

LES POLÍTIQUES PÚBLIQUES DE COMUNICACIÓ A EUROPA. UNA ANÀLISI DES DE LA PERSPECTIVA DELS MACROESPais REGIONALS*

MARCIAL MURCIANO MARTÍNEZ

Introducció

Per a tots els qui ens hem anat dedicant durant un quant temps a l'estudi dels sistemes de comunicació des de la perspectiva de la seva acció internacional, els fets esdevinguts durant l'última dècada ens han fet modificar significativament el punt de vista amb què abordem els temes tradicionals de la informació, la comunicació, la cultura o la innovació tecnològica en els sistemes portadors de missatges.

A parer meu, un dels aspectes centrals que caracteritzen aquest desplaçament de perspectiva està en la intensificació de la fase actual de *mundialització regionalitzada* en què ens trobem com a conseqüència de la *dinàmica econòmica de mundialització* en curs. El pensament anglosaxó denomina habitualment *globalització* aquesta dinàmica de mundialització, tenint en compte sobretot els aspectes tecnològics que van transformant la nostra perspectiva de l'espai i del temps. Com sabem, el pensament crític llatinoamericà ja havia introduït els anys vuitanta el concepte de *transnacionalització* per tal d'estudiar aquests mateixos fenòmens.

No m'estendré en la complexa problemàtica teòrica que introdueix la mundialització. Tan sols m'interessa subratllar que el tema de les polítiques de comunicació s'inscriu en el marc que defineix la regionalització del sistema mundial. I en aquest context analitzaré les característiques principals de les polítiques públiques de comunicació a l'espai europeu.

* Ponència presentada al Congrés INTERCOM 1996, celebrat a Londrina-Paraná (Brasil) els dies 2 a 6 de setembre de 1996.

Mundialització regionalitzada i macroespai europeu

Una de les característiques sobresortints de l'esmentada dinàmica de mundialització és la configuració d'una *nova articulació dels espais comunicatius*.

Enfront dels enfocaments tradicionals de fa vint anys, en què analitzàvem l'oposició de les forces nacionals arran de l'emergència d'una creixent activitat exterior transnacional, el que és característic de la fase actual és identificar a l'escenari planetari almenys quatre espais d'activitat comunicativa com més va més diferenciats. Aquests espais són, en un ordre de major dimensió a menor: primerament, l'*espai global*, que afavoreix la nova tecnologia i en el qual s'incrementa una difusió cada vegada més àmplia de missatges sincrònics; segonament, els espais supranacionals o *macroespais regionals*, característics de la fase actual de regionalització; tercerament, l'espai tradicional de l'*Estat-nació*; i, a l'últim, i com més va amb una identitat pròpia més gran, els espais locals, diferenciats per les seves característiques de comunitat específica (llengua, història, religió, costums, territori, etcètera).

En el context d'aquesta nova dinàmica d'espais comunicatius, em sembla oportú d'introduir la qüestió de les polítiques de comunicació a la Unió Europea.

La Unió Europea és des de 1992 l'espai regional en construcció més desenvolupat. La integració no solament econòmica, sinó també política i cultural ha configurat sobretot un ampli mercat que actualment supera els 350 milions de persones i en què es produeixen aproximadament una quarta part del PIB mundial i una mica més d'una tercera part del comerç mundial.

Aquesta integració ha originat una dinàmica important de canvis de tota mena: polítics, jurídics, comercials...; i, no cal dir-ho, és també motor d'un seguit de transformacions que s'observen en l'*esfera comunicativo-cultural*, d'altra banda molt afectada per la dinàmica d'innovació tecnològica esdevinguda durant l'última dècada.

En un parell de dècades, Europa s'ha convertit en un dels moderns espais geoeconòmics que es desenvolupen per tot el planeta. A hores d'ara, aquest procés d'integració es compon de quinze Estats membres —arran de la incorporació recent d'Àustria, de Suècia i de Finlàndia— i hi ha una llista de més de dotze països de l'Europa central i oriental que hi han sol·licitat l'ingrés, la meitat dels quals s'hi podrien adherir després de la unificació de la moneda europea, prevista per a finals de segle. Aquestes integracions donarien una dimensió geogràfica a la unió per

damunt dels 400 milions d'habitants i un espai geogràfic ampliat que aniria de l'Atlàntic a les fronteres de la Rússia actual.

Tal com hem avançat, el cas de la Unió Europea no constitueix pas un exemple aïllat en la construcció de macroespais regionals, sinó el model més acabat d'aquesta nova tendència, dins la qual podem considerar també la integració econòmica que s'acompleix a l'Atlàntic nord, amb la ratificació del Tractat de Lliure Comerç, liderat pels Estats Units i que integren les economies d'aquest país, del Canadà i de Mèxic.

Al Pacífic, des de fa temps es van posant les bases per a una associació similar prevista per als inicis del segle pròxim, encara que al Japó li resulta difícil encapçalar un espai on hi ha involucrades la Xina i l'Índia, que per llur dimensió i llur potència cultural són veritables macroespais per si soles.

