

INTRODUCCIÓ. LES REGIONS A L'ESPAI ÀUDIO-VISUAL EUROPEU

Miquel de Moragas i Carmelo Garitaonandía

Aquest monogràfic tracta de la televisió a les regions, dels diferents models de televisió que hi ha a la immensa varietat de les regions europees. Creiem que utilitzar el concepte, potser més usual, de televisió regional aplicat a models de televisió tan diferents com són una televisió local holandesa, un centre regional de France 3 i les televisions privades britàniques de la ITV (actualment Channel 3) hauria resultat equivocat i confús. A més, d'una banda, el concepte de televisió regional s'ha utilitzat amb freqüència per presentar un model de televisió al qual se li suposa reservada la informació local i el folklore. I de l'altra, la mateixa idea de «regional» s'ha unit en la majoria dels casos al costumisme local i a la mera descentralització administrativa.

Tal i com indica Mike Cormack en aquest monogràfic, les regions a Europa no són el resultat de simples divisions geogràfiques o administratives, sinó que, en molts casos, són el resultat de llargs processos històrics, herències de l'estructura feudal, de la romanització o fins i tot d'etapes anteriors, que han deixat importants i profundes diferències culturals i lingüístiques al continent.

Aquestes i altres condicions de fons són les que, en definitiva, determinen els motius de creació de les emissores a les regions, com també les seves diferències organitzatives i estructurals: àrea de cobertura, estatut jurídic de l'empresa, pressupost, programació i condicions de producció, finançament, llengua, etc.

Així, per exemple, foren prioritàriament raons d'índole comercial les que van impulsar la creació de les emissores privades de la ITV a Gran Bretanya; raons institucionals les que determinaren l'important paper dels *länder* en l'organització de la televisió a Alemanya; raons de descentralització de les cadenes nacionals (BBC, TVE, FR3, RAI 3, etc.) les que expliquen l'aparició de centres regionals de les televisions públiques a Gran Bretanya, Espanya, França o Itàlia. La reivindicació política de consolidació d'uns mitjans de comunicació propis en determinades regions amb una tradició històrica, una cultura i una llengua diferenciades és el que explica el cas de TV3 a Catalunya, Euskal Telebista al País Basc, S4C al País de Gal·les, Omrop Fryslân a Holanda o Teilifís na Gaeilge, el futur canal en llengua gaèlica a Irlanda.

Encara que la televisió va néixer a Europa com un reflex de l'estat-nació, a partir dels anys vuitanta va començar a generalitzar-se el procés de trencament dels monopolis televisius. El protagonisme d'aquest trencament ha correspost principalment a les iniciatives de privatització i, només en un segon nivell, a les iniciatives de descentralització i regionalització. Si bé els factors econòmics són cada dia més influents en el desenvolupament de la televisió a Europa, la creació, l'existència i la desaparició de projectes de televisió a les regions han anat en funció sobretot de factors polítics i culturals. La dimensió econòmica s'ha manifestat, prioritàriament, en el funcionament d'aquestes televisions, amb pràctiques com ara la centralització de la producció en determinades cadenes de televisió nacional, i l'eliminació o la reducció de la importància de la producció regional (per exemple, a la BBC i a TVE).

Els estats mantenen i perden competències en el sector de la comunicació

Els estats europeus no han perdut la seva influència i el seu protagonisme en les polítiques de comunicació, encara que han deixat de ser els únics actors en aquestes polítiques, i el seu protagonisme l'han de compartir amb altres agents nous. Aquesta pèrdua d'influència dels estats-nació té tres vies principals d'escapament: la privatització, la transferència de competències als àmbits supranacionals europeus i, com analitzarem amb més detall, la descentralització, amb la lenta assumpció de competències en matèria de comunicació per part de les regions, les autonomies i dels àmbits locals.

Actualment noms com Springer, Bertelsmann, CLT, Fininvest, Hachette, Hersant i Canal Plus són ja tan importants en la comunicació europea com ho foren en el seu dia BBC, RAI, RTVE, ORTF, etc. Aquesta presència del sector privat marca noves lògiques en el control de la informació i de la cultura. La presència del sector financer, dels grans bancs i de les companyies de serveis (aigua, gas, electricitat), de les grans empreses de la construcció en els nous negocis de la comunicació determinen un desplaçament dels factors polítics cap als factors comercials i financers.

La centralització empresarial d'aquest sector privat planteja, evidentment, importants problemes al pluralisme informatiu que ja han estat objecte d'abundants anàlisis político-econòmiques (Charon, 1991; De Miguel, 1993; Sánchez Tabernero, 1994; Comissió de les Comunitats Europees, 1992 i 1994).

En aquest context, els defensors de la lliure iniciativa en el sector de la comunicació argumenten que l'atomització empresarial debilita extraordinàriament la competitivitat europea enfront de les grans empreses nord-americanes. Les restriccions a la concentració són interpretades com a veritables obstacles a les activitats dels operadors econòmics en el sector.

La importància dels grups privats en el sector àudio-visual és tan gran que resulta ja impossible imaginar el futur de les televisions a les regions sense la seva participació. Tanmateix, la concentració empresarial no està necessàriament en contradicció amb la descentralització territorial, encara que en molts casos això es presenta al contrari. Tot i que de moment la majoria de les iniciatives de les televisions a les regions corresponen al sector públic, cada dia és més important la parti-

cipació dels grups multimèdia en projectes de difusió regionals i, sobretot, locals, encara que sigui d'una forma experimental.

També hem de tenir en compte que, fins ara, l'ordenament jurídic de la majoria d'estats europeus ha posat múltiples dificultats a la presència del sector privat en aquest àmbit àudio-visual, establint diverses formes de regulació centralista que han impedit l'accés de la iniciativa privada a les televisions regionals i locals.

Una segona i important «fuita» de competències dels estats en el sector àudio-visual es produeix cap a àmbits supranacionals; en el cas de la Unió Europea cap a les instàncies comunitàries.

La política de comunicació de la Unió Europea, com en altres sectors, consisteix en una permanent dialèctica entre els estats membres i la mateixa Unió entorn de la transferència o la reserva de competències, que ha integrat els països en un marc nou i més ampli, i n'ha alterat la seva participació en les formes de producció, de consum i de finançament de la cultura i de la comunicació.

