ràdio R. Estel. La Fundació està presidida pel cardenal Ricard Maria Carles i en formen part els bisbats catalans.

Des de diversos sectors s'ha destacat la presència entre els interessats en l'explotació de la televisió local d'empreses vinculades a regidors municipals de la coalició Convergència i Unió. Així, per exemple, al Berguedà, la Selva, Baix Llobregat o Baix Empordà han demanat llicències de televisió diverses empreses i fundacions que compten amb la presència de regidors de la zona.

7.3.3.2.- Televisions locals i partidisme polític

Les disputes partidistes tampoc no han estat absents del funcionament de les televisions locals actualment existents. Les crítiques a la gestió de BTV o el cas de Televisió d'Igualada en serien dos exemples prou significatius, un pel que fa a la televisió local pública i l'altre dins la televisió privada.

En el primer cas, la televisió municipal de Barcelona ha rebut les crítiques de l'oposició a l'Ajuntament tant per la seva gestió econòmica com per un tractament informatiu que es considera favorable a l'equip municipal. BTV va acumular al 1997 unes pèrdues de 104 milions de pessetes, amb uns ingressos per publicitat de 26,7 milions i una subvenció de 445,2 milions de pessetes. La situació al 1998, a l'espera que es presentin els comptes definitius de l'exercici, està també caracteritzada pel dèficit. Els ingressos per publicitat se situaran a l'entorn dels 82 milions sobre unes previsions inicials de 300 milions. La subvenció municipal, per contra, ha hagut d'incrementar-se amb un crèdit de 222 milions aprovat al setembre que s'afegeix als 495 milions de subvenció inicial. Així l'aportació del municipi

per al 1998, entre la subvenció i el crèdit, serà de més de 700 milions de pessetes. A aquestes dificultats financeres, l'oposició municipal hi afegeix les crítiques per l'orientació informativa de la cadena, que comparteix d'aquesta manera alguns dels dèficits que s'atribueixen als altres canals públics. Pel que fa a l'acceptació de la cadena, Sofres situa la seva audiència diària en els 180.000 espectadors, amb un màxim que arribaria als 270.000 espectadors en alguns moments del dia.

Les acusacions de partidisme en el camp de la televisió local no es limiten però a les entitats públiques, sinó que afecten també els canals privats, com s'ha pogut veure aquest any en el cas de Televisió d'Igualada. La televisió, en l'accionariat de la qual hi apareixen membres de CiU, va rebre una aportació municipal per fer-se càrrec de la cobertura de la festa major de la localitat, governada per la coalició, en una decisió que va provocar les crítiques dels diferents partits presents al municipi. Així doncs, les televisions locals, tant públiques com privades, no s'escapen a les disputes partidistes que afecten també les televisions de cobertures superiors.

7.3.3.3.- El mapa de la televisió local

Amb l'adjudicació de noves llicències per a l'explotació de freqüències de televisió local en l'horitzó, el mapa actual de la televisió local a Catalunya mostra un equilibri entre l'oferta pública i la privada, amb 35 emissores municipals i 39 de privades, que donen cobertura, però, a 35 poblacions (Igualada, Manresa i Berga tenen dues estacions privades cada una).

En la distribució territorial d'aquestes televisions sí que s'aprecien algunes diferències, en la mateixa línia del que succeeix amb la ràdiodifusió local. Així, les cadenes públiques tenen una major presència en els municipis de menys habitants, mentre que les privades es concentren en les capitals de província i altres poblacions grans que puguin proporcionar una mínima rendibilitat econòmica. Tal i com es pot veure en el quadre, les televisions locals privades se situen principalment en els municipis de més de 10.000 habitants. En canvi, són les públiques les que donen cobertura a les poblacions més petites, desenvolupant així un paper complementari més que competitiu al de les televisions comercials.

Distribució de les televisions locals
segons el nombre d'habitants

Habitants	TV pública	TV privada
Més de 100.000	3	4
50.001-100.000	1	5
20.001-50.000	3	8
10.001-20.000	2	13
5.001-10.000	5	4
Fins a 5.000	21	5
TOTAL	35	39

Respecte de la distribució per comarques de les television locals, de les 41 comarques catalanes poc més de la meitat, 24, compten amb alguna televisió local, amb una clara concentració a la província de Barcelona, amb 46 estacions (20 municipals i 26 comercials). En l'extrem oposat, a Lleida només hi ha una televisió local municipal (TV Aitona) i es confirma així com la província amb una menor xarxa de mitjans locals.

Distribució comarcal de les televisions locals

Comarca	TV públiques	TV privades
Alt Penedès	2	-
Anoia	-	4
Bages	3	2
Baix Llobregat	3	1
Barcelonès	2	2
Berguedà	-	2
Garraf	1	1
Maresme	3	4
Osona	1	2
Vallès Occidental	2	4
Vallès Oriental	3	4
Total Barcelona	20	26
Baix Camp	2	2

Baix Ebre	1	2
Baix Penedès	1	-
Montsià	4	2
Ribera d'Ebre	1	-
Tarragonès	1	-
Total Tarragona	10	6
Alt Empordà	-	3
Baix Empordà	-	1
Gironès	-	1
Pla de l'Estany	-	1
Selva	4	-
Ripollès	-	1
Total Girona	4	7
Segrià	1	-
Total Lleida	1	-
Total Catalunya	35	39

De les televisions en funcionament, n'hi ha sis que al llarg de 1998 s'han vist afectades per expedients sancionadors oberts per la Direcció General de Ràdio i Televisió a instàncies del Ministeri de Fomento²⁰ per problemes d'interferències. Les televisions afectades han estat les de Rubí, Manresa, Tossa de Mar, Llinars del Vallès, Figueres i Malgrat de Mar, amb multes

²⁰ El total d'expedients que ha obert el ministeri a l'estat espanyol és de 36, per problemes d'interferències o d'emissions sense adjudicació de freqüència.

que van des de les 250.000 pessetes imposades a les estacions de Tossa i Figueres, als dos milions que han hagut de pagar les televisions de Rubí i Manresa, mentre que l'import de la multa als canals de Llinars i Malgrat és de 500 milions.

7.3.3.4.- La coordinació entre televisions locals

Al llarg de l'any s'han desenvolupat dues iniciatives de coordinació entre television locals, a més del Consorci Local i Comarcal de Comunicació que desenvolupa serveis tant per a la televisió com per a la ràdio i la premsa escrita (veure apartat de ràdio). Per una part, tretze televisions locals de l'àmbit dels països catalans han constituït el consorci Canal Local Català, format per les televisions de Tortosa, Esplugues, Banyoles, Girona, Mollet, Berga, Terrassa, Sabadell, Manresa, Rubí, Figueres, Eivissa i Mallorca, i amb la previsió d'incorporació de les cadenes d'Alacant i Castelló. Els objectius de Canal Local Català són la coproducció de programes, la compra centralitzada de material i la captació també comuna d'anunciants, i la programació conjunta en la franja horària de 21.30 a 22.30h. de dilluns a divendres. L'entitat intenta donar solució així a alguns dels principals problemes amb què es troben les televisions locals donada la seva dimensió empresarial i les limitacions de la seva cobertura, que els dificulta l'ampliació del seu mercat publicitari més enllà dels anunciants locals.

També en la línia d'intentar superar alguns d'aquest problemes, el director de Televisió de Catalunya ha proposat un acord a les televisions locals per tal de col·laborar en algunes qüestions com la formació de professionals, la

compra compartida de productes o l'impuls a la normalització lingüística en el camp audiovisual fent propostes conjuntes per al doblatge o subtitulació de pel·lícules.