L'altra gran experiència regional en marxa és constituïda pel sud del continent americà, on s'ha accelerat la integració dels països meridionals amb la signatura del Tractat de Mersocur, liderat pel Brasil i per l'Argentina i en què participen igualment l'Uruguai i el Paraguai.

Voldria afegir dues regions més a aquest nou ordre multiregional: per una banda, l'antiga Unió Soviètica, la Rússia actual, part dels problemes de la qual estan en la seva transformació en un espai regional, amb moneda, exèrcit i economia unificats; per l'altra, el món àrab, que ha iniciat fa dècades uns quants processos d'unificació regional sense gran èxit fins a aquest moment, però que conté tots els factors que en poden fomentar la unió: coherència lingüística, tradició històrica i cultural, necessitat econòmica i voluntat política.

Aquesta nova forma d'agrupació d'economies i d'espais nacionals es duu a terme, com hem avançat, en el si de la *dinàmica d'integració de l'economia mundial* i exigeix una *redefinició dels sistemes de comunicació* i dels seus *espais d'actuació*, que ara estan connectats per una nova dinàmica d'articulació que té una *lògica d'acció global*, la que li infereix l'activitat econòmica mundialitzada. Els principals actors econòmics que defineixen aquests nous espais són les modernes companyies transnacionals.

En el si d'aquests macroespais, els mitjans de comunicació constitueixen un dels elements centrals; per exemple, afavoreixen la creació i la difusió de la moderna cultura audiovisual, redefeixen les noves entitats col·lectives, contribueixen a la creació d'una cultura política comuna, etcètera. L'esfera de la comunicativitat és, per tant, l'element d'enllaç entre els nous espais regionals i la dinàmica global del sistema. L'esfera comunicativa constitueix el nexa simbòlic que permet l'articulació

dels espais de què hem fet esment: el local, el nacional, el regional i el mundial.

Els grans organismes d'actuació en les polítiques públiques de comunicació europees

Contràriament a una idea força estesa, a l'espai europeu i en l'àmbit de les polítiques públiques de comunicació coexisteixen actualment uns quants organismes supranacionals d'actuació. Els principals són:

— En primer lloc, la Unió Europea, que inclou els quinze països que firmaren el Tractat de la Unió l'any 1992 i que estan compromesos en el procés d'integració europea. Fonamentalment, la Comissió Europea és qui pren les iniciatives en matèria de polítiques de comunicació, tot i que també ho fan en menor mesura el Parlament de la Unió i el Consell, els quals són òrgans amb competències i poder diferents.

— En segon lloc, el Consell d'Europa, institució fundada a final dels anys cinquanta. És l'organisme europeu més representatiu —a què pertanyen més de trenta països, entre els quals hi ha la quasi totalitat dels països de l'Europa oriental—, però amb un pes i un poder menors en la definició de les polítiques europees.

En tercer lloc, la Unió Europea de la Radiodifusió (UER), fundada el 1950, en què hi ha integrats la totalitat dels organismes públics europeus de ràdio i televisió.

— Finalment, l'Organització Europea de Satèl·lits de Comunicació (Eutelsat), fundada el 1977, que agrupa els ens de correus i telecomunicacions públics europeus i actua com una branca regional de l'organització mundial INTELSAT. En general, a Europa els organismes de correus i telecomunicacions són les institucions encarregades de la transmissió de senyals i els difusors (canals i mitjans) han de negociar-hi la distribució d'emissions.

Aquests quatre actors són els que han intervingut significativament i en un grau divers en la configuració de polítiques de comunicació en els quatre àmbits principals següents:

1. La política organitzadora d'emissions de televisió.
2. La política de promoció d'una indústria audiovisual.
3. La política de telecomunicacions (reglamentació, desenvolupament de xarxes noves, disseny de les autopistes de la informació, etcètera).

4. La política industrial de materials per a la comunicació (en el sector electrònic, informàtic, d'equips, etcètera).

L'actuació de la Unió Europea en polítiques de comunicació

Fins a la signatura del recent Tractat de la Unió de 1992, les competències d'actuació de la Comunitat Europea en matèria de comunicació es limitaven als aspectes econòmics i industrials (béns i serveis). En aquest sentit, la comunicació i, més en concret, el cinema i la televisió només pogueren ésser tractats com a activitats econòmiques. El Tractat de 1992, després d'un debat intens i controvertit, va atribuir a la Unió unes competències culturals que fins a aquell moment solament duia a terme el Consell d'Europa dins l'espai europeu.

Tal com hem dit, de totes les institucions de la Unió, la Comissió (l'executiu europeu) és la que ha tingut un paper més actiu. Les iniciatives desenvolupades per la Comissió estan repartides en tres departaments (direccions) encarregats de l'elaboració d'informes i estudis específics pel que fa a comunicació:

— La *Direcció General III*, encarregada del mercat interior i dels assumptes industrials.

