

Treballs de Comunicació [Societat Catalana de Comunicació]
Núm. 19 (setembre 2005), p. 37-46

XIV Conferència Anual de la SCC 2004

Informe sobre l'estat de la comunicació 2004

per Emili Prado

Catedràtic de la Universitat Autònoma de Barcelona
i director d'Euromonitor i d'USAMonitor

La meva intenció no és fer un informe exhaustiu, que seria inútil intent per part meva, del que ha estat aquest any la comunicació. I per tant no és l'estat de la comunicació el que intentaré fer, sinó un estat de la comunicació. Només faré referència, entre tants temes que estan presents en el panorama de la comunicació d'aquest any, a tres focus que a mi em semblen interessants pel que significa la transformació en el moment en què estem vivint. El primer gran bloc correspondria a la recuperació de les polítiques de comunicació com un element actiu i de debat després de molts anys d'estar vivint una mena d'ocultació i, fins i tot, una certa vergonya de reivindicar la política com un element absolutament vital per a la configuració del sistema de comunicació i tots els seus aspectes. El segon seria el desafiament de la mal assolida transició digital per manca d'unes polítiques de comunicació, que estan amenaçades en la seva pròpia virtualitat, i eines d'extraordinari interès com la ràdio digital corren el risc de ser arqueologia industrial abans que es procedeixi a la seva implantació. Finalment, tot això va lligat a l'últim aspecte que vull tractar: el dels continguts, conseqüència de l'encadenament d'aquests tres elements. Deixeu-me que comenci d'una manera que ja pràcticament s'ha convertit en un element recurrent, però que, em sembla, és molt il·lustratiu d'allò que vull significar. Els famosos tres dies aquests des de l'11 de març fins al dia de les eleccions posen de manifest moltes coses, una de les quals és una bona exemplificació de fins a quin punt el sistema de comunicació està canviant, i la il·lustració feta, part dels errors i part de les sorpreses rau en la manca d'identificació del canvi de model. El de comunicació de flux a la comunicació en xarxa, i no perquè l'una hagi acabat amb l'altra, que és una de les lectures dominants i la fascinació que sempre tenim pels fenòmens nous. S'han acabat els mitjans de comunicació, tot depèn dels mòbils, els missatges curts són el nou sistema de comunicació, i això és una lectura completament equivocada, una vegada més marquetiniana, perquè en realitat, efectivament, l'error en la interpretació del domini de la interpretació de fluxos era no controlar que hi havia elements que es podien escapar de la comunicació. I aquesta obsessió per controlar els canals de distribució tradicionals, que són canals verticals molt impermeables i per tant suscitaven l'ànnsia política pel control, els canals de distribució, no es pot seguir fent de la mateixa manera que es feia en el passat. Efectivament, el que dominava era la comunicació de flux, i els mitjans de comunicació de masses són bàsicament comunicació. L'existència de la comunicació en xarxa, que significa un canvi radical en aquest model de distribució vertical i fàcilment controlable, tampoc té una gran transcendència perquè malgrat que a Espanya, per exemple, l'índex d'usuaris de telefonia mòbil és extraordinàriament ampli, és molt menys àmplia, en canvi, la penetració de la comunicació en xarxa tradicional, que atemptaria contra aquest model de comunicació de flux poderós. Sí que té capacitat de mobilització, que queda al marge del circuit de distribució. Però estareu