En un altre àmbit, el de les televisions locals de les grans concentracions urbanes, BTV, conjuntament amb el Centre Internacional de Premsa, va organitzar al juny una trobada de televisions de grans ciutats europees, per analitzar els problemes i perspectives d'aquestes televisions que representen un cas particular dins el panorama de les televisions locals. A la trobada hi van assistir, a més de BTV, representants de les televisions Berlín, Brussel·les, Amsterdam, Londres, París, Lió, Tolosa i Milà. Cadascuna de les televisions va exposar el seu model de gestió i programació presentant en el seu conjunt un panorama molt divers pel que fa a les dues qüestions, així com en relació als sistemes de distribució utilitzats. Així, es va constatar la impossibilitat d'establir un model únic per a les televisions de les grans ciutats que combinen fórmules de gestió pública i privada, distribució per cable i terrestre i programacions generalistes i especialitzades. Es va constatar també la manca d'una política comunitària en relació a l'àmbit local de comunicació al mateix temps que es va considerar la necessitat d'establir una coordinació entre aquestes televisions locals. En aquest sentit, una de les conclusions de les jornades va ser la creació d'una associació de les televisions de les grans ciutats, el desenvolupament de la qual es va encarregar a BTV.

7.3.4.- La producció audiovisual

L'increment de l'activitat televisiva fruit de la divesificació de les possibilitats de difusió i de l'augment del consum i la despesa domèstica en productes audiovisuals està donant com a resultat l'ampliació del sector de la producció. La multiplicació de les hores de programació genera una demanda de continguts que en gran part es dirigeix al mercat internacional, però que també està estimulant la indústria pròpia. Es detecta, però, una certa especialització internacional en aquest camp, amb un predomini clar dels Estats Units centrat sobretot en la ficció cinematogràfica. Un altre país amb una activitat de producció per als mercats internacionals creixent és França, que en el darrer any ha augmentat les exportacions audiovisuals en un 18%. Del total d'exportacions franceses, un 33% ho han estat de productes d'animació i programes infantils, i un altre 32% de programes de ficció. En el cas espanyol, l'exportació de programes audiovisuals és encara limitada, amb poques empreses que operin per al mercat internacional. Amb tot, caldria destacar els intercanvis amb Amèrica Llatina que apareix com un mercat preferent per als productes espanyols, especialment per a sèries televisives i programes d'entreteniment. Pel que fa al sector a Catalunya s'aprecia una certa especialització en productes d'animació, amb algunes empreses potents que estan exportant programes a Amèrica Llatina i països europeus. S'ha incrementat també la producció de ficció televisiva, els serials, amb un paper destacat per a TVC, però es mantenen en aquest camp les limitacions a l'exportació.

Així doncs, es pot parlar d'una dinamització de la indústria de la producció, dirigida però a un mercat que continua sent fonamentalment l'espanyol i el català. Entre les empreses que estan ampliant el seu mercat destaquen les productores d'animació, amb una important activitat. Així per exemple, Cromosoma, amb *Les tres bessones* i *La Bruixa*, dos productes que han aconseguit un important èxit a Catalunya, al 1998 ha signat diversos contractes amb canals d'Europa de l'est i països de la CEI, així com amb algunes cadenes de Llatinoamèrica. Entre els seus clients hi figuren Cartoon Network, distribuïdora de cable a Amèrica llatina, la potent Televisa de Mèxic, o GloboSat, canal per satèl·lit del conglomerat brasiler O Globo. En el mercat català, Comosoma ha mantingut la seva col·laboració amb TVC, amb la creació d'una pàgina web infantil per al Club Supertres. Una altra de les empreses destacades en la producció d'animació, D'Ocon, exporta algunes de les seves sèries de dibuixos animats (com els *Frutis*) a diversos països d'Europa de l'est, Amèrica Llatina i Àfrica. La companyia ha optat també per la coproducció, especialment amb empreses franceses, molt importants dins el sector de l'animació europea (algunes de les sèries coproduïdes són *Enigma* i *Les aventures del Pare Noel*). La internacionalització de les activitats de les empreses d'animació passa també per la subcontractació de parts de la producció a països asiàtics com una mesura d'abaratiment dels costos, que està reduint la dimensió de les empreses catalanes. Així, mentre que les tasques de disseny i pre-producció es realitzen a Catalunya, on hi ha una bona cantera de creadors, empreses de països asiàtics s'encarreguen de la producció (dibuix, pintat) i tornen a Catalunya les cintes preparades per ser editades i emeses.

En el camp de la producció de ficció i entreteniment destaca l'activitat de l'empresa GestMusic, que es manté com una de les primeres del sector. Amb la seva associació el 1995 amb el grup holandès Endemol, que va adquirir un terç de les accions de la productora, GestMusic va reforçar la seva presència internacional, de manera que alguns dels programes de la productora catalana (*Lo que Necesitas es Amor, Moros y Cristianos, La Parodia Nacional*) es venen a diversos països europeus, i en aquest any 1998 s'ha ampliat el mercat amb televisions d'Argentina, Xile, Brasil i Uruguay. GestMusic Endemol s'ha associat aquest any amb la productora madrinenya Zeppelin, especialitzada amb la producció de sèries, per reforçar així la producció de ficció televisiva per al mercat espanyol i llatí. Altres productores destacades en el sector català són, entre altres, Backstage, El Terrat, Mercuri, Pirtel, Lavínia, Ovideo, etc.

En relació al mercat català i espanyol, el creixement de les hores de programació i el conseqüent increment de les necessitats de producció ha portat als distribuïdors de televisió i també a les grans productores a externalitzar les seves produccions. D'aquesta manera s'ha anat ampliat la xarxa de productores independents, que a nivell estatal se situa en unes 200 empreses, amb un volum de negoci per al 1998 de 40.000 milions de pessetes. En el conjunt de l'estat, es calcula que aproximadament el 15% dels ingressos de les televisions, incloent aquí els nous canals digitals, es destinen a la compra de continguts proporcionats per productores independents.

Aquesta tendència a l'externalització de les activitats de producció de les cadenes ha portat a la firma de diversos acords entre els distribuïdors i les diferents associacions d'empreses productores. Així Sogecable (Canal Satélite Digital, Canal +) va establir un acord amb la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales del Estado (FAPAE) pel qual comprometia 2.800 milions de pessetes en compres. La FAPAE va arribar també a un acord amb Vía Digital, pel qual la plataforma digital al llarg del 1998 ha invertit 2.263 milions de pessetes en la producció de 53 llargmetratges, dues sèries documentals de natura, una de ficció i una d'animació, realitzats per 33 productores diferents. L'acord entre Vía Digital i la FAPAE s'ha renovat amb un nou contracte per al trieni 1999-2001, pel qual la plataforma es compromet a una inversió de 6.825 milions de pessetes en producció espanyola.

Per la seva part la FORTA també va signar un conveni amb la FAPAE per a la inversió de 1.200 milions, al llarg del 1998, per a produccions espanyoles de cinema i televisió. A més a més, cada televisió autonòmica es reservava el dret a negociar altres acords amb les productores del seu àmbit. D'aquesta manera, Televisió de Catalunya va negociar un conveni amb les productores catalanes pel qual comprometia una despesa de 550 milions en producció independent, una quantitat equivalent al pressupost de producció de l'any anterior.

