

## 5. Conclusions

### 5.1. Resum de l'estructura de les televisions locals: característiques principals

#### 5.1.1. 104 televisions locals

A novembre de l'any 2001 havíem pogut identificar l'existència d'un total de 104 televisions locals a Catalunya (vegeu l'inventari annex). Aquestes televisions responien a una tipologia molt diversa, pel que fa a dimensions, programació, àrea de cobertura, volum econòmic, ús de tecnologies, etc. i es distribuïen en 93 ciutats i 26 comarques (vegeu el mapa annex). Aquesta quantitat i diversitat d'emissores, així com la seva distribució territorial, ha determinat una considerable multiplicitat de veus i constitueix una important experiència, excepcional a Europa, de descentralització audiovisual.

#### 5.1.2. Distribució territorial

Tot i que hi ha un gran nombre de televisions locals a Catalunya, la seva distribució territorial presenta força desequilibris. Únicament el 9,8% de les poblacions catalanes compta amb una televisió local instal·lada en el seu àmbit municipal i un 34% de les comarques catalanes encara no disposa de cap televisió local al seu territori. Finalment, en els àmbits territorials i en les demarcacions provincials és on es poden observar les diferències més grans: l'àmbit metropolità de Barcelona disposa de més del 40% de les televisions locals catalanes i la demarcació de Barcelona té més del 60% d'emissores del Principat. A l'altre extrem, la demarcació de Lleida no arriba al 3% de les televisions locals catalanes (vegeu el mapa annex).

#### 5.1.3. Període de creació de les televisions locals

Pel que fa a l'antiguitat d'aquestes emissores, podem assenyalar que les nascudes abans de 1985 representen el 13% de les televisions actuals. Són majoria (55%) les que

han aparegut durant la darrera dècada, de 1991 a 2001. També cal destacar que un 30% d'emissores emeten amb posterioritat a gener de 1995, data marcada per la legislació vigent, central i autonòmica, perquè puguin mantenir, provisionalment, les seves emissions.

#### 5.1.4. Titularitat

Quant a la titularitat, la majoria de televisions locals es divideixen, gairebé a parts iguals, en dos grans grups: 52 emissores són públiques i 49 són privades. Només 3 emissores són de caràcter mixt. De tota manera, cal destacar el pes de les televisions privades gestionades o impulsades per entitats culturals sense afany de lucre amb subvencions municipals (56,4%), la qual cosa dona al sector públic un protagonisme important.

#### 5.1.5. Àmbit de cobertura

L'àmbit de cobertura de les televisions locals ha experimentat una forta modificació des de 1991. Així, actualment, només el 31% de les emissores tenen com a àmbit de cobertura la seva localitat de referència, és a dir, són estrictament locals. Els àmbits de cobertura s'han anat eixamplant: més del 31% de les televisions locals abracen més d'un municipi (supralocals), un 14% són comarcals i un 6,6% són supracomarcals (emeten per una territori superior a la comarca, ja sigui per vocació o per "desbordament hertzià"). I encara un 9% són intercomarcals (pensades per donar cobertura a dues o més comarques).

#### 5.1.6. Regularitat i horari de les emissions

Hi ha un alt nombre de televisions locals (96%) que emeten regularment, entenen per regularitat un període d'emissió predeterminat i preanunciat. De tota manera, dins d'aquesta regularitat s'hi troba una gran varietat de períodes. La més comuna és l'emissió diària, amb un 76%

de les televisions. Pel que fa a les hores setmanals d'emissió, el grup més nombrós és el que emet 168 hores setmanals (un 28% del total d'emissores).

