

IX Conferència anual de la SCC Girona 1999

Informe sobre l'estat de la comunicació, 1998-1999

per Lluís de Carreras i Serra

President del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya té l'obligació de presentar al Govern i al Parlament un report sobre les seves activitats anuals, el qual inclou un informe sobre el sector audiovisual a Catalunya. L'informe que ara es presenta és un breu resum del que es va trametre a les esmentades instàncies –que es va fonamentar en un treball redactat per Laura Bergés i que ha estat resumit per Núria Puig– al qual s'ha afegit un primer apartat relatiu a la premsa escrita.

La premsa a Catalunya

La premsa diària catalana ha patit poques variacions al llarg d'aquest any. Destacarem la consolidació de l'edició catalana d'*El Periódico de Catalunya*, l'expansió del diari esportiu *El Mundo Deportivo*, i la presència a Internet de diaris catalans. No són destacables grans canvis en la premsa comarcal. Al llarg de 1998, *El Periódico de Catalunya* s'ha convertit en la publicació diària amb més difusió en llengua catalana, per davant de *l'Avui*, que compta amb una difusió de 36.796 exemplars. Les vendes en català d'*El Periódico de Catalunya* suposen un 40,09 % (83.416 exemplars) de la seva difusió total.

En la seva línia expansiva, el juliol de 1998, el Grupo Godó va donar entrada al Grup Correo amb una participació del 10 % del capital de l'empresa editora del diari esportiu *El Mundo Deportivo*. Així, el novembre es van començar a publicar dues noves edicions per a Guipúscoa i Biscaia-Àlaba.

Cal destacar la presència a Internet de gran nombre de capçaleres. El 1998, *La Vanguardia Digital* va rebre una mitjana de 4.554 visites diàries, *El Periódico On Line* 4.087, i *l'Avui* 1.651. Això situa *La Vanguardia Digital* i *El Periódico On Line* en cinquè i sisè lloc dels diaris de l'Estat espanyol controlats per l'OJD. Cal dir però, que aquestes xifres s'allunyen molt, encara, dels 41.638 visitants diaris d'*El País Digital*.

Pel que fa als diaris que es difonen a les comarques, s'aprecia una tendència al manteniment, o a un lleuger augment de la seva difusió. Destacarem que el 1998, *El Punt* augmenta un 3,56 % la seva difusió en relació a l'any anterior –variació que el 1997 fou del 12,8 %. També es mantenen amb tendència a l'alça *El Diari de Girona*, *El Diari de Tarragona*, *Segre* o *Regió 7*. Mentre que pateixen una lleugera davallada en la seva difusió *La Mañana* i *El Diari de Terrassa*.

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 l'organitza-

ció de la indústria a nivell europeu i, com a àmbit més proper, pels esdeveniments i regulació del mercat audiovisual espanyol.

Al llarg de 1998, hi hagut tres grans temes de debat sobre l'organització del sector audiovisual que s'han emmarcat en un àmbit de resolució europeu, ja que afecten tots els països membres de la Unió en major o menor mesura:

1) El debat sobre la noció i finançament dels serveis públics de radiodifusió.

2) 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.

3) Les normatives i instàncies de regulació, en el marc de la convergència entre telecomunicacions i audiovisual.

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 a un debat en què s'ha plantejat la possibilitat de privatitzar els serveis públics de televisió autonòmica.

2. *La indústria de programes*

Un dels principals focus d'atenció de la política europea 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 tan contraposat.

ESCENARI DE LA INDÚSTRIA DE LA PRODUCCIÓ A EUROPA

El plantejament se centra en els punts següents:

– Un increment important de la despesa directa dels ciutadans en consum audiovisual.

– La multiplicació de les possibilitats de distribució audiovisual gene-

rada per les aplicacions de les tecnologies de telecomunicacions i informació.

- Un enorme dèficit comercial en el mercat de programes respecte de la indústria nord-americana.

- Un altre dels aspectes que caracteritzen la situació del mercat audiovisual europeu és la fragmentació lingüística i cultural unida a una voluntat bastant estesa per preservar-la.

- Consolidació d'alguns grans grups amb una gran influència en el sector, tant en la producció com, sobretot, en la distribució. Al costat d'aquests, es desenvolupa una xarxa de petites i mitjanes empreses més orientades al camp de la producció i creació.

3. *Les normatives i instàncies de regulació*

EL DEBAT PER A LA TRANSPOSICIÓ DE LA DIRECTRIU DE TELEVISIÓ SENSE FRONTERES

Les quotes per a productes europeus 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 els dels canals de distribució. Finalment, el mes de maig de 1999 s'ha aprovat la modificació de la Llei 25/1994, en la qual es preveu que els operadors de televisió destinin un 5 % dels seus interessos al finançament de llargmetratges cinematogràfics o pel·lícules per a televisió europees.

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. 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 a desenvolupar les seves funcions; àmplia representativitat i consens social en la seva composició, donant cabuda a representants de la ciutadania, universitat, associacions, etc.