Des de l'administració s'ha intentat també impulsar la producció amb l'aprovació de dues resolucions de la Generalitat que afecten respectivament a les empreses de producció cinematogràfica i a les empreses de televisió en la seva activitat de producció. La primera resolució, de 23 de desembre de 1997, estableix les bases per a la concessió de crèdits garantits per la Generalitat i de subvencions de crèdit a què poden optar els productors cinematogràfics. Aquests crèdits, destinats a empreses domiciliades a Catalunya que iniciïn la producció d'algun llargmetratge durant el 1998, cobriran un màxim del 45% del pressupost de producció fins a un import de 60 milions de pessetes. La resolució inclou un sistema de puntuació per concedir els crèdits que prima, en diferents graus, el fet que l'equip de direcció, producció i tècnic, els actors, i les empreses subministradores de serveis siguin de Catalunya.

L'altra resolució aprovada per la Generalitat, de 25 de febrer de 1998, convoca un concurs públic per a la concessió d'ajuts a empreses de televisió per a la realització de llargmetratges televisius o sèries de ficció i animació, amb una dotació total de 450 milions de pessetes distribuïts en tres anys (el 25% el primer any i el segon i el 50% restant al tercer any). La convocatòria s'adreça a empreses explotadores de canals de televisió de Catalunya o que, emetent des d'Espanya, es rebin a Catalunya, que encarreguin els projectes a empreses de producció inscrites en el Registre d'empreses cinematogràfiques de Catalunya. Amb aquesta fórmula de subvenció indirecta a les productores s'intenta per tant estimular les empreses de producció independents però assegurant al mateix temps la distribució de les obres. Com a criteris preferents a l'hora d'atorgar les subvencions, que no podran superar el 40%

dels costos dels treballs encarregats a empreses domiciliades a Catalunya, s'estableixen els criteris següents: el nombre de passis en llengua catalana, el potencial d'espectadors i la promoció prevista; l'historial i plans de producció futurs de la productora encarregada del projecte; la intervenció en el prejecte d'empreses i persones domiciliades a Catalunya; i la filmació i post-producció també a Catalunya. A més a més la resolució fixa que les produccions subvencionades s'huran de difondre a Catalunya exclusivament en català des de la primera emissió fins a un mínim d'un any després de l'estrena.

Els acords de les televisions també han afectat als actors i creadors vinculats al món audiovisual. En aquest camp són les televisions autonòmiques les que han desenvolupat una major activitat per tal d'actualitzar els contractes que tenien amb les societats d'autors. La FORTA ha negociat amb les associacions Artistas Intérpretes Ejecutantes (AIE) i Actores Intérpretes Sociedad de Gestión España (AISGE) el pagament dels drets per a l'emissió pública de gravacions audiovisuals, amb una bonificació sobre les tarifes anteriorment vigents. El canvi suposarà un increment per a la recaptació de les dues entitats, que ingressaran en el període 1995-1999 (l'afectat pel conveni) 440 milions de pessetes. Pel que fa a la Societat General d'Autors (SGAE) manté una negociació amb les televisions autonòmiques per tal de modificar el càlcul del cànon que li paguen les televisions i fixar-lo en funció dels ingressos totals de les cadenes, incloent les subvencions, i no només sobre els ingressos publicitaris.

Els fabricants d'equipaments són uns altres dels beneficiats per l'increment de l'activitat televisiva i el desenvolupament de noves modalitats de distribució. En aquest sentit, un dels fets ressenyables de l'any 1998 és la inversió de 1.000 milions que l'empresa Sony ha fet en la seva fàbrica de Viladecans en una planta d'I+D que desenvoluparà sistemes de descodificació del senyal digital, tant per abastir el mercat espanyol com per a l'exportació.

Media Park

Amb els seus dos anys de vida, Media Park s'ha constiuït com una infraestructura al servei dels productors, amb l'especificitat de trencar la centralització que ha caracteritzat el desenvolupament de les ofertes estatals de televisió. D'aquesta manera, Media Park ha contribuït a augmentar la participació de la indústria de producció catalana en el mercat audiovisual espanyol, tant gràcies a la seva activitat de producció pròpia com a través de l'activitat indirecta que ha generat. Tal i com han fet els canals de televisió, en augmentar les demandes de producció, Media Park ha optat per utilitzar els serveis d'altres empreses que assumeixen algunes produccions. Així, ha arribat a un acord amb l'Associació Catalana de Productors Cinematogràfics per externalitzar part de la seva producció per als canals temàtics, amb una inversió que arriba als 500 milions de pessetes. També, en el camp de la formació i promoció de la indústria, se situen els acords de Media Park amb la Universitat Ramon Llull per a la realització d'un màster de gestió d'empreses de comunicació, i amb l'Escola Superior de Cinema i

Audiovisuals de Catalunya per a l'emissió dels treballs pràctics dels seus alumnes a través dels canals que Media Park proporciona a la plataforma Vía Digital. L'empresa, però, fins al moment no ha arribat a cap col·laboració amb les dues universitats públiques que ofereixen estudis audiovisuals (Universitat Pompeu Fabra i Universitat Autònoma de Barcelona). Un altre dels convenis de Media Park en el camp de la formació i promoció de professionals és el que ha signat amb l'Associació Catalana de Realitzadors de Televisió, pel qual es comprometen a l'organització d'una mostra anual de televisió, l'edició d'una revista sobre el món de la realització televisiva i l'organització de seminaris i cursos de formació continuada.

Les activitats principals de Media Park, però, són la gestió de continguts per proporcionar als operadors de televisió, amb l'elaboració de 10 canals per a Vía Digital i Canal Satélite Digital, i la prestació de serveis a empreses de cinema, productores televisives, institucions, empreses de publicitat, informatives i altres. Pel que fa a la gestió de continguts l'activitat de Media Park se centra en l'adquisició de materials, la documentació, els doblatges i subtitulacions, i l'administració de drets. Entre els seus proveïdors, la major part són distribuïdors independents (Manga Films, Motion Pictures, Fundació Cousteau, etc.) i grans grups estrangers (BBC, Carlton, Kirch, Primetime), mentre que la presència de proveïdors espanyols i catalans es limita a la dels grups associats (TV3, Vía Digital, TVE i Canal Sur).

L'activitat de prestació de serveis proporciona instal·lacions, estudis, serveis creatius, serveis de post-producció o de telecomunicacions a empreses de

l'àmbit audiovisual, com productores cinematogràfiques i televisives, i també a empreses i institucions d'altres camps interessades especialment en la producció publicitària. Entre els clients de Media Park per a aquests serveis hi figuren Antena 3, que disposa d'un edifici per a la producció que fa des de Catalunya, i l'Agència Atlas Catalunya, vinculada a Telecinco. També algunes productores catalanes com OVídeo o DTV Produccions utilitzen els serveis de Media Park. Finalment, Media Park realitza activitats també en el sector d'Internet, amb el desenvolupament d'aplicacions per a canals digitals, serveis de banda ampla, creació de pàgines web, etc.

Media Park, que compta amb 200 treballadors, ha fet algunes inversions importants al llarg del 1998, finançades per un crèdit sindicat de 10.000 milions de pessetes aportat per l'Instituto de Crédito Oficial (4.900 milions) i diverses entitats bancàries²¹. El crèdit, amortitzable a dos anys, ha estat destinat a inversions en instal·lacions tècniques, equipaments, terrenys i construccions. Pel que fa a la propietat, l'accionariat de Media Park es reparteix entre el Grup Equip, amb la participació majoritària (42,2%), Iberdrola (30%), la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (17,6%), Philips (5,2%) i Antena 3 Televisión (5%).