En aquets nou context, la idea emergent ha estat la necessitat de crear un mercat cultural comú, capaç de garantir, al mateix temps, la supervivència de la identitat cultural europea i la seva competitivitat industrial (Vasconcelos *et al.*, 1994). Les polítiques de comunicació europees es defineixen aleshores com una forma de resistència davant les grans potències (EUA, Japó) la indústria de les quals, a més de qüestionar la supremacia i la identitat cultural d'Europa, n'empobreix l'economia i limita la possibilitat de creació de llocs de treball.

Tot i així, en aquest debat sobre el «comú» europeu s'ha obert una tercera via de pèrdua de competències dels estats en matèria de comunicació: la regionalització (Robins i Morley, 1992). La pregunta per l'«europeu» ha obtingut, curiosament, la resposta de la diversitat, i juntament a la creació d'un espai àudio-visual comú s'han anat delimitant també tots els diferents àmbits àudio-visuals del conjunt: ciutat, regió, estat i Europa. Una política àudio-visual europea només serà completa si cobreix tots i cada un d'aquests quatre àmbits. Un buit àudio-visual en l'àmbit regional i local no només perjudicaria les pròpies regions i ciutats, sinó que privaria Europa d'un nivell imprescindible en una política de comunicació global, en la qual se suposa que haurien de generar-se nombroses sinergies: en l'organització empresarial, la formació professional, la producció i la distribució, en la segmentació de les audiències, en les estratègies publicitàries, en la distribució de les funcions informatives i culturals, en el desenvolupament tecnològic, etc.

Diferents implicacions de les polítiques de comunicació: comunicació, telecomunicacions i desenvolupament

L'anàlisi de les funcions i de les condicions de viabilitat de les televisions a les regions no pot fer-se al marge dels importants canvis que està experimentant el sistema de comunicacions a Europa i, en general, als països més desenvolupats del món.

Entre aquests canvis destaca el fet que les tècniques de comunicació, i particularment la televisió, no només influeixen, com és sabut, en la política, la cultura i l'educació, sinó que ara estenen la seva influència sobre nous sectors com les finances, la producció industrial, el treball, la ciència, el benestar social, la salut, etc.

Aquesta nova influència de la comunicació és una conseqüència dels seus propis i accelerats canvis, particularment de la confluència entre els mitjans de comunicació, les telecomunicacions i la informàtica, que ha produït importants efectes (directes) en el sistema de comunicacions i no menys importants efectes (secundaris) en el conjunt del sistema econòmic, social i cultural. Les modernes polítiques de comunicació han d'implicar, doncs, la coordinació de tres grans àrees: els mitjans de comunicació, la gestió cultural i les telecomunicacions, en funció de les importants repercussions que aquestes tres grans àrees han adquirit en sectors tals com el benestar social, l'economia i el desenvolupament tecnològic.

Les regions es veuen també afectades per aquestes transformacions. D'una banda, perquè el seu propi desenvolupament econòmic és dependent d'aquesta interrelació (comunicació, cultura, telecomunicacions); de l'altra, perquè les noves tecnologies de la comunicació tenen la seva pròpia lògica territorial, que es caracteritza no tant per la supressió d'espais com per l'increment de la seva diferenciació. La nova societat de la informació no és una «societat transnacional» sinó, més exactament, una societat al mateix temps «local i global», que pot qualificar-se com a simultàniament transnacional, estatal, regional i local.

La investigació sobre un fenomen emergent

La presència de la televisió a les regions és un fenomen relativament recent. Amb l'excepció de Gran Bretanya i Alemanya, les primeres experiències de televisió a les regions d'Europa no es produïxen fins al final dels anys seixanta i durant els setanta, quan els ens televisius estatals (RAI, BBC, RTVE, etc.) ja han aconseguit la plena cobertura dels seus territoris i amplien la seva oferta amb segons o fins i tot amb tercers canals (TVE 2, RAI3, FR3). Es tracta d'una primera etapa en la qual l'única forma de televisió a les regions correspon a experiències de desconexió d'una emissora estatal per emetre alguns minuts de programació específica en algunes regions concretes.

En aquells anys, més que la descentralització territorial, el que motivava l'interès i determinava les reivindicacions dels moviments socials era la necessitat de regular l'«accés» o ampliar la «participació» dels ciutadans als mitjans de comunicació, a la recerca de formes més democràtiques d'organització de la televisió. El reconeixement de la importància de la descentralització territorial i de l'autonomia, a escala regional o local, per a la democratització de la comunicació no es planteja clarament fins els anys vuitanta, quan comença a manifestar-se un cert desencant pels processos de «descentralització centralista», i s'assisteix al naixement de nous models de televisió regional plenament autònoms, és a dir, no dependents dels ens televisius estatals. Les noves televisions autònomes poden actuar amb major agilitat en l'adaptació de la seva programació a les demandes de les seves audiències, sense dependre del control i de les estratègies dels ens televisius centrals.

Les primeres televisions que emeteren de forma autònoma per a una regió, amb una programació diferenciada, aparegueren en nacionalitats amb una forta reivindicació d'identitat pròpia (política, cultural i lingüística). La televisió s'entendria com un mitjà de difusió vital per a la supervivència de la seva identitat. Entre les primeres estacions d'aquest tipus cal destacar Sianel Pedwar Cymru (S4C), emissora del

País de Gal·les a Gran Bretanya, fundada el 1980 després d'una llarga reivindicació política, que va començar a emetre el 1982. Altres emissores avui tan significatives com les del País Basc (Euskal Telebista) i de Catalunya (TV3) iniciaren les seves emissions el 1982 i el 1983 respectivament.