El sector audiovisual en el context espanyol

Destacarem tres aspectes:

- 1) El desenvolupament dels sistemes digitals.
- 2) La redefinició de l'espai de la televisió hertziana convencional.
- 3) La situació del mercat radiofònic marcat pel procés concessional.

1. El desenvolupament dels sistemes digitals

El 1998 es consolida l'oferta digital per satèl·lit i l'aprovació de la Llei de televisió digital terrenal ampliarà de manera important el mercat televisiu. 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.

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». 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.

Aquest any ha estat marcat per l'atenuació de l'enfrontament entre les dues plataformes, amb negociacions de fusió incloses i per una expansió del mercat de la televisió de pagament que ha superat les expectatives. L'octubre de 1998, es produeix, però, el trencament de les negociacions de fusió entre els dos operadors digitals, es va trencar també l'acord sobre els drets 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 a reclamar el restabliment del senyal, que va ser desestimada un mes després.

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, el 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. 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.

Finalment, pel que fa a l'accionariat de les plataformes digitals, 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 di-

recció 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 romandre a la plataforma com a manera de garantir la presència de continguts en català dins la seva oferta.

LA TELEVISIÓ DIGITAL TERRENAL

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 i de prestació dels serveis de televisió digital terrenal. 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.

2. *La redefinició de l'espai de la televisió hertziana convencional*

S'ha produït un increment de competència amb les televisions de pagament. També cal destacar en aquest àmbit dues iniciatives legislatives: la modificació de la Llei de televisió privada i el debat a l'entorn de la Llei dels tercers canals.

El mercat espanyol de televisió convencional ha viscut el 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. El 1998 s'ha confirmat 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 la crisi de RTVE.

L'audiència televisiva a l'Estat espanyol ha mantingut una 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 el 1999 quan es podrà començar a valorar l'impacte de les plataformes digitals sobre l'audiència de les convencionals. Les tres cadenes generalistes, liderades per TVE, 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. La participació en el mercat d'aquestes televisions passa de l'1,8 % al 3,6 % de l'audiència.

Les iniciatives legislatives en el camp de la televisió convencional han do-

nat 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.

3. *La situació del mercat radiofònic ha estat marcada pel procés concessional*

S'ha obert per l'anunci de l'entrada de Telefónica en la seva operació d'expansió multimèdia. L'aprovació de la nova Llei general de telecomunicacions (Llei 11/1998 de 24 d'abril), que substitueix l'obsoleta LOT de 1987, incorpora nombroses novetats 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.

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). 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. 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.

El sector audiovisual a Catalunya

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.

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, del 21 d'octubre).

El punt més polèmic per a les emissores comercials de ràdio ha estat el referent a la quota d'emissió de música en català. El decret de radiodifusió en FM manté aquesta quota del 25 % de música en català, però admet algunes excepcions i una aplicació progressiva. El Decret estableix també algunes excepcions pel que fa a l'obligatorietat d'emetre el 50 % de la programació en llengua catalana.

La televisió a Catalunya

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, la televisió d'àmbit català i la televisió local. En aquest punt ens centrarem en les dues últimes.

1. La televisió d'àmbit català

Aquesta ha estat limitada fins ara a la iniciativa pública amb Televisió de Catalunya com a líder d'audiència en la comunitat catalana i TVE - Sant Cugat que compagina activitats de producció per al mercat espanyol amb l'emissió de programes per a Catalunya.

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.
- Dos canals via satèl·lit per a residents a fora de Catalunya, amb una programació formada per programes de TV3 i Canal 33.

D'altra banda, TVC actua com a proveïdora de canals per a les plataformes digitals de pagament, amb cinc canals temàtics i TVC Satèl·lit. 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 Satèl·lit 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 el 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 televisió. 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.

TVE-CATALUNYA

El centre territorial de Televisió Espanyola a Catalunya és l'altre 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 desconnexions 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 a centre de producció de programes infantils i seu de la Direcció de la Producció Executiva d'aquest tipus de programes.

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 divuit hores diàries. TVE-Catalunya s'encarrega de la continuïtat del canal, així com també de la producció dels espais informatius que inclou.

En l'apartat de gestió, TVE-Catalunya ha acabat l'any en una situació de provisionalitat, i espera que es nomeni un nou equip directiu. El novembre de 1998, el centre territorial de Catalunya es quedava sense equip de direcció. 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. La provisionalitat de TVE-Catalunya afecta també la gestió econòmica, en un període en què s'ha d'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.

2. La televisió local

És un àmbit on conviuen ofertes públiques i privades, però marcat per la indefinició legal, i espera que des de l'Estat s'aprovi el Pla Tècnic per a aquesta modalitat televisiva, de manera que no s'ha pogut procedir a l'adjudicació de llicències per a l'explotació d'aquest servei.

El mapa de la televisió local a Catalunya en el 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. Hi ha un equilibri entre l'oferta pública i la privada, amb 35 emissores municipals i 39 de privades, que donen cobertura, però, a 35. 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.

La producció audiovisual

L'increment de l'activitat televisiva, fruit de la diversificació 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.