— La *Direcció General X*, dedicada a la informació, la comunicació i la cultura.

— La *Direcció General XIII*, dedicada a les telecomunicacions, les indústries de la informació i la innovació.

Des de l'inici dels anys vuitanta, aquests tres departaments fonamentalment s'han encarregat d'abordar els diferents aspectes de les polítiques de comunicació europees: la dimensió jurídica, la dimensió comunicativa i la cultural, i la dimensió tecnològica i la industrial.

La primera actuació significativa de la Unió en el camp de la televisió es remunta a una dotzena d'anys. El 1984 la Comissió presentà un primer informe o *Llibre verd per a l'establiment d'un mercat comú de la televisió a Europa*, conegut més endavant com «la directiva sobre la televisió sense fronteres». L'objectiu de l'informe era estudiar la situació de l'audiovisual en el si dels països membres i la necessitat de a) desenvolupar una *política coherent per a l'harmonització del sector* als diferents països —sobretot quant a la publicitat, la protecció de la joventut, el dret de resposta i els drets d'autor—; i b) proposar una *política comuna* capaç de superar les dificultats nacionals existents a cada país i respondre conjuntament als grans reptes econòmics i culturals involucrats en el sector audiovisual.

Al cap de dos anys, el 1986, els continguts de l'informe es transformaren en una proposta de directiva comunitària (llei per als Estats membres) en què es definiren els aspectes centrals de la Unió en el camp de la política audiovisual.

Primerament, la directiva proposava la planificació d'una *política tecnologicoindustrial* per als equips audiovisuals i invitava a l'adopció de normes tècniques comunes, especialment en la promoció d'una *norma per al desenvolupament de la televisió d'alta definició* (TVAD) i la seva estandarització a escala mundial.

Segonament, establia un programa de *política economicoindustrial* amb el propòsit de generar l'*espai audiovisual europeu* mitjançant la llibertat per a la lliure retransmissió de qualsevol emissió de televisió i la seva lliure recepció sense cap mena de traves. Fins a aquell moment, el mercat europeu audiovisual es trobava molt fragmentat per les normatives nacionals i les obres europees circulaven molt difícilment entre els diferents països (menys del 8 % de la producció europea era difosa a la regió).

Tercerament, la directiva fundava les bases per al desenvolupament d'una indústria de programes audiovisuals europeus —transformades més endavant en el *programa Media (Mesures per a impulsar i desenvolupar una indústria audiovisual europea)*—, capaç de respondre al repte polític i cultural de promoure la distribució de les obres audiovisuals europees en el si de la comunitat enfront de les posicions dominants que ocupaven i ocupen els Estats Units i el Japó tant en el mercat europeu com en el mundial.

En aquesta primera fase, la política europea se centra en dos objectius majors:

1. Per una banda, la consideració dels aspectes vinculats a la *dimensió tecnològica, industrial i econòmica de la comunicació*, objectivats en el sector audiovisual, camp que aglutinen tant els mitjans tradicionals com ara el cinema, la televisió i el vídeo com les infraestructures introduïdes per la nova tecnologia (satèl·lits, cable i noves xarxes portadores).

L'interès europeu es focalitza sobretot a fomentar i desenvolupar aquest gran sector econòmic i industrial, altrament tan estratègic i sensible en la nova economia mundialitzada dels anys vuitanta. Dades de 1993, establertes pel Consell d'Europa, avaluaven en 10 bilions de pessetes l'activitat econòmica de l'audiovisual europeu.

En efecte, l'economia de l'audiovisual s'ha convertit en pocs anys en un dels sectors de més gran projecció i importància per a qualsevol economia avançada. La televisió, com a mitjà de multirecepció, constitueix l'element bàsic per a tot un seguit de xarxes de comunicació —les hert-

zianes, les de cable i les de satèl·lit— ja que aglutina una activitat econòmica que desborda completament els marcs geogràfics tradicionals. Els objectius europeus s'han centrat a construir una indústria europea competitiva enfront de la concurrència de nord-americans i japonesos. De les 130.000 hores de programes difosos a Europa a mitjan anys vuitanta, només 25.000 eren produccions europees. La meitat dels programes importats eren nord-americans i el 60 % del cinema distribuït a Europa era dels Estats Units.

Pel que fa a la política industrial en la posada a punt d'una tecnologia per al desenvolupament de les televisions d'alta definició, la Comissió féu aprovar l'any 1986 una directiva que comprometia tots els Estats membres en l'acceptació d'un estàndard d'alta definició denominat *MAC Paquets*, que ha estat capaç de bloquejar l'adopció mundial pel Comitè Consultiu Internacional per a les Radiocomunicacions (CCIR) de la norma japonesa MUSE, molt més avançada en el seu procés de desenvolupament tecnològic. En termes de política industrial, l'adopció de la norma japonesa hauria significat un fracàs per als interessos europeus ja que tota la cadena de producció audiovisual depèn del tipus de norma adoptat.