d'acord amb mi que en la conjuntura que es va provocar no és una revolució dels mòbils, sinó una revolució de la combinatòria entre la mobilització social que efectivament es produeix a través de mecanismes de comunicació al marge del sistema de comunicació de masses, però que la transcendència social i política l'adquireix quan els mitjans de flux prenen la mobilització social com a referent i tornen a complir la seva funció tradicional de crear consens, de generació de participació política, d'establiment d'un marc de socialització. I sense que hagués existit aquesta possibilitat d'intervenció de la comunicació de flux tradicional, la potencialitat mobilitzadora de la nova estructura de comunicació a través d'aquestes altres infraestructures no hauria aconseguit la influència social i la influència política que va aconseguir. I crec que aquesta anàlisi és bàsica de fer amb aquesta distinció, perquè si no, ens equivoquem, igual que s'equivocaren els que van pensar que com que controlaven bàsicament tots els canals de distribució controlarien la distribució de la informació massiva. S'equivoquen aquells que pensen que a través d'Internet i els mòbils ja farem prou i que desplacen l'atenció dels mitjans de comunicació tradicionals i de masses com un element ja secundari que no s'interessa per fer política de futur. En conseqüència, crec que és important de veure com, primer, la història ja ens ho ha demostrat, cap tecnologia desplaça completament l'anterior, sinó que conviuen en un escenari d'influències mútues. I, per tant, hem d'estar molt atents a quins són els canvis respecte a què demanem a cadascun dels mitjans del nou ecosistema, que a més a més és un ecosistema en canvi, que no ha arribat al seu final. No estem a la societat de la informació, no estem a l'era digital, això és un horitzó on arribarem i que serà com serà en funció de les polítiques que desenvoluparem en el camp de les telecomunicacions i en el camp de la comunicació. Reivindicar, per tant, que el rol central dels mitjans de masses com a vertebradors socials malgrat l'adveniment de la societat en xarxa, que és inevitable i segurament desitjable, seguirà sent fonamental en el procés de socialització de la generació del consens de la creació de les identitats de reproducció cultural. I que l'organització d'aquests sistemes, per tant, hauria de ser d'autors d'aquesta idea malgrat que conviuran de forma activa i interaccionada en les noves tecnologies i la comunicació en xarxa. La comunicació de flux segueix tenint un paper central en l'organització social. Crec que m'agradaria reivindicar aquesta idea i subratllar-la com un element extraordinàriament important. I això em permet enllaçar amb aquesta renovació el que són els plantejaments de les polítiques de comunicació, aquesta recuperació conjuntural segurament, i que, per tant, s'haurà d'assegurar mitjançant la regulació. Que aquesta conjuntura es converteixi en norma i que no depengui de l'evolució política, que pugui ser aplicable a un nivell de democratització dels mitjans retroactiu en funció del fet que canviïn els qui governen. Fins i tot fent-se des de la millor de les intencions no converteixi aquest nou episodi de regu-

lació en un episodi que no assumeixi la necessitat de control; crec que avui ha sortit prou aquesta paraula, com per incidir-hi sense vergonya. Jo, que no tinc cap perill de patir síndrome de regulador, no estic en aquesta situació. Però el control amb garanties. Entenc la recança dels reguladors, però també entenc la recança dels ciutadans, quan senten a parlar del control de comunicació, que pot atemptar, i de fet ha atemptat sense ser regulat, a la llibertat d'expressió, llibertat de circulació, la llibertat de difusió. Per tant, l'eix central de la nova regulació ha d'incidir en aquest procés que ara s'obre, justament a garantir la independència de les autoritats reguladores. La despartidització de les entitats de control. Només d'aquesta manera estarem en condicions de tenir legitimitat de dir que sí, que volem que es faci el control de qualitat, igual que ho fan dels gelats, de la informació. I no només de la informació que ha estat circulant de manera infocentrista, jo diria de la comunicació. Ens oblidem generalment del fet que el procés d'influència social de la comunicació no es transmet només a través de la informació d'actualitat o a través de la informació política o a través de la informació periodística tal com normalment utilitzem aquest terme, sinó que la influència social es transmet a través dels valors que estan integrats en un dels productes culturals i molt particularment de tots els gèneres audiovisuals. I per tant quan parlem de control, parlem de control de qualitat del conjunt de la producció, no de la informació i del pluralisme polític sobre la informació política, perquè el pluralisme s'ha de garantir a totes les manifestacions culturals i de representació dels continguts. Bé, això que ens confronta en aquests moments i que aparentment s'ha obert la via de la re-regulació després de tants anys de desregulació. Ens confronta el fet de definir quines n'haurien de ser les característiques. No m'allargaré sobre això perquè fa uns moments algú ha parlat del tema de les autoritats després de revisar-ho molt, però crec que està molt clar el que ha de ser una autoritat reguladora. Ha de ser una autoritat independent, garantint aquesta independència amb els diferents mecanismes que ja coneixem prou d'experiències exteriors i dels fracassos d'experiències exteriors. Aquesta independència està molt lligada a la composició dels membres de l'autoritat i com es designen, i al fet que la garantia ha d'estar justament en la despartidització de la nominació dels components de les autoritats, que els garanteixi ser una autoritat independent i que després tingui garanties legals per a l'exercici d'aquesta independència de manera pràctica i que doni exemples d'independència real tant quan toca cridar l'atenció a mitjans que teòricament li són més pròxims com quan toca cridar l'atenció a aquells que no li són pròxims. Quan ha de tocar el crostó als interessos d'un partit o quan li interessa tocar el del Govern o el de l'oposició. Aquesta garantia ha de ser determinada per la composició de consell i per les normes específiques de funcionament. Com sabeu, l'equip que conformem Miquel de Moragas i jo vam fer el treball sobre la televisió pública a l'era digital. Us remeto a