### **5.1.7. La producció pròpia: eix de la televisió de proximitat**

La producció pròpia és un dels grans recursos de les televisions locals catalanes. El 62% de les televisions afirma que més de la meitat de la seva programació es basa en la producció pròpia. El 34% de les televisions locals catalanes se situa en la franja més alta d'emissió de producció pròpia, entre el 75% i el 100% de la programació. L'augment de la presència de producció aliena mostra dos fenòmens ben diferents: el farciment de la programació amb finalitats lucratives i la cooperació interlocal. El primer fenomen consisteix en la inclusió a la graella de programes de ficció i de productes paratelevisius de caràcter comercial (tarot, televenda i informació comercial); el segon, respon a l'intercanvi de programes entre estacions, l'adquisició de programes a alguna de les televisions locals o a estructures catalanes de subministrament de programes (CLC i Circuit) i, finalment, l'adquisició directa d'emissions a productores catalanes.

### **5.1.8. Estructura bàsica de la programació**

La televisió local a Catalunya estructura la seva oferta, bàsicament, sobre el macrogènere informació, autèntica espina dorsal de la graella. Aquesta política atorga a l'experiència de les televisions locals una forta caracterització de mitjans d'informació.

Els programes informatius són dominants en totes les franges horàries, sobretot en la sobretaula i en el prime time; períodes en els quals arriben al 77% del temps disponible. La resta de macrogèneres tenen un paper complementari, que no secundari, ja que connoten cada televisió amb un accent peculiar. La tendència més significativa la representen les incursions en l'entreteniment, especialment amb concursos i xous (programes de producció pròpia) o amb cinema, sèries i serials (programes adquirits). Un altre contingut de complementaritat significativa és l'esport, que assoleix un 6% del conjunt de l'oferta, encara que només l'inclouen a les graelles un 38% de les estacions.

L'anàlisi de l'oferta ens ha permès constatar un grau elevat

d'estandardització formal de la producció televisiva local i una gran diversitat de continguts respecte a l'oferta televisiva de les grans cadenes generalistes. Des del punt de vista dels continguts, es constata la funció de servei públic del sector de les televisions locals, independentment de la seva titularitat, ja que fan de canal de difusió d'unes informacions i uns temes que no circulen pels grans mitjans de comunicació. Aquests temes, i els actors socials que els protagonitzen, accedeixen a la televisió local despullats del sensacionalisme desnaturalitzador que els serveix de passaport per traspasar les pantalles de la televisió generalista.

### **5.1.9. Hores emeses**

Donades les característiques del conjunt de les televisions locals a Catalunya, podem concloure que la xifra total d'hores emeses l'any pel conjunt de televisions locals a Catalunya s'apropa a unes 400.000 hores, de les quals, però, només el 25% (100.000) són emissions de programes pròpiament televisius (i encara caldria considerar la redifusió). En qualsevol cas, aquestes hores, sumades a les que emeten TV3 i Canal 33, constitueixen un gran patrimoni audiovisual per a Catalunya, patrimoni que entenem que ha de ser interpretat com de gran valor estratègic en el marc del conjunt de la indústria audiovisual catalana.

### **5.1.10. Tecnologies de difusió**

La tecnologia de difusió predominant en les televisions locals catalanes encara és, de forma clara, les ones hertzianes. Així, més d'un 84% de les emissores del Principat fan servir aquesta tecnologia per emetre. Pel que fa al percentatge restant, un 9% fa servir el cable i un 4% fa servir les dues tecnologies simultàniament.

La poca extensió del cable a Catalunya fa impossible que, de moment, aquesta tecnologia tingui un pes específic important en el sector. Així, el 9% que fa servir exclusivament el cable correspon a emissores de ciutats que compten amb petites xarxes coaxials utilitzades històricament per salvar les dificultats orogràfiques que dificultaven la recepció de les emissions hertzianes de les grans televisions generalistes espanyoles i catalanes. Pel que fa al 4% que simultanieja les dues tecnologies, algunes són televisions ubicades en ciutats amb xarxa coaxial però que també emeten via hertziana. Les altres són estacions

de grans ciutats catalanes que ja disposen de xarxa de banda ampla, com Barcelona i Terrassa.