2. En segon lloc, la consideració dels aspectes associats a la *dimensió política i cultural de la comunicació*. Per a la Comunitat Europea, l'interès a actuar en matèria de comunicació s'ha d'entendre com una voluntat política explícita per a superar el vell marc de problemes existents en el conjunt de les nacions europees, molt fragmentat per diferents interessos tradicionals, polítics, culturals i lingüístics. Per exemple, la directiva sobre la televisió sense fronteres és el primer instrument polític que permet suprimir el règim de monopoli que durant més de quaranta anys havia estat vigent a Europa i havia estructurat la totalitat dels sistemes de radiodifusió europeus.

La intervenció pel que fa a comunicació obre les expectatives per a la redefinició d'un gran projecte cultural europeu que es concreta després de 1992, data que hom concedeix les competències culturals a la Unió. Des d'un punt de vista polític, el projecte cultural comú per als Quinze permet reforçar la cohesió que indueix la integració econòmica per mitjà de l'expressió de la diversitat cultural que manifesten les diferents cultures nacionals europees. Tanmateix, fins ara l'*europeïtzació* de la cultura del Vell Continent s'ha identificat més per la seva oposició a les amenaces d'*americanització* de les indústries culturals europees o per les denúncies de *japonització* tecnològica que no pas per la consecució d'una *específica identificació col·lectiva europea*. L'establiment d'una *política cultural comuna* és un repte més gran per aconseguir encara en el projecte federal europeu.

A més de la directiva comentada per a l'establiment d'una norma comuna a l'espai europeu en la televisió d'alta definició i de la directiva per a l'harmonització del mercat de la televisió, la Unió Europea ha intervingut decisivament en la definició d'un *Programa d'ajuda per a la promoció de la indústria d'obres per al cinema i per a la televisió* (programa Media) per mitjà d'un ampli conjunt d'iniciatives que poden complementar els objectius definits per les polítiques tecnològiques i econòmiques ja esmentades.

El programa Media fou creat per la Direcció General XII —que és el departament encarregat dels temes més específicament comunicatius i culturals— el 1977 a proposta del Parlament i de la Comissió de les Comunitats Europees. De primer funcionà experimentalment entre 1988 i 1990 i, més endavant, entre 1990 i 1995, amb caràcter plurianual. La primera fase és coneguda amb el nom de Media 92, i la segona, amb el de Media 95. Actualment, el programa es troba en una tercera fase en què es van redefinint els objectius inicials.

El programa fou creat per a atendre les necessitats d'ajuda per al foment del sector de la producció, de la distribució i del finançament dels programes de cinema i televisió a Europa. L'objectiu del programa era la creació d'àmplies xarxes per a la col·laboració en projectes europeus, fomentats per un capital financer compartit al 50 % en els costos inicials, que van permetre l'atracció d'unes fonts financeres complementàries. Capitals provinents de fons públics europeus, d'organitzacions professionals, d'empreses privades i de patrocinadors han contribuït a crear d'aquesta manera una quantitat important d'actuacions europees. A finals de 1990, els fons compromesos en el programa Media ascendien a uns 11 milions d'écus i havien generat unes activitats en el sector audiovisual per un valor superior als 300 milions d'écus.

La Comissió va establir tres objectius majors per al programa Media:

1. *Unificar els mercats nacionals i crear sinergies transfrontereres* que permetin als operadors reforçar la seva posició gràcies a les economies d'escala.

2. *Contribuir a la reestructuració de la indústria audiovisual* donant prioritat a les empreses petites i mitjanes i comprnent tots els del camp audiovisual, ja que aquests són interdependents.

3. *Respectar les sensibilitats i les identitats nacionals i evitar la uniformitat cultural* tenint en compte els interessos dels Estats més petits i les llengües més poc esteses.

El programa Media es basa en l'estreta col·laboració amb els professionals de la indústria audiovisual (cinema, televisió, vídeo, satèl·lits i cable) i la seva acció se situa al llarg de tota la fase de producció i de

la cadena industrial generada, sense intervenir en el finançament directe d'obres concretes. Per norma general, les ajudes financeres que concedeix són bestretes sobre taquilla, reembossables més endavant. Les quantitats retornades s'integren una altra vegada en el fons i es reinverteixen. En la seva fase més avançada, el programa incloïa quasi vint àmbits d'actuació i de finançament dividits en sis camps principals: *formació de professionals, millora de les condicions de producció, distribució, explotació, finançament i desenvolupament de segons mercats* (arxivaments, reposicions, etcètera). Els fons pressupostats per al període 1991-1995 han estat de 200 milions d'ecus. El programa Media no ha estat limitat als quinze membres que componen la Unió Europea, sinó que s'ha obert als països de l'Europa central i oriental. Més de dues mil societats i organitzacions, principalment empreses petites i mitjanes, hi han participat en el període 1988-1995.