Encara que els anys finals de la dècada dels vuitanta i els noranta es caracteritzen per l'aparició de televisions privades nacionals (via hertziana) i transnacionals (via satèl·lit), s'observa també una multiplicació de les experiències de les televisions a les regions i de les televisions locals. A Bèlgica i Dinamarca, per exemple, hi ha un interessant fenomen de traspàs de les antigues experiències de la ràdio local i regional al món de la televisió. A Holanda es produeix la demanda d'independència de la televisió regional Omrop Fryslân respecte de la televisió holandesa NOS. A Luxemburg, l'emissora RTL Hei Elei, fundada el 1969 per la CLT per emetre uns minuts diaris en llengua luxemburguesa, amplia el 1991 la seva programació específicament local fins apropar-se a les vint hores setmanals, amb una audiència important. Per la seva part, i no sense tensions, les televisions estatals (BBC, RAI3, FR3/France 3, TVE 2/La 2, etcètera) amplien els seus programes en desconexió, per donar resposta a aquestes noves experiències de televisió autònoma i també per atendre a les noves demandes polítiques, culturals i econòmiques de regionalització.

Aquesta emergència de projectes regionals, encara secundària en el context de l'oferta televisiva a Europa, també es manifesta en alguns «petits estats» que, a efectes de mercat i d'audiències, poden comparar-se a algunes regions grans. Aquest és el cas d'Irlanda, on el primer canal dedicat íntegrament a emetre programació en gaèlic irlandès (Teilifís na Gaeilge) no es crea fins el 1993, amb la perspectiva de començar a emetre el 1996.

A la investigació sobre televisió li correspondrà ara interpretar aquests fenòmens emergents i fer un estudi de prospectiva. De moment, el nostre coneixement de l'estat de la qüestió ens permet formular la hipòtesi que després d'una fase marcada per la privatització, la televisió a Europa pot iniciar una fase en la qual els processos de descentralització guanyin terreny en el sector de la televisió de proximitat (local i regional), tot això en el context de la multiplicació de l'oferta televisiva i en una era de segmentació de les audiències.

Els estudis i la documentació sobre les televisions a les regions

Fins ara, els estudis comparats sobre les televisions a les regions europees han estat escassos. Les primeres iniciatives van sorgir del Consell d'Europa, el qual organitzà, el 1987, un primer seminari sobre aquesta qüestió dins del «Projecte 10: Cultura i regions. Dinàmiques culturals en el desenvolupament regional» (Consell d'Europa, 1987). El 1989, el Comitè per a la Cooperació Cultural, també del Consell d'Europa, encarregà a l'investigador Pierre Musso un estudi sobre la televisió a dotze regions europees, que fou presentat al simposium Régions d'Europe et Télévision (Musso *et al.*, 1991), celebrat a Lilla en col·laboració amb el Consell Regional de Nord/ Pas-de-Calais. Posteriorment, aquest mateix autor realitzà un segon estudi comparatiu entre televisió i premsa, *Presse écrite et télévision dans les régions d'Europe*, que fou presentat amb motiu del simposium sobre «Premsa, televisió i re-

gions d'Europa» organitzat pel Consell d'Europa a Cracòvia el 1993 (Consell d'Europa, 1993). Altres iniciatives s'han articulat entorn de CIRCUM Regional (Cooperative Internationale de Recherche et d'Action en Matière de Communication), primera associació europea de televisions regionals, creada el 1983, i que té per finalitat, sobretot, facilitar la coproducció i l'intercanvi de programes. CIRCUM Regional, que agrupa prop de tres-centes emissores, organitza una conferència anual i disposa d'un directori sobre les televisions a les regions d'Europa.

L'íntima relació existent entre la televisió i la identitat lingüística ha fet que el tema de les televisions a les regions i als petits països també hagi estat objecte d'interès en els estudis i en les recomanacions sobre les llengües menys difoses o minoritàries a Europa. Diverses iniciatives en aquest sentit han partit del Buró Europeu per a les Llengües Menys Difoses (European Bureau for Lesser Used Languages, EBLUL), entitat que ha comptat amb diferents ajuts de la Comissió Europea. El 1986 aquesta organització encarregà a Miquel de Moragas la ponència introductòria del col·loqui «Lesser used languages and the media in the EEC» (Moragas, 1986). El 1991 aquesta mateixa institució va difondre un important document (EBLUL, 1991) sobre els drets que tenen les llengües menys difoses a accedir als moderns mitjans de comunicació àudio-visuals. L'EBLUL també ha impulsat i finançat la xarxa de centres MERCATOR, dedicats a la recopilació, sistematització i difusió d'informació i documentació sobre diferents aspectes de les llengües menys difoses. MERCATOR compta amb quatre centres especialitzats, situats cada un d'ells en una ciutat europea diferent. A la Universitat del País de Gal·les (Aberyswyth) es troba el centre especialitzat en mitjans de comunicació. La realització més recent d'aquest centre que dirigeix el professor Ned Thomas és la publicació d'una guia dels mitjans de comunicació a Europa que utilitzen aquestes llengües (Davies, 1993).

Entre les escasses investigacions i monografies sobre les televisions a les regions d'Europa podem destacar els números especials de la revista *Dossiers de l'Audiovisuel*, editada per l'Institut National de l'Audiovisuel (INA) de França, dedicats a la televisió a les regions¹, i els treballs de Carmelo Garitaonandía (1990, 1993).

En general els informes sobre les televisions als diferents països europeus, i fins i tot els anuaris de les mateixes televisions, han fet poca atenció a les experiències regionals. Aquesta situació ha fet necessari un major esforç d'investigació directa, i ha propiciat la constitució d'un equip de treball que analitzi els canvis que es produeixen en l'àmbit àudio-visual regional i local, i que actualitzi periòdicament els resultats i les conclusions. Amb aquests objectius es constituí el 1992 la Xarxa d'Estudis sobre la Televisió a les Regions, Nacionalitats i Petits Països d'Europa (EURORETV), del treball de la qual n'és fruit aquest monogràfic. El març de 1994, EURORETV organitzà una audició oficial amb la Comissió de Política Regional, Ordenació del Territori i Relacions amb els Poders Regionals i Locals del Parlament Europeu per tractar sobre la relació entre televisió i regions. Entre les conclusions de la citada audició destacava la importància de la investigació comparada sobre les televisions a les regions, com a condició de suport a l'establiment de noves polítiques

¹ «L'Audiovisuel en Région», *Dossiers de l'Audiovisuel*, núm. 4 (novembre-desembre, 1985). «La télévision régionale en Europe», *Dossiers de l'Audiovisuel*, núm. 33 (setembre-octubre, 1990).

de comunicació que tinguin en compte aquest important sector de l'espai àudio-visual europeu (Moragas i Garitaonandía, 1994).