7.3.5.- La ràdio a Catalunya

7.3.5.1.- Les concessions d'emissores comercials en freqüència modulada

²¹ La Caixa, Caixa de Catalunya, Banco Atlántico, Dresdner Bank, Banc de Sabadell, Banc Monte del Paschi di Siena, Caja de Madrid, Sindibank i Banc de Comerç.

Al 1998 s'ha obert a Catalunya un nou període concessional, precedit per l'aprovació l'any anterior (Reial decret 1388/1997, de 5 de setembre) de les noves freqüències del Pla tècnic nacional per a l'emissió comercial en freqüència modulada. L'apertura d'aquest nou procés ha estat aprofitada per la Generalitat per revisar i actualitzar la normativa de concessió de les emissores, incorporant les disposicions de la Llei de normalització lingüística en matèria radiofònica, ja comentades.

Però la repercussió principal del nou decret, un cop negociades les obligacions lingüístiques de les emissores, ha estat la redefinició del panorama radiofònic català, amb la concessió de vint-i-dues noves freqüències i la negociació per a la renovació de les llicències existents. Els principals operadors radiofònics del mercat català i espanyol han trobat en el nou període d'adjudicació una oportunitat d'ampliar la seva presència en el dial i reforçar així les seves posicions. Al mateix temps, també s'ha obert una possibilitat per alguns nous projectes radiofònics d'abast català que s'han anat desenvolupant al llarg de l'any.

Les noves freqüències que han sortit a concurs públic per la seva distribució territorial intenten completar la cobertura de la radiodifusió a Catalunya, cobrint algunes de les capitals de comarca i altres poblacions amb una certa importància pel que fa al nombre d'habitants. Igualment, es reforça la presència d'emissores a les quatre capitals de província. Així la distribució territorial de les noves concessions és la següent:

Distribució de les noves freqüències radiofòniques

	Província	Capital
Barcelona	11	3
Girona	12	4
Lleida	6	2
Tarragona	10	3

Les freqüències assignades a les capitals de província permeten una àmplia cobertura, amb una potència de 20.000 vats per a dues de les de Barcelona i 8.000 per l'altra, i de 4.000 vats per a les de Girona, Lleida i Tarragona (tret d'una de 100 vats a Girona), així com per a la de Manresa. La resta d'emissores es mouran entre els 500 i els 2.000 vats de potència en funció del tamany de la població, amb l'excepció dels 250 per a El Pont de Suert.

Els criteris d'adjudicació de les freqüències, que figuren a l'anunci de licitació fet públic al DOGC de 9 de novembre de 1998, fan referència al compromís d'ús de la llengua catalana (i aranesa per a les emissores de la zona de la Vall d'Aran) i de programació de música en català amb percentatges superiors als fixats per la llei. També s'incentiva la formació de cadenes d'abast català, i es valoren els objectius generals de la programació, en concret el percentatge de programació pròpia, i la vocació històrica radiofònica del licitador. Juntament amb aquest últim criteri, dirigit especialment a les empreses que ja gaudeixen d'emissores, en aquests casos

es valorarà també la trajectòria del licitador pel que fa a l'ús del català i al percentatge de programació pròpia en desconnexió en les emissores que formen part de cadenes. Altres criteris que es valoren, amb una menor puntuació, són un temps d'emissió superior a les 12 hores diàries amb una producció pròpia de més del 25%; la incorporació de treballadors discapacitats; l'ús d'infraestructures existents; la innovació tecnològica, especialment pel que fa a les tecnologies digitals; el compromís de no transmetre la concessió almenys en dos anys i la diversificació dels agents informatius. En certa contradicció amb aquest últim criteri, també puntuarà la vinculació del sol·licitant amb altres mitjans de comunicació de Catalunya i la seva presència en l'entorn comunicatiu de l'àmbit per al qual sol·licita la freqüència. Aquests dos criteris apunten al foment de grups comunicatius d'abast català, i podrien afavorir algunes iniciatives en aquest sentit, com les d'Ona Catalana o el Grup Godó.

La situació actual pel que fa a la concentració de freqüències marca el predomini dels tres grans grups estatals, liderats per les emissores del grup Unión Radio. La COPE i Onda Cero-Onda Rambla estan en segon lloc i per darrera queden els grups d'abast català Ona Catalana i RKOR.

Nombre d'emissores de les cadenes de ràdio

Cadena	Emissores
Unión Radio	17
Ser	6

40 Principales	5
Cadena Dial	4
M-80	1
Sinfo Radio	1
COPE	9
COPE	5
Cadena 100	4
Onda Cero-Onda Rambla	8
Onda Rambla	5
Onda Cero	3
Ona Catalana	5
RKOR	4

7.3.5.2.- La iniciativa privada aposta per l'àmbit nacional

En relació a la formació de cadenes d'emissores, un dels fets destacables de l'evolució del sector de la radiodifusió a Catalunya ha estat el desenvolupament de l'interès de la iniciativa privada per tirar endavant projectes de ràdio en català d'abast nacional, abandonats després de la fallida de Cadena 13. En concret, a Flash FM i Flash Back, que van iniciar el camí en aquesta línia en el camp de la ràdio-fórmula, se li han sumat dos projectes de ràdio convencional que responen a dos models diferenciats. Per una banda, l'abril de 1998 naixia Ona Catalana, l'embrió d'una cadena que es preten d'abast català i que parteix de la unió d'emissores privades locals.

L'altre projecte neix en canvi des de l'experiència d'una emissora històrica com RAC105 amb la col·laboració d'un dels grups de comunicació catalans, el grup Godó.

Ona Catalana, impulsada pel periodista Josep Puigbó, està formada actualment per cinc emissores de l'àmbit gironí: Ràdio Olot, R. Costa Brava, R. Pirineus, R. Ripoll i Onagirona. Amb una programació convencional de vint-i-quatre hores, els seus elements distintius són l'ús del català i la informació local, amb un model descentralitzat entre les emissores que conformen la cadena. Les previsions d'expansió d'Ona Catalana passen per arribar a acords d'associació amb altres emissores locals en funcionament, així com per la sol·licitud de noves llicències en el procés concessional obert. L'àmbit d'actuació que s'ha fixat com a objectiu la cadena inclou tot el territori de parla catalana i de fet ja ha arribat a acords per aconseguir dues noves freqüències, una a Andorra i una altra a Palma de Mallorca.

L'altre projecte de ràdio convencional privada en català és el de RAC105-Godó. El grup propietari de La Vanguardia ha iniciat en els últims temps un procés d'expansió multimèdia centrat a l'àmbit comunicatiu català la participació en l'Agència Atlas Catalunya i la perspectiva de desenvolupar algun projecte de televisió privada autonòmica i, fins i tot, d'introduir-se en el camp de la premsa en català. Aquest conjunt d'operacions es completa en el camp de la ràdio amb l'associació amb RAC105. La històrica emissora catalana, que havia cedit la gestió a la Generalitat al 1983, es trobava en un moment d'indefinició davant l'anunci de la Generalitat de no renovar automàticament les concessions que finalitzessin. En el cas de RAC 105, el

termini de la llicència d'emissió acabava a l'octubre, de manera que per renovar-la havia d'acudir al concurs públic convocat per a l'adjudicació d'emissores comercials. En aquest context, el Grup Godó i RAC 105 van signar un acord pel qual es crea l'empresa Radiocat 21 S.L. per a l'explotació de l'emissora mantenint el seu model de ràdiofórmula i amb la previsió de tirar endavant també una emissora convencional, en català.