Entre les principals activitats impulsades pel programa Media hi ha: l'*Oficina Europea de Distribució de Films* (EFDO), amb base a Hamburg; l'*Espai de Vídeo Europeu* (EVE), coordinat per la Mediateca de Bèlgica i l'Institut Irlandès del Film; el *Fons Europeu per al Desenvolupament del Multilingüisme Audiovisual* (BABEL), establert a Suïssa; l'*Associació Europea per al Mercat Audiovisual Independent* (EURO-AIM); el *Club d'Inversions Media* (MIC), una col·laboració de l'INA francès i les grans empreses europees; l'*Associació Europea de Dibuixos Animats* (Cartoon); la *Media Business School* (MBS), establerta a Madrid amb l'ajuda de l'Institut Español de Cine y de las Artes Audiovisuales; el *programa Script*, d'ajut a l'elaboració de guions; etcètera.

Després de la signatura del Tractat de la Unió el 1992, la Comissió Europea ha orientat la seva preocupació política a harmonitzar les situacions monopolístiques i de domini existents en el sector dels mitjans europeus. L'*Informe sobre pluralisme i concentració dels mitjans en el mercat interior* (llibre verd de desembre de 1992) constitueix un esborrany de treball en curs i molt controvertit perquè introdueix la necessitat de crear a escala europea una institució independent encarregada d'harmonitzar les polítiques nacionals a favor del pluralisme en els mitjans, desafavorit per la tendència internacional cap a la convergència i la concentració multimèdia.

L'última preocupació en política de comunicació a la Unió Europea és constituïda per la reflexió entorn de la societat de la informació i la liberalització del sector de les telecomunicacions, estructurat a Europa en monopolis públics majorment. El recent *Informe Bangemann sobre Europa i la societat global de la informació*, presentat el 1994 per un grup de polítics i d'empresaris europeus, insta la Unió Europea a establir un plantejament reglamentari que afavoreixi a tot Europa l'aparició de nous sec-

tors dinamitzadors de l'economia i de l'establiment d'un mercat competitiu per als serveis d'informació, en la línia de l'ortodòxia liberal internacionalitzada.

Les polítiques del Consell d'Europa

Paral·lelament, i a vegades en confluència amb les intervencions de la Unió amb relació a polítiques de comunicació, el Consell d'Europa ha elaborat unes quantes mesures en el camp de l'audiovisual i dels mitjans de comunicació a través d'un Comitè Director per als Mitjans de Comunicació de Masses (CDMM). El Consell d'Europa és un organisme geogràficament amb un camp d'acció més ampli que el de la Unió, el qual comprèn una trentena de països, però té més pes coercitiu en l'aplicació i el seguiment de les polítiques de comunicació que desenvolupa. El quadre reglamentari que elabora es transforma en una acció denominada *convenció* a què s'adhereixen voluntàriament els països membres.

El fonament de l'activitat política del Consell d'Europa es basa en el fet que aquesta institució és dipositària de la *Convenció Europea dels Drets Humans*, l'article 10 de la qual concerneix la llibertat d'expressió i la lliure circulació d'idees, i de la *Convenció Cultural Europea*.

Després d'haver formulat durant la primera part dels anys vuitanta unes quantes recomanacions sense poder executiu, el Consell d'Europa es dedicà a partir de la Conferència Ministerial Europea sobre la Comunicació de Masses, celebrada a Viena pel desembre de 1986, a l'elaboració d'una *Convenció Europea sobre la Televisió Transfronterera*, d'una àmbició similar a la de la promulgada per la Unió Europea i que fou adoptada pel Consell de Ministres europeu el maig de 1989. D'ençà d'aquesta data, els diferents Estats membres del Consell d'Europa han anat rectificat la dita convenció per mitjà dels parlaments nacionals.

La segona iniciativa política significativa en matèria audiovisual presa pel Consell fou la creació, el 1989, d'un *Fons Europeu d'Ajuda a la Coproducció i la Difusió d'Obres de Creació Cinematogràfiques i Audiovisuales* (Eurolimages) d'acord amb el plantejament de la *Convenció Cultural Europea*, establert a Estrasburg. Igual que el programa Media, l'objectiu d'Eurolimages és fomentar la coproducció i la distribució de programes mitjançant ajuts financers parcials o bé contribuint als costos de doblatge i subtitulació dels programes europeus.

D'una manera similar al programa Media, Eurolimages va obrir els seus fons als països del centre i de l'est d'Europa abans que formessin part de l'organització.

L'elaboració paral·lela de polítiques europees de comunicació per la Unió Europea i pel Consell d'Europa ha generat un doble règim jurídic europeu. D'una banda, la Unió ha creat unes quantes *directives protectionistes* inspirades fins al moment per consideracions de classe econòmica i industrial fonamentalment (la lliure circulació de serveis i la promoció de les produccions europees, i llur difusió majoritàriament per mitjà de quotes exigides a la programació de les cadenes de televisió almenys en el 50 %). De l'altra, el Consell d'Europa ha creat *convencions*, inspirades essencialment per consideracions de dret públic i cultural (lliure circulació de programes i promoció d'obres culturals europees). En general, les polítiques de totes dues institucions són convergents en força disposicions i contribueixen a la *crystal·lització a l'espai europeu d'una política audiovisual cohesionada*. Ambdues institucions fomenten la política de quotes en les emissions de televisió —discutida per l'associació de televisions privades i el *lobby* publicitari europeu de la publicitat, entre algunes altres entitats—; la reglamentació dels continguts i del temps publicitari (del 15 al 20 % del temps d'emissió en televisió); el dret de resposta; la protecció de la infància i del jovent; la limitació a la interrupció publicitària d'emissions; etcètera.