Les diferències entre les regions europees es tradueix en la complexitat d'una tipologia de les televisions regionals

L'estudi de les televisions a les regions europees, si vol respondre a la diversitat dels models existents, exigeix una variada i complexa tipologia. Tot i la seva diversitat, les televisions públiques i privades dels països europeus són molt més homogènies que les televisions de les seves regions. Aquesta diversitat tipològica de la televisió regional respon, d'una banda, a les grans diferències polítiques, econòmiques, geogràfiques, demogràfiques, culturals, lingüístiques, etc., existents entre les regions europees, i d'una altra, als diferents processos històrics seguits pels sistemes televisius nacionals. Cal pensar, per exemple, en els diferents processos de regulació i desregulació televisiva experimentats en els grans estats europeus: França, Alemanya, Itàlia, el Regne Unit i Espanya.

Aquesta heterogènia realitat que denominem regió està emmarcada, al seu límit superior, per l'estat-nació i, a l'inferior, pel centre urbà. Hom ha definit la «regió» com una àrea de territori associada amb una identitat específica, ja sigui cultural, administrativa o política, que en ordre de magnitud és més petita que l'estat-nació, però substancialment més gran que un centre urbà. Però entre l'estat-nació i el centre urbà hi caben una multiplicitat de tipologies de regions. Des de les «regions» amb una forta consciència d'identitat, llengua pròpia i estructura política autònoma respecte de l'estat central, fins a les regions administratives, pràcticament sense competències, o encara les regions amb una clara identitat cultural i fins i tot lingüística pròpia, però que no disposen de la corresponent autonomia política.

D'altra banda, la definició de la regió com un espai mitjà entre la nació i el centre urbà és inadequada en el cas d'algunes regions i àrees lingüístiques que de fet tenen el seu territori situat a més d'un Estat. La idea tradicional de regió com una part més d'un país o nació adquireix encara una major complexitat quan es considera la cooperació transfronterera. De fet, i a recer dels interessos transfronterers comuns, econòmics, socials i culturals, ha nascut un seguit de programes produïts per televisions a les regions de diferents països: *Vis à Vis* (de les televisions franceses F3 Alsace i F3 Lorraine-Champagne-Ardenne i la televisió alemanya SWF), *Euro 3* (de la televisió francesa F3 Nord-Pas de Calais, la britànica TVS, la belga RTBF i l'alemanya WRD), *Euro-Sud* (F3 Aquitaine, TVE-País Basc i la portuguesa RTP-Porto), etc.

Els àmbits locals —evidentment també molt diversos— tampoc són aliens a la dimensió regional. Moltes televisions locals exerceixen de fet com a televisió de les regions a les quals pertanyen i, a la inversa, algunes televisions regionals operen, en part, com a televisions locals.

Fetes aquestes consideracions i amb la finalitat de reduir a un mínim comú denominador aquesta diversitat, tot basant-nos en estudis realitzats per diversos especialistes (CIRCOM, 1983; Musso, 1991; Zimmerman, 1990; Garitaonandía, 1993), proposem utilitzar aquí la següent classificació tipològica d'aquestes televisions:

1. Televisió de producció delegada a la regió

Es tracta bàsicament de centres de producció regional que treballen per a una televisió nacional de la qual depenen. Per norma general no emeten per a la seva localitat o regió, la seva producció és escassa i està sotmesa a les ordres de la direcció central. Aquest és el cas, per exemple, dels centres regionals ERT-Salònica (Grècia) i RTP-Porto (Portugal).

2. Televisió descentralitzada

Consisteix en centres regionals dependents d'una televisió central que produeixen sota la seva pròpia responsabilitat un informatiu per a la seva regió, d'una durada aproximada entre quinze i trenta minuts. També col·laboren amb la producció de notícies i reportatges per als serveis informatius centrals. Aquest és el cas dels centres regionals del primer canal de la televisió de Dinamarca, de RAI 3, etc.

3. Televisió de desconexió regional

Es tracta de centres regionals d'una televisió estatal que emeten en desconexió una hora o més de producció diària. La informació regional es completa amb reportatges, programes culturals, entreteniment, esports i, en alguns casos, amb publicitat regional. Sovint compten amb una certa capacitat de producció autònoma, que utilitzen per a les seves pròpies necessitats de programació, o bé per elaborar programes de difusió estatal.

Aquest és el cas dels centres regionals d'algunes grans cadenes públiques instal·lades a regions europees amb una clara identitat diferencial, com per exemple la BBC a Escòcia, France 3 a Alsàcia i TVE a Catalunya.

4. Televisió d'organització federada

Un seguit d'organismes televisius, jurídicament independents, realitzen una aportació al canal nacional sota la seva responsabilitat i una programació específica per a la seva regió, i participen en la coordinació d'aquest canal nacional.

En aquesta tipologia podem situar el cas dels organismes de ràdio-televisió dels *länder* alemanys i les televisions privades de Channel 3 (antiga ITV) a Gran Bretanya.

5. Televisions de gestió autònoma

Dins d'aquesta categoria considerem les emissores regionals independents que produeixen i emeten per a la seva regió una programació completa i competitiva al llarg de tota o una bona part de la franja horària.

A aquest tipus pertanyen les televisions autonòmiques a Espanya (Catalunya, País Basc, Galícia, Andalusia, Madrid i València), Omrop Fryslân (Holanda), S4C (País de Gal·les), etc.

6. Televisions regionals de cobertura supraregional, nacional i/o internacional

Aquest seria el cas de les televisions regionals independents, bàsicament homologables a les de les dues categories anteriors, i que no només emeten per a la seva regió, sinó també per a àmbits territorials superiors (diverses regions, el conjunt de l'estat al qual pertanyen o, fins i tot, més enllà de les fronteres estatals).

Aquest és el cas, per exemple, de la RTFB i la BRTN, a Bèlgica; els tercers canals alemanys de WDR (West 3), NDR (N 3) i BR (Bayern 3) que són emesos via satèl·lit i poden ser rebuts per cable o antenes parabòliques a altres parts d'Alemanya i Europa, i la Televisió de Catalunya (TV3), que es rep *de facto* a totes les àrees de parla catalana: Catalunya, País Valencià, Andorra, Balears i Rosselló.