Es posaven en marxa, doncs, dues iniciatives de ràdio convencional en català, a les quals s'ha sumat també en els últims mesos Flash FM en unió amb RKOR. Les dues empreses han arribat a un acord per unir les seves emissores en la nova societat Sistema Català de Radiodifusió. El projecte d'aquest nou grup és el d'afegir noves freqüències a la seva explotació per tal de completar la cobertura de la programació de fórmula musical i bastir una nova cadena convencional d'àmbit català. Els tres nous grups privats de radiodifusió però, coincideixen alhora d'assenyalar les dificultats que es plantejen al desenvolupament d'una ràdio d'aquestes característiques, enfront la competència de les emissores públiques i de les grans cadenes estatals. Així, i en la línia de les reclamacions habituals dels agents privats, es demana una reducció de la participació pública en el mercat publicitari, al mateix temps que s'assenyalen les dificultats per competir amb les cadenes privades que emeten en castellà ja que això els permet arribar a un mercat publicitari més ampli.

Finalment, pel que fa a la distribució de les emissores de radiodifusió privada, a l'espera que s'aprovin les noves concessions, cal assenyalar que les

69 emissores existents donen cobertura a 41 poblacions, amb una destacada concentració a les capitals de província (12 emissores a Barcelona, 4 a Girona, 4 a Lleida i 3 a Tarragona) i altres nuclis de població importants o capitals de comarca.

Distribució de la ràdio privada
segons nombre d'habitants

Nombre d'habitants	Emissores
Més de 100.000	27
50.001-100.000	9
20.001-50.000	12
10.001-20.000	13
5.001-10.000	5
Fins a 5.000	3

7.3.5.3.- *La radiodifusió pública*

La principal novetat en el camp de la radiodifusió pública ha estat el canvi en les emissores de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió. La fi de la gestió de RAC105 per part de la Generalitat ha alliberat una freqüència de ràdio pública que a partir de 1999 ocupa una nova emissora amb una programació de caire cultural, Catalunya Cultura. D'aquesta manera, el grup d'emissores públiques autonòmiques queda format per Catalunya Ràdio, que manté el lideratge de l'audiència a Catalunya, Catalunya Música (música clàssica), Catalunya Informació (radiofórmula informativa) i la nova

Catalunya Cultura, que emet des del 92.5 de l'FM²². A més a més, a mitjan d'any es van posar en funcionament quatre nous centres emissors que han permès millorar la cobertura de Catalunya Ràdio.

El projecte de COM Ràdio, que compta ja amb unes 90 emissores associades, ha continuat el seu creixement, amb un important èxit d'audiència. Si a començament de 1997 tenia una 90.000 oients, aquesta xifra va passar a més de 120.000 a final d'any, i s'ha duplicat al llarg de 1998. COM Ràdio es pot escoltar a través de les emissores municipals que hi connecten, entre les quals hi figuren les de Barcelona, Girona i Lleida.

Pel que a l'espai de la radiodifusió municipal pública compta actualment amb 186 emissores, més de la meitat de les quals (102) se situen en poblacions de la província de Barcelona. A Girona hi ha 35 ràdios municipals, mentre que a Tarragona n'hi ha 29 i 20 a Lleida.

Emissores d'FM Municipals

Emissores d'FM municipals que hi ha sol·licitades actualment (febrer 1999)	228
Emissores municipals amb concessió definitiva	0
Emissores municipals amb adjudicació provisional	198
Municipis en tràmits inicials de concessió	30
Emissores municipals d'FM que emeten (febrer 1999)	184

²² L'assignació d'aquesta freqüència per a l'emissor de la Generalitat ha obligat a canviar el punt del dial d'algunes emissores locals. La Generalitat assumirà els costos incurrits per aquestes emissores tant pels canvis tècnics com per la difusió i promoció de la nova freqüència que ocupen.

Font: Direcció General de Radiodifusió i Televisió

En relació al nombre d'habitants, tal i com es pot veure a la taula, les emissores municipals donen una important cobertura als municipis més petits, i en aquest sentit representen una oferta complementària a les cadenes comercials que com hem vist es concentren en les poblacions de més habitants. De tota manera, la radiodifusió municipal també es present en les localitats de més habitants i de fet la tendència que s'ha anat desenvolupant en els darrers anys és a una augment de la presència relativa d'estacions locals públiques en les poblacions més grans (el nombre de municipis amb ràdio sobre el total de municipis és més elevat com més gran és la població).

Distribució de les emissores municipals
segons nombre d'habitants

Nombre d'habitants	Emissores
Més de 100.000	7
50.001-100.000	7
20.001-50.000	19
10.001-20.000	30
5.001-10.000	36
Fins a 5.000	88
TOTAL	186

Les dificultats per crear i mantenir emissores en les zones amb menys població ha portat les estacions municipals a demanar que es reconegui la possibilitat que els Consells Comarcals puguin gestionar freqüències de ràdio pública, agrupant així la cobertura de més d'un municipi. Aquesta va ser una de les conclusions de les jornades de treball de la Federació d'Entitats de Ràdio Local de Catalunya, que agrupa unes 70 emissores municipals. Les emissores també van demanar que es pugui ampliar la seva cobertura a tot el terme municipal, i no només al nucli, per tal d'evitar alguns dels problemes de recepció que les afecten. A les jornades de treball, celebrades l'abril del 1998, també es va manifestar la conveniència d'una major coordinació entre aquestes emissores tant per negociar la publicitat, com per a la incorporació de la tecnologia digital i la gestió d'un servidor d'Internet. Les emissores van anunciar negociacions amb les Universitats per tal d'incorporar estudiants de periodisme en pràctiques i van reclamar l'apertura de noves vies de subvenció institucional complementària a la dels consistoris.

Precisament, certes anomalies comptables relacionades amb les subvencions de la Generalitat i les Diputacions han provocat la crisi de la Fundació de Ràdio i Televisió Locals de Catalunya i la dimissió del seu president, el senyor Enric Granados. Entre 1997 i 1998 la Fundació va rebre 40 milions de pessetes de la Generalitat en funció d'un conveni amb el departament de Presidència, que atorgava 30 milions a la Fundació i 100.000 pessetes de subvenció directa a les aproximadament 70 emissores que en formes part. A més a més, la Fundació rebia també subvencions de les diputacions de

Lleida, Tarragona i Girona. Les denúncies a la Fundació van ser provocades pel fet que es va enviar còpia de les mateixes factures a les tres diputacions per tal de justificar les subvencions al mateix temps que no quedava clar l'origen i aplicació d'alguna altra partida.