aquest treball, on queden molt justificats quins perfils creiem que han de tenir els components d'aquesta autoritat i quines són les competències d'aquesta autoritat, i precisament per això és vital que ja sigui en la definició del nou Consell de l'Audiovisual a Espanya, o bé la redefinició del Consell de l'Audiovisual a Catalunya, es vagi a la proposta de màxims, que és la següent: és una autoritat independent, és reguladora, per tant promou regulació, fa propostes legislatives i és de control, per tant té sobirania per establir des de les sancions, els marcs de la regulació en funció que es vulnerin o no aquests marcs. Però, a més a més, s'ha de tenir allò que diem nosaltres en el llibre, capacitat propositiva. És a dir, en la mesura que estigui conformada per un cos de tècnics i d'especialistes i de gent que té una alta autoritat moral i professional ha de ser capaç també, amb tots els estris que té al seu abast, de promoure legislació d'anticipació amb capacitat de desenvolupar elements garantistes cap al futur. Perquè precisament estem vivint uns moments d'extraordinaris canvis tecnològics, d'extraordinaris canvis econòmics, d'extraordinaris canvis polítics en què la capacitat d'anticipació és la base per a les garanties, d'una altra manera sempre s'està jugant a la contra; és a dir, a anar a posar en primer pla el que, sent important, ha de ser complementari, el que és el paper de policia de l'alta autoritat. Però l'alta autoritat reguladora ha de poder proposar les polítiques de comunicació amb capacitat anticipadora, amb capacitat de garanties democràtiques i amb capacitat de subministrar els elements que garanteixin el funcionament d'un sistema plural en el seu conjunt. L'altre gran element dintre de l'àmbit regulador és el següent: en aquest nou estadi de transformació tecnològica, el sistema públic de comunicació cobra de nou un protagonisme que, fins i tot, alguns que havien anticipat la mort de la idea del servei públic s'ho han de tornar a replantejar. I justament el tema de les eleccions ha estat un bon exemple. En el moment que, des del poder polític i des dels poders econòmics, es pot limitar de forma efectiva i eficient la independència dels mitjans privats, l'únic àmbit que pot assegurar les garanties de difusió oberta i plural està en els mitjans públics. I sembla mentida que ho hàgim de dir a hores d'ara, però està bé que ho diguem perquè s'ha anat creant la ficció que això és un model obsolet i que correspon a una etapa de volgut control directe polític. I precisament per això s'han de garantir aquests mecanismes d'independència. D'una banda, a través de l'autoritat de l'audiovisual, la creació d'aquest consell; però de l'altra, a través de la garantia de la independència dels mitjans públics a través del contracte programa més ambiciosos. Ja ha estat un bon intent el cas de TV3 però en comptes d'anunciar grans principis que ha de complir la televisió pública, els concrets en objectius específics anuals, n'avaluï el cost, el paguem. No és veritat que la televisió i la ràdio públiques siguin cares. Si veiéssim el cost per capita d'aquest servei envers d'altres serveis socials, veuríem que, a més a més, és un producte que ens surt barat i que, evidentment, hem de