7. Televisions locals d'influència regional

Encara que pròpiament no puguin qualificar-se de «televisions regionals», hem de considerar les televisions locals dins d'un últim cas tipològic, sobretot les de transmissió via èter, la zona d'emissió i influència de les quals assoleix una part important de la regió on radiquen.

A aquesta tipologia pertanyen estacions com Télé Lyon Métropole a França (Lió), Tele Lombardia a Itàlia (Milà), IA Brandenburg a Alemanya (Berlín), etc.

Els informatius: un símptoma de viabilitat

Fins fa poc, la complexitat i els alts costos de la producció televisiva han resultat ser un fre per a l'expansió de les televisions locals i regionals, que no han pogut competir amb l'espectacularitat i l'abundància de mitjans de la programació de les grans cadenes de televisió. Però aquesta situació ha canviat. Les noves tecnologies de producció lleugera han fet més accessible a les televisions locals i regionals la producció de programes de qualitat i la seva difusió en les millors condicions tècniques.

Tot i que, de moment, les experiències de televisió local i regional apareixen en un clar segon pla en relació amb les antigues cadenes públiques i les noves cadenes privades nacionals i transnacionals, hi són en tots els països d'Europa i amb evidents símptomes de vitalitat en alguns segments de la seva programació. Han deixat de ser ja fenòmens minoritaris i marginals.

No deixa de ser un símptoma d'aquesta vitalitat el fet que algunes de les televisions a les regions d'Europa hagin pogut resistir millor que moltes emissores de caràcter nacional l'impacte dels processos de multiplicació de canals i de segmentació de les audiències, conseqüència de la privatització. Aquest ha estat el cas de les televisions regionals que han estat concebudes com a televisions de segments d'audiències i de línies de programes preferencials (informació, *magazine*, esport, debat, etcètera), en particular aquelles televisions que operen en un context cultural i lingüístic diferenciat.

La viabilitat de les experiències de televisió a les regions dependrà cada vegada més de l'existència d'un equilibri entre l'oferta i la demanda de «programes de proximitat». De moment, el principal referent són els informatius. Això no significa que

no existeixin altres gèneres susceptibles de respondre a aquesta demanda social de comunicació regional i local, sinó que és a la informació on aquest equilibri es produeix més clarament. En alguns casos extrems, a més, la programació regional es redueix exclusivament a la informació.

Durant les primeres etapes del procés de descentralització televisiva, els programes informatius s'ajustaven als estrictes marges del gènere «informatiu per a la televisió» (*Telenotícies, Telegiornale, News, Journal*, etc.). Ara no només han flexibilitzat els seus formats, sinó que han introduït diferents subapartats per a la meteorologia, els esports, miscel·lània, etc., i s'han apropiat al model «*magazine*». Aquests informatius regionals aconseguen, a més, audiències molt competitives. Per exemple, el *magazine* de N3 (el tercer canal de la NDR alemanya) obtingué el 1993 un *share* mitjà del 22%; l'informatiu de France 3 Aquitaine de les 19 hores aconseguí el mateix any un *share* mitjà proper al 40% a la seva regió; el programa informatiu de RTL Hei Elei, de Luxemburg, aconseguix audiències mitjaneres de fins el 35%, en un país amb prop de quaranta canals de televisió transmesos per cable, que arriben al 85% de les llars luxemburgueses.

Aquest interès de les audiències no només es refereix al que succeeix a la mateixa regió, sinó també al punt de vista de la regió en relació amb les coses que hi esdevenen fora i que l'afecten directament o indirecta, com per exemple els impactes a la regió de mesures de la UE sobre agricultura, indústria, ecologia, etc.

La necessitat de satisfer una demanda potencial de comunicació de proximitat no pot reduir-se al gènere informatiu. De fet, i en la mesura que les emissores aconseguen més autonomia i augmenten el nombre d'hores de programació, aquestes referències a la proximitat s'amplien cap a altres gèneres, especialment els reportatges, els debats, l'humor, la música, l'esport, la telecompra, la transmissió en directe de debats polítics... i es produeix, en conseqüència, un increment de la publicitat regional.

Una menció específica mereix el cas de l'esport, que constitueix, sens dubte, un referent del màxim interès, almenys potencial, per a les televisions a les regions. Aquesta potencialitat queda de moment limitada per l'alta competitivitat existent en la compra de drets de televisió i en les exclusives de transmissió de les competicions més populars, especialment les lligues de futbol. Però aquesta mateixa competitivitat pot transformar-se en una forma de diversificació de la programació que, en el futur, acabi per afavorir les televisions a les regions, que podran especialitzar-se en la cobertura dels partits dels equips de la regió. A Catalunya, per exemple, quasi tots els mesos, des de fa anys, la màxima audiència correspon a la televisió autonòmica TV3, amb la transmissió d'un partit del Futbol Club Barcelona, que aconseguix un *share* proper al 35%. Aquest sostre d'audiència d'una televisió autonòmica ha estat possible gràcies al fet que les televisions autonòmiques espanyoles han format un consorci per a la compra de programes (FORTA) i al fet, no menys transcendent, que aquestes televisions siguin plenament independents i, per tant, competitives respecte de les xarxes estatals de televisió.

Un cas a part és l'existència de programes de producció pròpia de les televisions regionals en el terreny de la ficció. Aquest és, d'altra banda, el principal problema de la indústria àudio-visual europea i és també el terreny en el qual la dimensió del mercat té la màxima importància. La ficció de producció pròpia és el gènere que menys sem-

bla adaptar-se a les possibilitats reals de les televisions a les regions. No obstant aquest gènere també apareix a les televisions regionals que podríem qualificar com a «més competitives». És el cas, per exemple, de Sianel Pedwar Cymru (S4C) del País de Gal·les, en el qual un programa de ficció, el serial *Pobol y Cwm*, emergeix en l'audiència i en la programació d'aquesta televisió de cobertura limitada. Per la seva banda, TV3 inicià el 1994 l'emissió, en horari de tarda, de la seva primera sèrie («telenovel·la») de producció pròpia, *Poble Nou*, amb un èxit d'audiència semblant al que fins llavors només havia aconseguit amb els grans gèneres (els informatius i el esports), i amb l'assoliment de fins el 38,8% del *share* durant els deu mesos de la seva emissió.