Unes mesos més tard, a començament de novembre, les Diputacions de Lleida, Girona i Tarragona conjuntament amb diversos ajuntaments i consells comarcals, creaven el Consorci Local i Comarcal de Comunicació, per donar serveis, informació i suport tècnic als mitjans locals. L'activitat del Consorci no es limita doncs a la radiodifusió municipal sinó que pretèn abastar tots els mitjans locals. Els serveis del Consorci es dirigeixen a alguns d'aquells àmbits on tradicionalment els mitjans locals han buscat la cooperació: la captació d'anunciants i la cobertura informativa supramunicipal. Per tal d'oferir servei en aquests àmbits, el Consorci crearà una agència de notícies per Internet, situada a Girona, i una central de compres i publicitat amb seu a Barcelona. A més a més es constituirà un centre d'estudis i anàlisi a Tarragona, mentre que Lleida acullirà la seu de l'entitat. El Consorci Local i Comarcal de Comunicació neix amb una inversió inicial de 100 milions, aportats per les diputacions (30 milions cadascuna) i els ajuntaments i consells comarcals (els 10 milions restants), mentre que el pressupost previst per l'any 1999 és de 120 milions de pessetes.

Finalment, el mapa de la radiodifusió catalana es completa amb dotze *ràdios lliures*, que continuen a l'espera de la regulació d'aquesta modalitat radiofònica. Aquestes emissores, que es concentren clarament en zones

urbanes (sis a Barcelona, dues a Terrassa i una a Santa Coloma de Gramanet, l'Hospitalet del Llobregat, Castelldefels i Tarragona), mantenen doncs les seves programacions en una situació d'al·legalitat. Una de les propostes que s'han apuntat regularitzar les *ràdios lliures* és la d'incloure-les com a emissores culturals i educatives, amb una potència d'emissió de 15 vats. Les emissores, però, s'han mostrat contràries a aquesta solució ja que consideren que aquesta reducció de potència les col·locaria en una situació de pràctica desaparició dels dials urbans.

Distribució territorial de les emissores

Comarca	Municipals	Comercials
Alt Camp	2	1
Alt Empordà	4	3
Alt Penedès	6	1
Alt Urgell	1	2
Alta Ribagorça	1	-
Anoia	7	2
Bages	17	3
Baix Camp	5	3
Baix Ebre	5	2
Baix Empordà	8	2
Baix Llobregat	16	1
Baix Penedès	1	-
Barcelonès	6	12
Berguedà	1	1
Cerdanya	1	2
Conca de Barberà	3	1
Garraf	4	1
Garrigues	3	-
Garrotxa	5	1
Gironès	6	4

Maresme	16	2
Montsià	5	2
Noguera	5	1
Osona	6	1
Pla de l'Estany	1	-
Priorat	1	-
Ribera d'Ebre	2	1
Ripollès	4	1
Segarra	1	1
Segrià	4	4
La Selva	7	1
Tarragonès	3	5
Terra Alta	2	-
L'Urgell	3	1
Vall d'Aran	1	1
Vallès Occidental	14	4
Vallès Oriental	9	2
Total	187	69

7.3.6. El desenvolupament del cable

L'any 1998 és el de la posada en marxa del cable a Catalunya, que presenta algunes particularitats importants en relació a la resta de l'estat. D'una banda, el paper desenvolupat per Localret, un organisme municipal que s'ha convertit en un actor clau de l'escenari del cable; i per altra part, l'excepcionalitat en la composició de capital de Cable i Televisió de Catalunya, la companyia explotadora de les concessions de cable a les tres demarcacions catalanes, i els moviments que s'han produït en el sí de la companyia que han provocat un endarreriment en la instal·lació de les xarxes.

A les diferents demarcacions de l'estat espanyol els concursos per a la concessió del segon operador de cable s'han resolt a favor de dos grans grups: el liderat pels socis de Retevisión, amb la participació d'Unión Fenosa, Endesa i Telecom Itàlia; i Cableuropa, que compta amb la participació del Banc de Santander i SpainCom com a accionistes majoritaris. A Catalunya en canvi, els dos competidors en els concursos de la resta d'Espanya convergeixen en l'accionariat de CTC. Aquesta situació ha provocat algunes tensions dins de la companyia, que han frenat l'actuació de l'operador. El capital de CTC estava repartit en un inici entre els següents accionistes:

SpainCom	12,5%
Cableuropa	20%
Endesa-Redesa	20%
Stet (Telecom Itàlia)	12,5%
La Caixa	10%
Gas Natural	10%
Tisa (Godó)	7,5%
Multimedia Cable	7,5%
(Ajuntament de Barcelona i Generalitat)	

Així, l'accionariat es repartia entre els dos grups (SpainCom-Cableuropa, Endesa-TelecomItàlia), associats, com en la majoria dels concursos de les altres demarcacions, amb empreses de comunicació i serveis de la regió. En el cas de Catalunya, La Caixa, Gas Natural i Godó. La participació pública a

través de Multimedia Cable apareixia també com un dels trets característics del cas català.

L'adjudicació al març del concurs del cable a Madrid al consorci CYC, format per Unión Fenosa, Endesa i Stet, rebaixava les expectatives de Cableuropa, que perdia un mercat de 4,9 milions d'habitants que representa una quarta part del negoci del cable a Espanya. Per compensar la pèrdua del concurs de Madrid Cableuropa va anunciar una proposta de compra a la resta d'accionistes de Cable i Televisió de Catalunya per valor de 33.000 milions de pessetes (el valor estimat de CTC se situa al voltant dels 50.000 milions). S'iniciava així una disputa entre els accionistes majoritaris de CTC que ha endarrerit les inversions de la companyia, fins que s'han resolt els canvis d'accionariat. La pròpia Generalitat va mostrar el seu interès pressionant perquè s'arribés a un acord en els traspàs d'accions que desbloquejés les inversions, amb una certa preferència per augmentar la participació de les companyies elèctriques. Finalment, La Caixa, Gas Natural i Multimedia Cable es desfeien de les seves participacions en favor d'Endesa i Stet, en una operació valorada en 13.700 milions, mentre que uns mesos més tard Tisa anunciava la venda de les seves accions a Cableuropa. D'aquesta manera, els socis de Retevisión aconseguien una posició majoritària dins de CTC, que ha quedat amb el següent repartiment de la propietat:

SpainCom	12,5%
Cableuropa	27,5%

Endesa-Redesa 33,7%

Stet 26,3%

Desapareixen així de l'accionariat els grups financers i de comunicació locals, fet que representa també una particularitat respecte del panorama estatal, on els bancs i caixes i les empreses de comunicació de cada demarcació han arribat a aliances amb els dos grans grups que es reparteixen les concessions (veure quadre adjudicacions de cable a l'estat).

Sí que es manté en canvi aquesta característica en la societat formada a l'entorn de Telefónica, l'altre operador de cable per a totes les demarcacions. Així Telefónica Cable a Catalunya està formada per Iberdrola, La Caixa, La Vanguardia i TVC amb un 10% cadascuna, i Telefónica amb un 60%. Respecte de les activitats de Telefónica en l'àmbit del cable, estaven subjectes a una moratòria de 18 mesos que havia de permetre que les noves operadors guanyessin posicions i assegurar així una millor competència. Al juliol del 1998 però, el Ministeri de Foment anunciava una ampliació de la moratòria fins a vint-i-quatre mesos, amb la qual cosa Telefónica no podrà començar la seva activitat fins al juliol de 1999.