Les iniciatives de la Unió Europea de Radiodifusió (UER) i de l'Organització Europea de Satèl·lits de Telecomunicació (Eutelsat)

Juntament amb les dues institucions majors mencionades en la presa d'iniciatives polítiques en comunicació a Europa, cal assenyalar el paper desenvolupat per dues organitzacions més: la UER i l'Eutelsat, complementàries de les anteriors.

La UER fou fundada el 1950 i és un organisme internacional no governamental que agrupa els serveis de radiodifusió d'Europa amb l'objectiu de coordinar-ne les activitats en el pla tècnic, jurídic i de programació en col·laboració amb alguns països i associacions de radiodifusió extraeuropees. Té la seu administrativa a Ginebra i disposa d'un centre tècnic a Brussel·les. Mitjançant quatre comissions — la de Programes de ràdio, la de Programes de televisió, la Comissió jurídica i la Comissió tècnica—, ha anat desenvolupant les activitats durant més de quaranta anys a l'espai geogràfic europeu. La més coneguda consisteix en l'intercanvi diari de notícies d'actualitat entre els seus membres. El paper de la UER en la radiodifusió europea ha estat molt important. Fins a unes dates molt recents detenia pràcticament en exclusiva els drets sobre totes les grans retransmissions esportives i els grans esdeveniments polítics i culturals europeus.

L'any 1987, en el context de les polítiques emergents de la Unió Europea i del Consell d'Europa, el Consell d'Administració de la UER sol·licità a la Comissió de Programes de Televisió un estudi de viabilitat per al llançament d'una cadena europea d'informació contínua d'actualitat. És un projecte denominat Euronews i neix com una mostra més de la política de mitjans europea.

Així, al cap de dos anys, el 1989, el Consell d'Administració aprova l'*Informe elaborat pel Grup Euronews* com una acció d'una gran importància i amb un gran significat respecte a la constitució de l'espai audiovisual europeu. Més endavant, aquesta iniciativa s'integra a l'horitzó d'objectius dissenyats pel programa Eureka Audiovisual. I, a la fi, dos anys més tard, rep el suport del Parlament Europeu i comença a funcionar pel gener de 1993 prop de Lió, a França.

El canal d'informació contínua Euronews és potser, encara que fallida, una de les millors iniciatives europees per a fomentar una autonomia audiovisual en l'actualitat informativa. Es fonamenta en els recursos no explotats d'informació de què disposa la televisió pública europea. Només una part mínima de les notícies emeses en els diferents espais nacionals europeus arriba a ser difosa en el conjunt europeu (menys del 10 % de les notícies).

Com que la UER gestiona tot l'intercanvi de notícies d'Europa, és fàcil i factible tecnològicament desviar per via de satèl·lit totes les notícies de les quals disposa la televisió europea a un nou centre on hom les pot tractar contínuament; és a dir, vint-i-quatre hores al dia i en diferents formats i blocs.

Pensat i dissenyat com un canal públic de dret privat amb vocació i responsabilitats de servei públic, Euronews ha estat finançat en una primera etapa per les grans empreses de radiodifusió europees (France Télévision, Radiotelevisión Española, la RAI italiana i, en menor mesura, les televisions públiques de Mònaco, Bèlgica, Grècia, Finlàndia, Portugal i Suïssa). Les seves inversions inicials van ésser de 25 milions d'ecus.

Gràcies a la nova tecnologia (els arxius automatitzats, el tractament electrònic de la informació audiovisual, la postproducció digital, la difusió multicanal d'emissions, etcètera), la informació s'emet per satèl·lit, via hertziana i cable a una audiència de 10 milions de llars, en els cinc grans idiomes europeus i sincrònicament per mitjà de cinc bandes diferents de so (alemany, anglès, francès, italià i espanyol, als quals s'ha estudiat d'afegir el rus i l'àrab).

L'experiència d'Euronews defineix com cap més la nova realitat comunicativa dels macroespais i de quina manera la tecnologia permet una arti-

culació flexible i enriquidora de les dinàmiques informatives i culturals entre els nous espais locals, nacionals, regionals i mundials.