En els dos casos citats (Catalunya i País de Gal·les) existeix un segon factor que de cap manera podem oblidar: l'existència d'una llengua pròpia a les respectives comunitats, i d'una important consciència d'identitat cultural i nacional. Aquests factors apareixen com a decisius en la creació i en el manteniment de determinades cadenes de televisió en àmbits reduïts. És l'exemple fins i tot d'Itàlia, on les regions amb diversitat lingüística (en les quals es parla, a més de l'italià, les llengües francesa, eslovena, alemanya o ladina) són les que més han mantingut l'interès per les emissions regionals de la RAI 3.

Quatre raons per a una política europea de comunicació regional

Un dels principals problemes que ha d'afrontar una política de comunicació favorable al desenvolupament de les televisions a les regions és, a més dels dubtes sobre la seva viabilitat econòmica, la creença que aquestes televisions no responen a cap demanda social ni compleixen cap funció bàsica i necessària a les nostres democràcies. Aquesta creença, o aquesta incredulitat, pot trobar-se, amb major o menor èmfasi, entre responsables polítics, professionals, agents culturals o, fins i tot, entre investigadors de la comunicació.

Per la nostra part entenem que existeixen quatre arguments que justifiquen les polítiques favorables a les televisions a les regions, derivades de les quatre funcions principals que compleixen: polítiques, culturals, econòmiques i de desenvolupament tecnològic.

L'existència d'espais de comunicació propers a l'experiència immediata dels ciutadans —urbana, regional— facilita la participació política, en tant que permet la circulació d'un tipus d'informacions relacionades amb la pràctica i amb la problemàtica política de l'entorn. Aquest tipus d'informació, produïda a la regió, no pot limitar-se als mitjans impresos, ni renunciar a les condicions visuals pròpies de la nostra cultura i que ja s'han imposat als grans espais de comunicació (estatal i internacional).

En aquest sentit, la programació de les televisions a les regions pot gaudir d'avantatges *competitius* respecte de les televisions estatals i transnacionals en oferir, en exclusiva, la possibilitat de:

- a) Representar la realitat local davant de les realitats nacional i transnacional.
- b) Presentar i interpretar les notícies i les cròniques sobre política, cultura i economia nacional i internacional a partir de claus de selecció i de referència basades en les especificitats i en els interessos regionals.

- c) Realçar i donar visibilitat a les relacions que la regió manté amb altres realitats regionals del mateix estat i internacionals i als projectes que es deriven d'aquestes relacions.

Les polítiques de comunicació han de considerar la informació directa de l'entorn com un aspecte irrenunciable de la participació democràtica moderna.

Existeixen també poderoses raons culturals perquè les polítiques de comunicació reconeixin i donin suport a l'existència de les televisions a les regions. En el sistema de comunicacions modern no és possible el manteniment de les identitats culturals (i de les llengües) sense l'existència dels mitjans de comunicació corresponents als seus àmbits d'implicació. De la mateixa manera que en la comunicació moderna ja no poden desvincular-se el cinema i la televisió, tampoc no podran desvincular-se en el futur la indústria àudio-visual i altres sectors, tan importants per a la cultura com el teatre, la música, les festes o el patrimoni artístic.

Els espais regionals culturals (i el mercat dels seus productes) formen part de i són sempre menors que els espais culturals corresponents als estats. Per això, ha de considerar-se la dimensió regional quan es tracta d'establir polítiques de suport a les indústries culturals més dèbils.

És cert que algunes grans regions arriben a formar espais culturals tan o més grans que alguns petits estats de la Unió Europea. En aquests casos es posa més clarament de manifest la doble incidència de la política i del mercat en la supervivència de les indústries culturals. Es demostra, generalment, la importància que segueix mantenint la dimensió i les competències polítiques en aquesta supervivència i en aque t desenvolupament.

La transformació del sistema comunicatiu i la progressiva importància adquirida per la televisió han determinat que el sector àudio-visual (cine, televisió, vídeo) s'hagi convertit en un sector important de l'economia de serveis a Europa, amb un fort potencial en la creació de llocs de treball i amb un volum de negoci creixent.

L'existència o no d'un espai de televisió a les regions té també les seves repercussions en la dinamització de les economies. La televisió regional no ha de ser considerada com una activitat exclusivament cultural, sinó com un sector clau de l'articulació entre cultura i indústria. Encara més, aquesta vinculació que es produeix en el sector àudio-visual és, precisament, el que el converteix en un motor del desenvolupament global de la societat.

Ara bé, sovint és la pròpia viabilitat econòmica de la televisió a les regions la que es veu amenaçada per la situació del mercat televisiu. Les transformacions experimentades pels mitjans de comunicació àudio-visuals en els últims anys han estimulat el creixement del nombre de canals de televisió i de l'oferta de programes. El resultat d'aquest conjunt de canvis determina un gran increment de la competitivitat entre les televisions, que necessiten d'una major precisió en la caracterització de la seva programació i d'una major adaptació als gustos i interessos de les seves audiències. Aquesta transformació ofereix a les televisions de les regions la possibilitat de convertir-se en un element d'importància creixent en el nou mosaic d'oferta i demanda de programes de televisió.

Les televisions regionals poden trobar el seu propi espai si aconsegueixen distingir la seva oferta de programes de la de les grans cadenes nacionals i internacionals

i si, a més a més, tracten d'aprofitar les oportunitats obertes pel procés de segmentació que s'està produint a l'espai àudio-visual europeu i internacional.

Les televisions a les regions han d'enfrontar-se ara amb els factors de crisi de la producció àudio-visual buscant una sortida pròpia en els nous formats i gèneres televisius diferenciats, caracteritzats per continguts d'interès regional. Les televisions a les regions no estan en condicions de competir amb les economies d'escala pròpies de les grans cadenes en la compra o producció de productes de ficció, però sí que poden fer-ho, almenys parcialment, amb nous formats i gèneres televisius de costos accessibles i diferenciats de l'oferta de les cadenes i emissores nacionals i internacionals (Richeri, 1993). Això significa poder disposar d'una xarxa de relacions entre la televisió i altres institucions o entitats regionals i locals (periòdics, teatres, universitats, societats esportives, administracions públiques, etc.) per tal d'establir formes de cooperació i de cooperació permanents.