7.3.6.1.- L'extensió de CTC

El pla de desenvolupament del cable elaborat per la companyia CTC preveu una inversió de 150.000 milions de pessetes en cinc anys per arribar a donar cobertura al 80% de la població. La primera etapa de l'extensió de la xarxa s'havia d'acabar a final de 1998, amb una cobertura de 100.000 llars i una

inversió de 13.700 milions de pessetes, per al cablejat de les quatre capitals de província, Sabadell, Terrassa, l'Hospitalet de Llobregat, Santa Coloma i Mataró (per aquest mateix any la cobertura de la xarxa de Telefónica és de 150.000 llars). Al 1999 el cablejat de CTC ha d'arribar a 300.000 llars, amb una previsió d'abonats entre 30.000 i 60.000, comptant amb una oferta de telefonia fixa des de començament d'any i de transmissió de dades per a petites i mitjanes empreses a partir del primer trimestre de l'any. La instal·lació s'extindrà primer cap als municipis de més de 50.000 habitants que hauran d'estar coberts en un període màxim de cinc anys, i en algunes demarcacions dins d'aquest període es farà també el cablejat dels municipis de més de 10.000 habitants. En aquesta fase, la inversió de CTC arribarà als 150.000 milions, amb una cobertura del 80% de la població, que s'anirà extenent al llarg dels cinc anys següents fins arribar a cobrir tot el territori.

Pel que fa als índex d'acceptació del cable es calcula que al 2002, la taxa de penetració del cable (nombre d'abonats), amb les dues ofertes de CTC i Telefónica, arribarà al 28% de la població, encara que caldrà esperar a veure l'evolució de la televisió digital per satèl·lit i de l'oferta digital terrestre. De fet, la televisió ha deixat de ser un atractiu per a la connexió al cable davant la multiplicació de l'oferta amb altres sistemes de distribució que s'han avançat en el temps. És per això que els operadors de cable s'han fixat en Internet i la transmissió de dades com a elements que poden arrossegar la demanda de cable. CTC ofereix ja la possibilitat de connexió a Internet amb importants avantatges pel que fa a la velocitat de connexió i incorporant la tarifa plana reclamada pels internautes. Així, l'oferta de CTC

inclou dues possibilitats: una a 4.750 PTA al mes (125Kbps de velocitat, 2 comptes de correu electrònic i un hosting de 6Mb) i una altra de 7.950 PTA (250kbps de velocitat, 3 comptes de correu i un hosting de 10Mb). A la tarifa cal afegir-hi el cost d'instal·lació de 17.000 PTA i 1.500 PTA més de manteniment. L'oferta televisiva és de 40 canals per 1.950 PTA al mes, amb una quota de connexió de 5.000 PTA

7.3.6.2.- La tasca de supervisió de Localret

Des de la seva constitució, Localret representa un intent singular dels ajuntaments de fer valer els seus interessos en el procés de desenvolupament del cable. Localret té el seu origen en les negociacions per a definir les demarcacions del cable a Catalunya entre la Generalitat, l'Associació Catalana de Municipis i la Federació Catalana de Municipis, on van participar més de 800 municipis sobre un total de 945. Des d'aleshores els municipis, a qui correspon la gestió del domini públic per on passen les xarxes de cable, es van agrupar en el consorci Localret per tal de vetllar pel desenvolupament de les xarxes i dels serveis que vehiculen i per impulsar la introducció de les noves tecnologies de comunicacions. Els àmbits d'actuació de l'organisme municipal, format per 600 poblacions, són per tant tres: la negociació amb les instiucions, especialment amb la Generalitat, per tot allò referit a les xarxes; la relació amb els operadors de cable, tant en el sentit d'entendre les seves necessitats com sobretot de vetllar pel compliment de les previsions; i finalment, una acció dirigida als municipis per impulsar l'introducció i utilització de les tecnologies.

Dins d'aquestes línies d'actuació, al llarg de 1998 Localret ha presentat diverses queixes per l'endarreriment de les inversions de CTC i fins i tot va demanar que s'escurés la moratòria de Telefónica per tal d'afavorir l'accés dels usuaris al cable. Les pressions de Localret en aquest sentit no van tenir èxit (el ministeri finalment va ampliar la moratòria imposada a Telefónica) però sí que es va aconseguir un compromís de CTC per mantenir les seves previsions d'extensió de la xarxa.

Entre les propostes més interessants de Localret hi figuren algunes demandes relatives als serveis que podria oferir del cable. El consorci municipal ha proposat que el servei d'adreces electròniques rebi un tractament de servei universal gratuït, similar al correu convencional, de manera que a cada persona se li doni una adreça, demanda en la qual compta amb el suport de la Generalitat. A més a més, s'hauria d'establir un servei de guia d'adreces que podrien gestionar els propis ajuntaments. Una altra de les demandes de Localret és la difusió de les televisions municipals a través del cable, així com la d'altres serveis municipals, amb una base de dades en xarxa amb tota la informació del municipi que no tingui caràcter confidencial.

En les relacions amb CTC, Localret ha denunciat el tracte desfavorable que reben els ajuntaments catalans respecte dels de les demarcacions de Madrid on l'operador CYC (amb socis que també participen a CTC) ofereix als ajuntaments un 3,5% de la facturació bruta com a compensació per l'ús del domini públic. En canvi, l'acord a què van arribar amb Cable i Televisió de

Catalunya només fixa una compensació de l'1,5%. Davant aquesta situació, denunciada per Localret, la proposta que es fa des dels municipis és d'augmentar la quota o bé d'oferir altres contraprestacions, com podria ser l'accès gratuït a Internet per a tots els municipis.

En el camp de foment de l'ús de les noves tecnologies, Localret va signar al juliol un conveni amb la Diputació de Barcelona per a la promoció i supervisió de les xarxes i per a l'adaptació dels sistemes de gestió telemàtica i altres aplicacions. El conveni estableix una aportació de la Diputació de 15 milions al 1998 mentre que Localret posa la col·laboració amb els ajuntaments per a tots els temes relacionats amb les xarxes.

7.3.7.- L'expansió d'Internet

Internet es va configurant poc a poc com un espai fonamental en el futur de la comunicació. Com ja s'ha comentat, els operadors del cable confien en Internet, i en la velocitat i interactivitat del cable, com l'oferta que pot fer arrencar la demanda de cable; al seu torn, tots els mitjans de comunicació s'estan introduint a la xarxa de xarxes. Si en un inici només els grans mitjans amb més recursos van obrir el seu espai a Internet, en els darrers anys, també els mitjans més petits s'estan ubicant a la xarxa, al mateix temps que comencen a sorgir iniciatives audiovisuals limitades exclusivament a Internet. Pel costat de l'ús de la xarxa, Catalunya se situa com la Comunitat Autònoma amb un major nombre d'usuaris en termes absoluts i també amb el major índex de penetració, amb diferències considerables respecte de la resta de l'estat.

7.3.7.1.- Augmenta l'ús d'Internet

Així, mentre que a Catalunya un 10,8% de la població major de 14 anys té accés a Internet, aquest percentatge baixa fins al 6,6% per al conjunt de l'estat. Igualment, el percentatge d'usuaris que han accedit a Internet en el darrer mes era a Catalunya del 7,5% enfront un 4,08 al conjunt de l'estat (dades d'abril/maig de 1998. EGM). Catalunya és també capdavantera en l'ús d'Internet pel que fa al nombre d'usuaris en termes absoluts, amb 582.000 persones amb accés i 403.000 que s'han connectat el darrer mes. Per darrera de Catalunya, Madrid se situa com la segona comunitat en termes absoluts, mentre que l'índex de penetració més elevat, després de Catalunya, correspon a Múrcia.

Dintre de Catalunya, hi ha diferències importants en l'ús de la xarxa. Així, és Barcelona la província amb un major consum d'Internet, seguida per Girona, Tarragona i Lleida. Les dades que proporciona EGM en els seus controls d'audiència no incorporen la informació desagregada per províncies, però atenent als minuts de connexió a Infovía es pot apreciar aquesta concentració a Barcelona, en correspondència a la seva població.