En els seus tres anys de funcionament, Euronews ha dut a terme una política informativa independent i ha difós notícies produïdes d'una manera descentralitzada pels canals públics de tota l'Europa occidental, contribuint molt efectivament a la creació d'una nova visió sobre les identitats informatives i culturals europees (amb més de 7.300 hores d'emissió en el primer any i unes 7.300 notícies emeses —el 40 % de les quals eren de temes europeus—, 2.300 magazins i 43 retransmissions en directe, 22 de les quals eren dedicades a la política institucional europea). A tall d'exemple, el 1993 hom hi abordà i hi difongué 350 notícies amb tema espanyol a Europa. La *visió de l'altre* europeu no ha estat mai tan present en la societat europea com a través d'Euronews.

A l'últim, assenyalem breument un altre actor menor de la política europea, constituït pel consorci europeu Eutelsat, que integra les vint-i-sis administracions de correus i telecomunicacions europees que són membres de la Conferència Europea de les Administracions de Correus i Telecomunicacions (CEPT). D'acord amb la Comissió Europea, Eutelsat elabora la planificació de l'espai per als satèl·lits de telecomunicació. L'any passat va llançar el satèl·lit Hot Bird I, seguit enguany pel Hot Bird II, per a la difusió digital a Europa.

El paper d'Eutelsat ha anat essent limitat per l'emergència de les empreses de satèl·lits privades, com ara el cas del consorci Astra, que ha aconseguit el lideratge en l'emissió directa de senyals de televisió.

Consideracions finals

Les polítiques públiques de comunicació a Europa presenten una variació contínua de problemàtiques no mancada de claroscurs importants. Sovint han estat criticades perquè abandonaven els objectius creatius i culturals a la dinàmica del mercat i a una estratègia errònia que afavoreix la creació de grans grups multimèdia d'àmbit europeu, amb el perill que esdevinguin en si mateixos poders polítics reals que amenacen el pluralisme polític i en els mateixos mitjans (com ara el cas de Berlusconi a Itàlia i el de Conde a Espanya), i perquè creen quasi tants problemes com els que aparentment solucionen (com en el cas de la liberalització audiovisual, que ha afavorit la tendència a la compra de productes nord-americans i a la comercialització del sector audiovisual europeu).

Altrament, hom ha assenyalat que, per tal de potenciar la fràgil identitat de la cultura europea, s'ha recorregut a una simplificació del poder de

la cultura americana, fet que, d'altra banda, ha afavorit la presa de posicions polítiques proteccionistes dins l'espai europeu.

Per damunt d'aquestes crítiques reals, el que ha posat de manifest la reflexió sobre les polítiques públiques a Europa ha estat la interconnexió dels desafiaments econòmics, industrials i culturals d'aquest sector en el si de la comunitat. La comprensió d'aquesta realitat ha passat a ser considerada prioritària a l'agenda política de la societat europea. Els interessos econòmics del sector audiovisual són molt importants: un informe del comissari europeu J.-P. Vasconcelos, de 1994, assenyalava que el superàvit nord-americà en el sector audiovisual ascendia a 3.400 milions de dòlars i que la demanda europea, a causa de l'increment de canals, es duplicarà abans de la fi del segle. Hom estima en 2 milions els llocs de treball que poden ésser creats pel sector audiovisual en una dècada.

Malgrat considerar totes les observacions crítiques pertinents, les accions europees s'han orientat molt encertadament cap a la recerca d'una de concertada en el triple camp de la tecnologia de l'audiovisual, la reglamentació i l'harmonització del sector, i la dinamització i l'estímul del mercat de la programació. Sens dubte, és difícil traduir en iniciatives coherents les posicions polítiques ambivalents dels diferents Estats que integren la Unió. Les forces centrífugues alliberades pel mercat a vegades resulten més determinants que els objectius generals que orienten la política de comunicació comunitària.

Durant l'última dècada, molt sovint els esdeveniments han superat les expectatives i de les diverses iniciatives comunitàries en comunicació van emergint els problemes de l'agenda política de demà: la potenciació de la diversitat cultural europea com a valor per si sol, el manteniment del pluralisme empresarial i informatiu com a garantia de l'aprofundiment de la democràcia, l'equilibri entre la qualitat de la producció i la concurrència del mercat, la recerca d'institucions independents supranacionals que arbitrin els nous problemes plantejats pel desenvolupament dels mitjans de comunicació a l'espai europeu o la transformació de la societat europea en una societat postindustrial o de la informació.