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, com els serials, amb un paper destacat per a TVC, però es mantenen en aquest camp les limitacions a l'exportació.

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 preproducció 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.

Altres iniciatives, com la de Media Park, volen contribuir 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.

Les activitats principals de Media Park, però, són la gestió de continguts per a proporcionar als operadors de televisió, amb l'elaboració de deu canals per a Vía Digital i Canal Satélite Digital, i la prestació de serveis a empreses de cinema, productores televisives, institucions, empreses de publicitat, i empreses informatives entre d'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.

La ràdio a Catalunya

Les concessions d'emissores comercials en freqüència modulada

El 1998 es va obrir a Catalunya un nou període concessional, precedit per l'aprovació l'any anterior (Reial decret 1388/1997, del 5 de setembre) de les noves freqüències del Pla Tècnic Nacional per a l'emissió comercial en freqüència modulada. L'obertura d'aquest nou procés ha estat aprofitada per la Generalitat per a revisar i actualitzar la normativa de concessió de les emissores, i ha incorporat les disposicions de la Llei de normalització lingüística en matèria radiofònica.

La repercussió principal del nou decret, però, 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 (cal dir, però, que al llarg de 1999 aquesta redefinició ha desembocat en les polèmiques darreres actuacions).

Els criteris d'adjudicació de les freqüències, que figuren a l'anunci de licitació fet públic al DOGC del 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. Altres criteris per a l'adjudicació de freqüències apunten al foment de grups comunicatius d'abast català (Ona Catalana o el Grupo 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 darrere queden els grups d'abast català Ona Catalana i RKOR.

L'abril de 1998 naixia Ona Catalana, l'embrió d'una cadena que es pretén 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 RAC 105, amb la col·laboració d'un dels grups de comunicació catalans, el Grupo Godó. El grup propietari de *La Vanguardia* ha iniciat en els últims temps un procés d'expansió multimèdia centrat en 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.

Flash FM i RKOR han arribat a un acord per a 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.

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 finalitat de la gestió de RAC 105 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.

El projecte de COM Ràdio, que compta ja amb unes noranta emissores associades, ha continuat el seu creixement, amb un important èxit d'audiència. Si a començaments de 1997 tenia uns 90.000 oients, aquesta xifra va passar a més de 120.000 a finals d'any, i s'ha duplicat al llarg de 1998.

Pel que fa a l'espai de la radiodifusió municipal pública, compta actualment amb 186 emissores, de les quals més de la meitat (102) se situen a la província de Barcelona. 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.

Les dificultats per a crear i mantenir emissores a 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 i agrupin 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 setanta emissores municipals. Les Diputacions de Lleida, Girona i Tarragona, conjuntament amb diversos ajuntaments i consells comarcals, han creat el Consorci Local i Comarcal de Comunicació, per a donar serveis, informació i suport tècnic als mitjans locals. L'activitat del Consorci pretén 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.

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 es concentren clarament en zones urbanes.

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 mu-

nicipal 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 si 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 Italia; 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. Finalment, els socis de Retevisión aconseguen 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. 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 divuit mesos que havia de permetre que els nous operadors guanyessin posicions i assegurar així una millor competència. El 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.

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. El 1999 el cablejat de CTC ha d'arribar a 300.000 llars, amb una previsió d'abonats d'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'estendrà pri-

mer 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 estenent al llarg dels cinc anys següents fins a arribar a cobrir tot el territori.

Pel que fa als índex d'acceptació del cable, es calcula que en el 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.

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, als quals 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 a impulsar la introducció de les noves tecnologies de comunicacions. Els àmbits d'actuació de l'organisme municipal, format per 600 poblacions, són tres: la negociació amb les institucions, especialment amb la Generalitat, per a 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 a impulsar la introducció i utilització de les tecnologies.

L'expansió d'Internet

Internet es va configurant a poc a poc com un espai fonamental en el futur de la comunicació. 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. 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.

La major part del mitjans de comunicació té el seu espai a Internet. La premsa ofereix versions electròniques de les seves publicacions, i la ràdio i la televisió, en la majoria dels casos, compten amb pàgines web informatives de la seva activitat. La premsa ha aprofitat aquest mitjà per a diversificar la seva oferta. Les publicacions electròniques han adoptat formes pròpies del mitjà, tant pel que fa referència al llenguatge com a les característiques visuals que inviten a la interactivitat. Pel que fa a les ràdios, algunes d'elles ofereixen ràdio en directe. Així, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió ofereix una selecció d'alguns dels programes destacats de l'emissora (les retransmissions de futbol, *El matí de Catalunya Ràdio*, informatius, etc.), i la pàgina web de COM Ràdio 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 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 equaments domèstics per a suportar els programes que permeten veure televisió en bones condicions de qualitat i rapidesa del senyal. Així doncs, fins en aquest 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. Les productores també han trobat un espai útil en la xarxa per a promocionar i informar sobre les seves activitats. En el darrer any han sorgit diverses iniciatives per a crear mercats virtuals de programes.