Aquesta cooperació ofereix l'oportunitat de proporcionar serveis (educació, formació, reciclatge professional, prevenció sanitària, etc.) destinats a públics especialitzats i generar, al mateix temps, recursos. D'aquesta forma, les televisions a les regions s'asseguren la seva pròpia viabilitat com a empreses i, al mateix temps, contribueixen al desenvolupament general de la comunitat. Tot i així, cal assenyalar que no existeix encara una cultura de la comunicació electrònica i àudio-visual suficient que porti a les institucions regionals i locals a utilitzar els nous mitjans per fer més eficaços i econòmics els serveis d'interès col·lectiu i de competència institucional.

Cal afirmar que una regió sense espai àudio-visual propi, sense capacitat de producció àudio-visual, sense programes de cooperació intersectorial, es condemna a si mateixa a la progressiva pèrdua de potencial en el conjunt del seu desenvolupament.

És necessari que la política àudio-visual europea entengui que l'única sortida de la crisi no es troba necessàriament en la transnacionalització, en el macromercat, sinó que possiblement es troba en una doble solució global i local. S'ha d'estudiar com serà possible congeniar l'existència de la diversitat (estatal i regional) amb la construcció d'un mercat comú, que alguns —possiblement amb massa precipitació— defineixen com l'únic mercat competitiu possible. En les anàlisis dels experts i en les declaracions oficials, amb prou feines es dona importància al valor econòmic de la diversitat.

El nostre estudi de les televisions a les regions ens fa pensar, en canvi, que la plena defensa del mercat àudio-visual, i com a conseqüència d'això la mateixa viabilitat de la identitat europea, només serà possible si s'aconsegueix articular la defensa de l'espai comú amb la defensa dels espais de la diversitat. Dit d'una altra manera, ningú no discuteix la importància cultural i econòmica de la creació de grans mercats, però queda pendent la interpretació de la importància cultural i econòmica dels petits mercats.

Tal i com es posa de manifest a l'article «Les regions: una qüestió pendent en la política àudio-visual europea», publicat en aquest monogràfic, són nombroses les declaracions i els documents de la Unió Europea que destaquen la necessitat de corregir el dèficit comercial amb els Estats Units en matèria àudio-visual. S'hi insisteix, a més, en el fet que aquest sector (en el qual els costos de personal arriben a

representar fins el 47%) no és solament clau des del punt de vista cultural, sinó també per a la creació de llocs de treball. El *Llibre Blanc creixement, competitivitat i ocupació* de la Comissió afirma que es podrien crear en els propers anys fins a dos milions de llocs de treball en el sector àudio-visual, si s'estableixen les polítiques adequades.

Aquest desideratum es relaciona únicament amb la necessitat d'amortitzar els costos de producció en amplis mercats interiors, és a dir, en el gran mercat comú. Però aquí entenem que aquest objectiu només serà viable si s'accepta la realitat (diversitat) del mercat cultural europeu. La diversitat no ha de ser considerada únicament com un obstacle a l'economia; la diversitat també pot ser considerada com un bé de mercat, sobretot si s'aprofiten totes les sinergies possibles entre els diferents espais de la comunicació.

La regionalització no ha de ser considerada com un obstacle, ni tan sols com un mal menor necessari per defensar la identitat, sinó com una nova oportunitat del mercat àudio-visual europeu. Articular el binomi «espai d'identitat» i «mercats culturals» constitueix ara el principal repte de les polítiques de comunicació a Europa, en totes les seves dimensions.

Finalment, també és necessari referir-se al paper de les regions en el desenvolupament tecnològic. Aquestes (però el mateix pot dir-se dels estats) no poden aplicar una política industrial en el sector de les telecomunicacions de forma aïllada. És precisament en aquest sector on es demostra amb major evidència la necessitat d'establir una política comuna europea. Però això no significa, tot i així, que les regions no puguin, o no hagin, de planificar l'ús de les telecomunicacions en les seves polítiques territorials, culturals, socials (educatives, sanitàries, etc.) i... de televisió.

Les tecnologies modernes es caracteritzen, precisament, per haver acabat amb l'escassetat de canals de comunicació, que en l'«era Marconi» podia justificar, en alguna mesura, la necessitat d'un control i d'una regulació exclusiva per part dels estats. Actualment, amb les noves tecnologies del cable, aquesta justificació ha desaparegut. Ens trobem en una nova era que es caracteritza per la multiplicació tècnica dels canals. Aquesta multiplicació no només permet, sinó que fins i tot aconsella una gestió més directa de les telecomunicacions en els àmbits més reduïts de les ciutats i de les regions.

Els recursos tecnològics poden representar tant un risc com una oportunitat per al desenvolupament integral de la comunicació a les regions. El risc pot venir determinat tant per aspectes econòmics, per exemple els alts costos d'uns equipaments només suportables per les «grans televisions», com per aspectes polítics i institucionals, tals com l'existència de suports comunitaris desequilibrats, o l'aprovació de normes o d'estàndards perjudicials per a les televisions de difusió limitada.

Però, d'altra banda, els recursos tecnològics ofereixen també oportunitats favorables per a les regions. Els baixos costos en l'emissió dels senyals de televisió, en la producció de determinats programes, o les noves formes de correu electrònic, constitueixen noves possibilitats per a la comunicació de difusió restringida.

Les noves tecnologies permeten un nou intercanvi intel·ligent entre la realitat regional i la resta del món. Es tracta, per exemple, de les noves tècniques de *videocomunicació* que permeten a una televisió utilitzar millor una xarxa de fonts permanents

(bancs, cambres de comerç, arxius i museus, empreses, ens locals, escoles i universitats, centres d'investigació, sindicats, etc.) que pugui afavorir la integració entre la televisió i el seu territori de referència.

Les noves xarxes d'informació, que a l'any 2000 arribaran a representar el 6% del PIB a Europa², hauran de disposar d'una alta capacitat transeuropea, però al mateix temps hauran de tenir una capacitat regional i local per respondre a les noves necessitats de les institucions, les empreses i els individus que vulguin tenir accés a les bases de dades, a l'extensió del teletreball, a la teleadministració, a la teleinformació o a la telemedicina.