garantir l'eficiència de la gestió per complir de manera escrupolosa els objectius marcats amb el contracte programa. I sobre això, vull alertar sobre un element que és una trampa, que és allò de dir: a la televisió pública, com que estem en un sistema mixt, hi ha dues possibilitats, una, que només faci allò que no volen fer les privades o, dues, que la finançarem de manera mixta però que l'Estat, l'Administració només pagarà els programes de servei públic, que és absolutament un element que va en contra de la lògica del sistema. La televisió és un sistema. La programació és un sistema, no és la programació un conjunt de peces que funcionen de manera aïllada i, per tant, no s'ha de acceptar de cap de les maneres que algú caigui en la temptació, sigui quan s'estableixi el contracte programa sigui quan estableixin les funcions del servei públic, de marcar que determinats gèneres no ho són. Perquè això és un element sinèrgic i l'un arrossega l'altre, i si volem fer una televisió acomplint amb els objectius de servei públic que es defineixen, ha de tenir capacitat d'influència. Hem de deixar als professionals que gestionen les televisions tots els estris que tenen al seu abast per aconseguir la màxima penetració sense obsessions per liderat, però aconseguir un índex de penetració que justifiqui el compliment del seu servei públic. I si això no ho tenim present, tornarem a equivocar-nos en el mandat específic que es dona als mitjans públics i per complir amb el servei públic. Subratllo això perquè ja s'ha començat a parlar sobre el tema; estem en aquesta fase de gran discussió en l'àmbit de tot l'Estat de com ha de ser la televisió pública i si en calen dues, i si se'n pot privatitzar una. En la cerimònia de la confusió es posen exemples que són tramposos, com ara el cas de França amb la privatització del servei públic. És una opinió equivocada que ens pot confondre en l'acompliment dels objectius.

En la reforma de la televisió pública és obvi que s'ha d'apostar per una televisió competent, i quan dic competent vull dir que sigui capaç de competir amb les altres per tenir una porció important d'audiència. Aquest mecanisme és l'únic a través del qual podrà complir els seus objectius de servei públic. I al mateix temps reivindicar que el model de finançament de la televisió ha de ser un model de finançament públic en el qual pot haver una participació de finançament mixt, però que l'objectiu total a cobrir ha d'estar ben especificat en el contracte programa i la font de finançament ha d'estar garantida perquè sigui un sistema sostenible.

Permeteu-me que digui, en un moment, perquè és una altra de les armes mentideres que s'utilitzen en aquest debat, el següent: TVE no és deficitària perquè tingui una mala gestió, al marge que la tingui o no, en base que sigui manifestament millorable la gestió de la televisió pública de l'Estat, però la té perquè el sistema de finançament està fet perquè tingui un dèficit, i el dèficit ha crescut de manera progressiva, entre altres coses perquè les despeses de finançament del dèficit s'emporten

pràcticament la part del tot. En conseqüència, cal delimitar el cost en funció dels objectius, donar els mitjans per complir amb aquest objectiu i després, això sí, una altíssima fiscalització en l'acompliment de l'objectiu.

El segon element sobre el que volia centrar l'alerta és sobre aquest procés de digitalització, que té a veure amb algunes de les funcions que són noves per al servei públic. En el procés de trànsit entre la televisió analògica i la televisió digital, l'Estat va ser pioner amb la normativa però no ha estat pioner en una implantació efectiva perquè han equivocat el model industrial i el model regulador. I això té un preu elevat perquè, primer, s'han frustrat unes expectatives d'implantació i, segon, s'ha deixat una terra cremada. Primer, no s'ha tractat bé, en el disseny, els operadors en presència, donant-los un ample de banda que impossibilita la utilització dels avantatges que significa aquesta nova tecnologia en la transmissió de serveis de valor afegit, a part de televisió amb més alta qualitat d'imatge o, fins i tot, de més alta definició i, per tant, no hi ha manera d'utilitzar els múltiples, tal com es van atribuir, per generar tots aquests serveis de valor afegit. I després, la resta de recursos d'espectre que es van utilitzar es van donar a un model que era un model industrial no viable, que era utilitzar aquesta tecnologia no per canviar el model televisiu, sinó per servir com una plataforma més de difusió de la televisió multicanal i de pagament. No cal que expliqui res més perquè el fracàs espectacular de la plataforma *Quiero* m'estalvia fer més raonaments.

És evident que ara ja hi ha aquest paquet, és un dels elements bàsics per articular el futur de la planificació de les polítiques de comunicació, perquè en aquest moment que ens trobem, de trànsit a la societat de la informació, no oblideu que més del 70 % de la població no està connectada a la xarxa i, per tant, quan parlem de la societat de la informació com d'un bé massiu en el qual ja tothom està implicat, ens estem oblidant del 70 % de la població que només a través d'un sistema més amigable com és la televisió, de la qual tots som usuaris, podria introduir-se en els beneficis de la societat de la informació a través dels serveis de valor afegit i dels nous serveis que potencia la utilització de la televisió digital terrestre. A aquest element, a més a més, se li atribueix, i enllaço amb un dels papers que ha de complir la televisió pública que és, justament, ser un dels elements dinamitzadors d'aquest progrés de la societat de la informació, entre altres coses per algunes coses que ja s'han dit aquí, la necessitat de certificar el que deia en Josep Lluís, d'acreditar el valor de determinats mitjans, un dels valors afegits que té una televisió pública que compleixi amb les seves funcions és que té aquesta capacitat de certificació, aquesta capacitat de destriar en la seva elecció de continguts i serveis, el fet que hi ha una garantia que aquella informació que es difon o aquell servei que es transmet té garanties de professionalitat, de valor en els seus continguts, de veracitat, etc.