Bibliografia

- BERZANTI, R. (1990). «La culture, paramètre vital de la “société européenne”». A: *Coherence in Diversity: the Challenge for European Television*. Manchester: European Institute for the Media.
- BURGESS, A. (1990). «European Culture: does it exist? *European Broadcasting*». *European Broadcasting Union Review*, vol. xli, núm. 2, p. 17-21.
- CHARON, J. M. [dir.] (1991). *L'État des médias*. París: La Découverte.
- COLLINS, R. (1992). *Broadcasting and Audiovisual Policy in the European Market*. Londres: John Libley.
- COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1984a). *Towards a European Television Policy*. Brussel·les: Comissió de les Comunitats Europees [European File 19/84]
- (1984b). *Televisión sin fronteras*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials [Com (84) 300 final]
- (1986a). «The Community's Broadcasting Policy». *Bulletin of the European Communities* (Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials), núm. 5.
- (1986b). *Proposal for a Directive on Common Technical Specifications of the MAC/Packet Family of Standards for Direct Satellite Television Broadcasting*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials. [COM 86 1 final, 22.1.1986]
- (1986c). *The MEDIA Programme*. Brussel·les: Comissió de les Comunitats Europees.
- (1988). *Green Paper on Copyright and the Challenge of Technology*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials. [COM (88) 172 final juliol]
- (1990a). *Communication by the Commission to the Council and to the European Parliament on Audio-visual Policy*. [COM (90) 78, 21.2.1990]
- (1990b). *La política de la Comunidad Europea para la industria audiovisual. Recopilación de textos legislativos y políticos*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials.
- (1990c). *Green Paper on a Common Approach in the Field of Satellite Communications in the European Community*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials. [COM (90) 490 final]
- (1991a). *Proposal for a Council Directive on the Coordination of Certain Rules concerning Copyright and Neighbouring Rights Applicable to*

- Satellite Broadcasting and Cable Retransmission*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials. [COM (91) 276 final]
- (1991b). *Communication to Parliament and the Council on encouraging Audiovisual Production in the Context of the Strategy for High Definition Television*. Brussel·les: Comissió de les Comunitats Europees. [SEC (91) 1470 final]
 - (1992a). *La política audiovisual de la Comunidad Europea*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials.
 - (1992b). *Pluralism and Media Concentration in the Internal Market*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials. [COM (92) 480 final]
 - (1992c). *Media Guide for the Audiovisual Industry. Edition 7*. Brussel·les: Comissió de les Comunitats Europees.
 - (1993). *Crecimiento, competitividad, empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials.
 - (1994). *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política audiovisual de la Unión Europea*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials.
- CONSELL D'EUROPA (1988). *Setting up a European Support fund for the Co-production and Distribution of Creative Cinematographic and Audiovisual Works (Eurolimages)*. Luxemburg: Consell d'Europa.
- (1989). *European Convention on Transfrontier Television*. Estrasburg: Consell d'Europa (5.5.1989).
 - (1990). *Explanatory Report on the European Convention of Transfrontier Television*. Estrasburg: Consell d'Europa.
 - (1991). *Council of Europe Activities in the Media Field*. Estrasburg: Consell d'Europa.
- DIBIE, J.-N. (1993). *Aid for Cinematographic and Audiovisual Production in Europe*. Londres: John Libley.
- EUROIMAGES (1991). *Eurolimages in brief*. Estrasburg: Eurolimages. [EUR/INF 90 1-9]
- GALTUNG, J. (1995). *Investigaciones teóricas. Sociedad y cultura contemporáneas*. Madrid: Tecnos.
- GONZÁLEZ MARTÍN, P. (1995). *Euronews*. Barcelona: Icaria.
- KING, A. [ed.] (1991). *Culture, Globalization and the World-System*. Londres: MacMillan.
- LANGE, A.; RENAUD, J.-L. (1988). *L'Avenir de l'industrie audiovisuelle européenne*. Manchester: Institut Européen de la Communication.

- MAGGIORE, M. (1990). *Audiovisual Production in the Single Market*. Luxembourg: Comissió de les Comunitats Europees.
- MURCIANO, M. (1992). *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosch.
- (1993). «La comunicació en el nou espai europeu». *Anàlisi*, núm. 14, p. 107-247.
- (1994). «Lo global y lo local en las estructuras de comunicación internacional». *Telos*, núm. 37, p. 27-32.
- OBSERVATORIO EUROPEO DEL AUDIOVISUAL (1995). *Anuario estadístico*. Estrasburg: Consell d'Europa.
- SÁNCHEZ TABERNERO, A. [dir.] (1993). *Concentración de la comunicación en Europa*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- SFEZ, L. [dir.] (1993). *Dictionnaire critique de la communication*. París: PUF, vol. 2.
- SIUNE, K.; TRUETZSCHLER (1992). *Dynamics of Media Politics Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. Londres: Sage.
- TYPE, M. (1990). «Facing the Future with Confidence. The EBU celebrates 40 Years of Achievement». *European Broadcasting Union Review*, vol. XLI, núm. 2, p. 12-15.
- UNIMÉDIA (1989). *Guide de l'audiovisuel européen*. Brussel·les: Unimédia.
- VAN HAMEL, A. [et al.] (1996). *Trading Culture: GATT, European Cultural Policies and the Transnational Market*. Amsterdam: Boekman Foundation.
- VANDERSANDEN, G. [ed.] (1991). *L'Espace audiovisuel européen*. Brussel·les: Institut d'Études Européennes.
- WANGERMÉE, R. (1989). «What Rules for Transfrontier Television?». *Media Bulletin*, vol. 6, núm. 2, p. 1-2.
- WATERS, M. (1995). *Globalization*. Londres: Routledge.