#### **5.1.11. Tecnologia audiovisual**

Pel que fa a la tecnologia audiovisual, s'observa una gran heterogeneïtat entre les televisions locals. Així, mentre hi ha televisions que encara utilitzen aparells domèstics analògics, n'hi ha que ja fan servir tecnologia digital en els seus processos de producció. Aquesta tecnologia inclou des de càmeres i magnetoscòpis fins a l'equipament d'edició, passant pels equips de so.

Els formats predominants dins del sector de la televisió local són el domèstic i l'industrial; el format professional és el menys habitual i queda clarament reservat a les televisions de més pressupost.

De tota manera, la configuració tècnica més comuna és l'eclèctica, que inclou la convivència de tecnologies analògiques i digitals, així com dels estàndards domèstic, industrial i professional, combinats de forma més o menys canònica.

#### **5.1.12. Aspectes econòmics**

Una de les característiques principals de les televisions locals catalanes és la modèstia econòmica. En aquest sentit, més del 50% de les televisions treballen amb pressupostos inferiors als 10 milions de pessetes anuals. De tota manera, en aquest inici de mil·lenni ja es detecta l'existència de televisions amb pressupostos més elevats: un 3% manifesten tenir més de 200 milions de pressupost anual. Si es té en consideració la tendència d'algunes televisions cap a la professionalització i l'entrada dels grans grups de comunicació en el sector, es pot preveure l'increment del volum econòmic d'algunes d'aquestes televisions.

#### **5.1.13. Organització professional**

La tendència a la professionalització ha quedat a bastament certificada en diferents apartats del nostre estudi. Un dels indicadors d'aquesta tendència és el grau de complexitat organitzativa de les televisions locals actuals. Tot i que hi ha una elevada dispersió hem pogut identificar un nivell d'organització creixent. Encara que subsisteixen les emissores que prescindeixen del tot d'una estructura organitzativa (organització de grau zero, 17%), prop de la

meitat de les estacions aposta per una elevada formalització estructural (organització estructurada, 30%, i organització complexa, 13%). A més a més, la resta de televisions opta per una mínima organització (organització elemental, 40%).

L'augment de les estructures d'organització és un element altament positiu si es té en compte l'àmplia mobilització de persones que significa la gestió de les 104 televisions locals existents a Catalunya. Es pot calcular que aquesta activitat implica unes 2000 persones entre professionals contractats i col·laboradors.

#### **5.1.14. La nova estructura associativa de les televisions locals**

L'estructura associativa de les televisions locals es basava inicialment en la necessitat de defensar els interessos comuns, o fins i tot l'existència, davant de les administracions (derivada del seu estat d'alegalitat).

Actualment, les raons per associar-se i les estructures associatives s'han diversificat i s'han fet molt més complexes. A més de mantenir la funció "defensiva", les associacions també funcionen ara com a xarxes de distribució de continguts i de coordinació tecnològica i, encara que inicialment, com a centrals de compres. Aquestes noves funcions les compleixen les tres federacions principals de televisions locals i una empresa participada per emissores.

A més d'aquestes estructures, també es multipliquen les fusions i les col·laboracions entre dues o més televisions amb la finalitat de compartir la programació, la producció de continguts o la publicitat.

Aquesta evolució posa de manifest un canvi de prioritats en les necessitats federatives de les televisions locals, que han passat de la defensa institucional i legal a una defensa més estructural, que té en compte la viabilitat econòmica i la cooperació en termes d'indústria audiovisual.

#### **5.1.15. Internet: nous reptes i oportunitats**

Les experiències de les televisions locals a Internet encara són molt limitades. El nombre d'emissores que tenen web s'incrementa contínuament, però a finals de 2000 encara no arribava al 50% de les televisions.

L'esquema bàsic del contingut d'aquests webs inclou una presentació de l'emissora (generalment, històrica), la llista

dels col·laboradors, la graella de programació, informació sobre la publicitat (preus inclosos) i les formes de contacte.