En el cas de la ràdio és més dramàtic perquè a la ràdio digital, a sobre, no se li ha marcat un període de finalització de la migració, no hi ha data per a l'*apagada* analògica i, per tant, es van fent concessions que són com brindis al sol, que els grups i les cadenes van com bojos per obtenir-les, evidentment, perquè ningú no vol quedar al marge d'això, però no hi ha cap desenvolupament ni del que es promet a les llicències, perdó, dels plec de condicions que es presenten per aconseguir les llicències, ni a la indústria pròpiament perquè si no hi ha expectativa de finalitzar amb la migració de l'analògic al digital, no necessito córrer per fer inversió ni desenvolupament de nous serveis a través de la ràdio digital. A més a més, la gent, per escoltar el mateix que ja escolta a través de la FM de manera relativament satisfactòria, no gasta diners per comprar receptors i si no hi ha receptors és el peix que es mossega la cua.

Però en canvi, aquest és un element essencial de plantejament en la planificació de les polítiques de comunicació de futur. I precisament per això, diguem-ne que lliga amb tot l'anterior, entre les competències de l'autoritat de l'audiovisual ha d'estar, també, la del control de la regulació, de la distribució de les freqüències de manera absoluta, és a dir, aquest és un tema absolutament innegociable. Prèviament hem de garantir la independència de l'autoritat perquè, si no, al contrari, pot passar el mateix que en la circumstància anterior en què les concessions s'han fet, no amb criteris de qualitat, professionals o de projecte o, no necessàriament només amb això, sinó constituent nuclis de favors que evidentment algun dia sortiran a la llum, i aleshores tots ens estirarem dels cabells.

Bé, aquest panorama ens posa per tant davant d'una situació de multiplicació extraordinària de canals que no ha parat, perquè aquestes tecnologies permeten encara la incrementació de nous i nous canals pràcticament sense límits. Al mateix temps s'ha anat produint un procés de concentració de les propietats com mai a la història, i no només aquí, evidentment, però aquí també, i la multiplicació dels canals no ha portat aparellada una diversificació de continguts i aquest és un element clau. Lamento no estar d'acord amb la citació que feia en Joan Manel de l'amic Martín Barbero, però crec que si mirem, i nosaltres ho fem constantment, el que surt per les pantalles de televisió sí que hi ha els trets d'una nova cultura global, no sé si dir-ne cultura, potser en això m'equivocho, però hi ha els trets de pràctiques culturals que estan promogudes pels mateixos models de programes. L'homogeneïtzació en l'oferta és extraordinària no només en televisions, independentment de la seva titulació pública o privada, i no només entre països sinó entre continents, i el procés d'homogeneïtzació de l'oferta i d'eliminació de la diversitat genèrica que hi havia a les gralles és extraordinari; més d'una tercera o quarta part de l'oferta està acumulada en tres macrogèneres: informació, ficció i *infoshows*.

Així com abans l'element homegeneïtzador era la televisió de matriu nord-americana, en aquests moments, l'homogeneïtzació es produeix a través d'un nou àmbit, aquest macrogènere híbrid que anomenem *infoshow*, la telerealtat, els reality, cadascú li diu amb la paraula clau que li vol dir, que ocupen cada vegada una part més important en el sí de totes les graelles.