A més d'altres transformacions (interactivitat, desenvolupament dels fenòmens multimèdia, multiplicació dels canals de comunicació, tecnificació dels processos de comunicació, etc.) el nou sistema comunicatiu (satèl·lit-cable) està determinant el redimensionament de les distàncies i l'aparició de nous espais de comunicació (mundials, continentals, nacionals, regionals, locals). Es produeixen així canvis en les fronteres polítiques o, almenys, canvis en la seva significació política i cultural (televisions mundials transfrontereres, televisions en regions transnacionals, televisions regionals, televisions metropolitanes, televisions municipals, televisions comunitàries, etcètera).

La política de comunicació europea només serà completa si és capaç de fer front als reptes que se li plantegen en els diferents espais de comunicació, uns espais que en comptes de desaparèixer amb la transformació tecnològica semblen reforçar-se en la dialèctica del que hem anomenat «descentralització a l'era de la globalitat».

Bibliografia

- CIRCOM (1983): *Première Conférence des télévisions régionales*. Lilla: Circom.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1992): *Pluralism and Media Concentration in the Internal Market. An Assessment of Need for Community Action*. COM (92), 480 final, de 23 de diciembre de 1992. Versió castellana: *Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria*.
- (1993): *Libro blanco. Crecimiento, competitividad y empleo. Los desafíos y las vías para entrar en el siglo XXI*. COM (1993) 700 final, de 5 de diciembre de 1993.
- CONSELL D'EUROPA (1987): *El rol de la comunicación en el desarrollo regional*. Ref. CC-GP 10 (87) 17. Estrasburg.
- (1993): «Symposium Presse, Télévision et Régions d'Europe». Cracòvia, octubre.
- CHARON, Jean Marie (1991): *L'état des medias*. París: La Découverte/Medias-Pouvoirs.
- DD. AA. (1985): «L'Audiovisuel en Région», *Dossiers de l'Audiovisuel*, 4 (novembre-desembre, 1985).
- DD. AA. (1990): «La télévision régionale en Europe», *Dossiers de l'Audiovisuel*, 33 (setembre-octubre, 1990).
- DAVIES, Janet (ed.) (1993): *The Mercator Media Guide*. Aberystwyth: University of Wales Press.
- EBLJL (1991): *Policy Document on Lesser Used Languages in Radio and Television*. Dublín: The European Bureau for Lesser Used Languages.

² Segons el *Libro Blanco. Crecimiento, competitividad y empleo* de la Comissió Europea.

- GARITAONANDÍA, Carmelo (1990): «Políticas de comunicación de las regiones y nacionalidades europeas», dins de RTVV: *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*. València: Ens Públic RTVV.
- (1993): «Regional Television in Europe», *European Journal of Communication*, vol. 8: 277-294.
- MIGUEL, Juan Carlos de (1993): *Los grupos Multimedia*. Barcelona: Bosch.
- MORAGAS, M.; GARITAONANDÍA, C. (eds.) (1994): *The role of regional television stations*. Document presentat a l'audició pública amb la Comissió de Política Regional, Ordenació del Territori i Relacions amb els Poders Regionals i Locals del Parlament Europeu, març de 1994. Brussel·les.
- MORAGAS, Miquel de (1986): «Lingue meno diffuse e mezzi d'informazione nella Comunità Europea: problemi della radio-televisione. Documento di base». Sassari: Istituto di Studi e Programmi per il Mediterraneo.
- MUSSO, Pierre *et al.* (1991): *Régions d'Europe et télévision*. París: Editions Miroirs.
- RICHERI, Giuseppe (1993): *La tv che conta. Televisione come impresa*. Bolònia: Baskerville.
- ROBINS, Kevin; MORLEY, D. (1992): «What Kind of Identity for Europe», *Intermedia*, vol. 20, núm. 4-5, Londres.
- SÁNCHEZ TABERNEIRO, Alfonso *et al.* (1994): *Concentración de la comunicación en Europa*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- VASCONCELOS, A. P. *et al.* (1994): *Rapport de la cellule de reflexion sur la politique audiovisuelle dans l'Union Européenne*. Luxemburg: Oficina de Publicacions de les Comunitats Europees.
- ZIMMERMANN, Peter (1990): «Las televisiones regionales en Europa», dins de *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*. València: Ens Públic RTVV.

Nota biogràfica

Miquel de Moragas Spà és catedràtic de Comunicació a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualment dirigeix els projectes de recerca següents: La televisió i els usos socials de l'esport (CICYT, Govern espanyol); Global TV and Olympic Games. The experience of Barcelona'92 (Comitè Internacional Olímpic); Televisió i Regions a la Comunitat Europea (juntament amb Carmelo Garitaonandía) (DGICYT, Govern espanyol). És autor de *Teorías de la comunicación* (Barcelona, 1981); *Sociología de la comunicación de masas* (Barcelona, 1985-1986); *Espais de comunicació. Experiències i perspectives a Catalunya* (Barcelona, 1988); *Televisiónes locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana* (Barcelona, 1991, amb altres); *Los Juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos* (Madrid, 1992).

Carmelo Garitaonandía Garnacho, catedràtic de Periodisme a la Universitat del País Basc, té una àmplia i polivalent experiència en recerca i ensenyament en l'àmbit de la comunicació de masses. Fou membre fundador del Consell d'Administració d'Euskal Irrati Telebista. Ha dut a terme recerques per a la UNESCO sobre l'estructura de la programació televisiva a Europa, i en els darrers anys s'ha especialitzat en el tema de la televisió regional. Actualment és codirector de la recerca Televisió i Regions a la Comunitat Europea (juntament amb Miquel de Moragas) (DGICYT, Govern espanyol). Durant el curs 1992-1993 fou professor visitant a la School of Communication & Theatre de Filadèlfia, on va desenvolupar una recerca sobre la televisió per cable als Estats Units. Algunes de les seves publicacions més recents són: *La radio en España*; *Las empresas informativas en la Europa sin Fronteras* (1992, amb altres) i *Imágenes recíprocas en los medios de comunicación social. Francia-España. Aquitania-País Vasco* (1993, amb altres).