Minuts de connexió a Infovía per províncies

(Maig de 1997)	Minuts de connexió
Barcelona	51.584
Girona	4.886
Tarragona	4.218
Lleida	2.484

Font: [<http://www.aui.es/estadi/infovi>]. Consulta gener de 1999.

Pel que fa a les característiques dels usuaris d'Internet i els serveis més utilitzats, les dades disponibles fan referència a tot l'estat, però poden resultar indicatives sobre la situació a Catalunya. Així, s'observa un increment de l'ús d'Internet des de la pròpia casa i a càrrec de l'usuari, enfront la tendència inicial de connectar-se a Internet en el lloc de treball o d'estudis. També es pot apreciar en el quadre següent el predomini del WWW i el correu electrònic com a serveis més utilitzats pels usuaris (Quadre).

L'ús d'Internet a Espanya (febrer/març de 1998).

Lloc d'accès	%	Pagament	%	Serveis	%
Casa	46	Entevistat	46.2	WWW	80.9
Treball	35.5	Empresa	32.4	Correu	74.7
Univ./ cente d'estudis	21.8	Univ./ cente d'estudi	22.3	Tranferències de fitxers	33.7
Altres	10.8	Altres	10.2	Altres	27.6

Font: [<http://www/au/es/estadi/egm>]. Consulta gener de 1998

Pel que fa a les pàgines web més visitades, és difícil de trobar dades que ofereixin una visió global del consum del WWW. Amb tot, segons els controls de l'OJD, el rànquing de pàgines més visitades l'encapçala el buscador Olé, seguit de les publicacions electròniques de El País, El Mundo, Marca, El Periódico, Segunda Mano, Expansió, ABC i La Vanguardia. OJD no contempla, però, altres pàgines web com poden ser els buscadors internacionals (amb Yahoo i Altavista en posicions destacades), o altres pàgines de mitjans de comunicació audiovisuals o d'altres institucions.

7.3.7.2.- Els mitjans audiovisuals a Internet

La major part del mitjans de comunicació audiovisuals tenen el seu espai a Internet. En el camp de la ràdio les grans cadenes estatals (Ser, 40 Principales, Cadena 100, la COPE i Onda Cero) tenen la seva pàgina wweb, igual que les cadenes d'àmbit català Catalunya Ràdio i COM Ràdio. L'emissora de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió ofereix ràdio en directe, amb una selecció d'alguns dels programes destacats de l'emissora (les retransmissions de futbol, El matí de Catalunya Ràdio, informatius, etc.). per la seva part, la pàgina web de COM Ràdio ofereix informació sobre la cadena i les emissores municipals que hi connecten, i inclou també ràdio en directe. Es pot trobar també alguna pàgina de ràdio exclusivament per Internet, com és el cas de Radio Cable, tot i que aquesta oferta és encara limitada. Pel que fa a la ràdio local, també es va incorporant a la xarxa, bé sigui de manera individual o en col·laboració amb altres emissores. En aquest darrer cas trobem la pàgina de l'EMUTE, que agrupa les emissores municipals de les Terres de l'Ebre. En general però, la presència de les

ràdios locals es limita a donar informació sobre l'emissora i possibilitar la comunicació, però no inclou emissions a través de la xarxa.

En el camp de la televisió, el primer que cal assenyalar és que les emissions televisives a través d'Internet es troben encara en una fase incipient, sobretot tenint en compte la necessitat d'adaptació dels equipaments domèstics per suportar els programes que permeten veure televisió en bones condicions de qualitat i rapidesa del senyal. Així doncs, fins al moment, la presència de la televisió a Internet se centra en oferir informació sobre les cadenes i els seus diferents programes i continguts, especialment informatius, adaptats als programes de navegació més comuns entre els usuaris (informació textual i amb imatges fixes).

Totes les televisions estatals compten amb la seva pàgina web a Internet, així com les dues plataformes digitals. En l'àmbit català, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió manté la pàgina de TVC, una de les més visitades a Catalunya. La pàgina de TVC inclou informació sobre la cadena, sobre la programació, fòrums de debat sobre els programes que s'emeten, informació d'actualitat, pàgines específiques d'alguns programes, i serveis interctius d'informació i compra-venda. Altres companyies de televisió que podem trobar a Internet són Barcelona Televisió i altres canals locals, Canal Blau TV, Cable i Televisió de Catalunya, o ATV Mediapolis, una televisió que emet únicament a través d'Internet.

També les productores han trobat un espai útil en la xarxa per promocionar i informar sobre les seves activitats (destaca la pàgina de Media Park). A més a més, en el darrer any han sorgit diverses iniciatives per crear mercats virtuals de programes a través d'Internet, que facilitin la circulació de les produccions tant entre els països europeus com també amb Amèrica Llatina.

7.3.8. El Comissionat per a la Societat de la Informació

En aquest darrer any, la Generalitat ha creat una nova figura que intenta donar resposta als canvis que hi ha hagut en el sector de les telecomunicacions i l'audiovisual.

Mitjançant el Decret 125/1998, de 26 de maig, es va crear un nou comissionat, adscrit a Presidència, per a la Societat de la Informació. Aquesta figura, amb competències en els camps de les telecomunicacions, informàtica i audiovisual, intenta donar resposta a la convergència creixent d'aquests tres sectors tant des del punt de vista tecnològic com econòmic.

El Comissionat per a la Societat de la Informació reuneix per tant atribucions que es troben repartides entre diferents òrgans de la Generalitat: el Departament de Presidència, la Direcció General de Ràdio i Televisió, els Serveis d'Informàtica, el Centre de Telecomunicacions, el Departament de Cultura, i la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, principalment.

En aquest marc, les competències que s'assignen al comissionat són de coordinació de les actuacions de la Generalitat en aquests àmbits i de

promoció i sensibilització en aquells aspectes relacionats amb la incorporació i desenvolupament de les tecnologies de telecomunicacions i telemàtica. En relació a les funcions de coordinació, la Direcció General de Serveis Informàtics passa a dependre del Comissionat, mentre que aquest s'incorpora com a membre del Consell d'Administració del Centre de Telecomunicacions. En l'àmbit de l'audiovisual, el Comissionat s'haurà de coordinar amb el departament de Cultura per promoure la indústria audiovisual alhora que es crea una Comissió de Promoció del Sector Audiovisual, amb participació dels departaments de Cultura, Educació i Presidència, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, i el propi Comissionat.

Pel que fa a les funcions de promoció i sensibilització envers les noves tecnologies i serveis, el Comissionat en promourà especialment l'aplicació a la gestió de la pròpia Generalitat. També té com a objectiu impulsar la creació d'infraestructures i la incorporació dels instruments de telecomunicacions, informàtica i audiovisuals a camps com el de la gestió, la producció i distribució audiovisual, l'ensenyament, etc.

Així doncs, el Comissionat per a la Societat de la Informació no s'atribueix cap de les competències en matèria audiovisual que ja venien assumint altres òrgans de la Generalitat, sinó que més aviat ve a reforçar la seva actuació i a establir una coordinació entre tres àrees, telecomunicacions, informàtica i audiovisual, fins ara separades dins l'estructura de la Generalitat.

ANNEXOS

- Dictàmens i decisions
- Estudis i informes
- Recull de premsa
- Quaderns del CAC