En aquest any, als EUA, a les cadenes generalistes ja suposa el 23 % el temps que està ocupat per programes d'*infoshow* i a Europa hem arribat ja a un 16 %. Agafant així els grans mercats europeus de manera conjunta, suposa el 16 % del total de l'oferta televisiva. Pensem que a inicis de la dècada a Europa suposava un 4 %. Hem passat del 4 % al 16 % i no ha deixat de créixer i cada any s'incrementa. Aquests productes són, si bé no els mateixos, sí són idèntics a tots els mercats i per primera vegada circulen també en direcció contrària; és a dir, els *reality games*, *Gran Hermano*, *Supervivientes*, i tota aquesta gamma de productes que, en molts llocs, se'n diuen *Pop Idol*, en altres *American Idol* i aquí se'n diu *Operación Triunfo*, circulen per tots els mercats internacionals. Per tant, tinc molts dubtes quan diem que seguim enganxats a les cultures locals tot i que hi ha una globalització. Crec que, des del punt de vista de la televisió, es pot assegurar que hi ha uns trets identitaris en l'àmbit cultural que són garantits per aquest creixement extraordinari dels *infoshows* en totes les graelles televisives arreu del món.

Això seria un aspecte, que és la quantitat, però després hi ha un aspecte qualitatiu que és el següent: no només té importància l'*infoshow* perquè abasta pràcticament un quart de les graelles televisives sinó perquè, a més a més, el seu estil està emigrant als altres gèneres. Els informatius estan utilitzant cada vegada més continguts propis de l'*infoshow*, aferrats al tema del groc i del rosa amb una intensitat extraordinària, l'espectacularització dels tractaments (abans s'ha fet una referència a les diferències que hi ha entre tractar un esdeveniment luctuós com l'atemptat de Madrid d'una manera periodística o entrar en el joc de les emocions). Cada vegada n'hi ha més, com a tendència dels estils generats pels *infoshows*, en els programes informatius, inclosos els telenotícies, inclosos els programes d'informació diària, inclosos els *current affairs* o programes de reportatges, que cada vegada incorporen més aquestes temàtiques al seu repertori i, a més a més, es manifesta també en l'àmbit formal, en el tractament espectacular, la incorporació de formes de realització que incorporen els elements explotats i explorats en el camp de l'*infoshow*.

Passa el mateix amb la ficció, que està incorporant argumentari propi de l'*infoshow* i fórmules de realització i de llenguatge pròpies de l'experimentat a l'*infoshow*, i passa també amb el concurs que incorpora elements d'humiliació procedents directíssimament de l'experimentació feta en el camp de continguts de l'*infoshow*. En definitiva, ens trobem

en una situació en què, identificat el trànsit entre el que seria la societat industrial i la societat de la informació com un element fix però en curs, estan encara presents els elements propis de les societats industrials que eren els mitjans de masses, que arribaven contemporàniament a una gran quantitat de persones amb un nombre limitat i, per tant, una capacitat per crear homogeneïtzació social, crear consens, establir elements de conscienciació identitària i conscienciació cultural. En aquest sentit, els mitjans de masses funcionaven com a columna vertebral de l'Estat, de l'Estat modern ben entès. En una situació en la qual passem a una comunicació basada en la informació digital i en xarxa en què ja no hi haurà només una forma dominant en aquesta comunicació de flux. En aquest nou escenari, conviuran la comunicació de flux amb la comunicació interactiva, amb la comunicació en xarxa, amb les formes de comunicació individual, però mediada per tecnologia que, diguem, ens obliga a reformar a l'hora de pensar en les polítiques de comunicació, que no estaran només en el control de la informació, ni tan sols principalment en el control de la informació, que no estaran només en el control de la difusió, sinó també en la política activa en el camp de la producció. Perquè només posant a disposició del públic els continguts elaborats amb una matriu cultural pròpia, amb una matriu identitària pròpia, etc., aquests seran consumits dintre d'aquesta capacitat deslocalitzada d'arribar i agafar el que fan arreu del món i això, que suposa també una forma diferent de fer les polítiques de comunicació, és molt important llegir-ho al revés.

La necessitat que segueix tenint la societat d'elements que la fan consumir productes de comunicació que li permeten una fase de socialització, encara que sigui superficial. I la gent segueix veient la tele generalista malgrat que té cent cinquanta canals especialitzats d'arreu del món, entre d'altres coses perquè hi ha elements de gratificació en la *praxi* social. I si no, per parlar de l'últim programa o de l'últim *infoshow* o debat que hi hagi a la TV amb els companys de feina o en el seu entorn pròxim. Molts elements de la *praxi* de socialització troben grans dificultats de desenvolupament i, evidentment, és molt difícil pensar una societat política sense mitjans de comunicació que no siguin només d'estat, és a dir, mitjans de comunicació sincrònics amb la *praxi* social.