Els webs d'algunes televisions (encara pocs) pretenen fer de portals informatius, de manera que poden aprofitar la seva producció d'informació per a la televisió. Uns altres webs (també casos excepcionals) han iniciat l'experiment de convertir-se en veritables portals de la localitat, encara que en aquests casos es troben amb la competència dels ajuntaments, que solen tenir objectius similars.

Analitzades les estratègies de comunicació en conjunt, sembla evident que aquestes televisions locals hauran d'encarar el seu futur en l'àmbit local amb una oferta específica de comunicació per a la Xarxa, aprofitant totes les sinergies i la notorietat que els facilita la seva presència televisiva.

## **5.2. Les televisions locals de proximitat: el seu valor per a la democràcia i la identitat cultural**

Al llarg de les pàgines anteriors hem anat veient les característiques i la diversitat de les actuals televisions locals a Catalunya. Tenim, doncs, prou informació per entendre que l'existència d'una televisió en un territori local no és sinònim, automàticament, de l'existència d'un espai per a la participació democràtica i per a la identitat cultural. Però també tenim raons per afirmar que l'espai local és un espai irrenunciable de la democràcia i de l'identitat cultural i que aquestes funcions momés es fan efectives quan les televisions locals actuen com a televisions de proximitat.

Entenem per televisió de proximitat aquella que s'adreça a una comunitat local delimitada territorialment, però que ho fa amb continguts relatius a l'experiència quotidiana dels receptors, a les seves preocupacions, al seu patrimoni cultural, a la seva memòria històrica, etc. amb voluntat d'incrementar la participació social de la comunitat.

Per tant, proximitat fa referència a l'àrea geogràfica de difusió (local), però sobretot es refereix als usos socials dels continguts. El concepte de proximitat aplicat a la televisió, implica el reconeixement d'un escenari compartit entre l'emissor (l'estació de televisió) i l'audiència, i això ha de quedar reflectit en el contingut final de la seva programació, principalment en els telenotícies, però també en la resta de programes: reportatges, entrevistes, debats, talk shows, documentals o magazins, on s'expressa el debat cultural de cada comunitat.

### **5.2.1. Les sinergies positives amb el sistema català de comunicació**

Les televisions locals, tal com ara les hem definit, representen grans avantatges i sinergies positives per al conjunt del sistema de comunicacions i, per tant, han de ser objecte de protecció per part de les polítiques de comunicació democràtiques.

De la nostra recerca podem deduir diversos arguments que justificarien aquesta protecció. En primer lloc, considerem les sinergies positives que poden establir-se entre les televisions locals i el conjunt del sistema de comunicació català.

Les televisions locals de proximitat representen la presència dels territoris i col·lectius més petits als mitjans de comunicació i, més concretament, als mitjans de comunicació audiovisual. Aquesta presència té una gran significació cultural i econòmica en el context de la societat que s'està implantant als països de capitalisme avançat, com a contrapartida i alternativa a d'altres processos de globalització cultural més poderosos.

D'altra banda, i relacionat amb l'anterior, cal contemplar les televisions locals com un dels puntals del sistema de comunicació a Catalunya, com un recurs de gran importància estratègica en el context de la centralització estatal i de la globalització de la comunicació, especialment de la comunicació audiovisual.

Les televisions locals també tenen una gran significació i valor estratègic per al conjunt de la indústria audiovisual catalana. Així s'han de valorar les prop de 102.492 hores de programes televisius pròpiament dits emesos per aquestes estacions. Aquesta capacitat de producció, descomptant les redifusions, fa que les televisions locals siguin alguna cosa més que un laboratori: la potència d'algunes d'aquestes televisions i la seva capacitat de producció i d'inversió en continguts els atorga un paper força important per a la indústria audiovisual catalana. A més a més, aquesta producció significa un gran valor en termes d'arxiu d'imatges i de patrimoni audiovisual de Catalunya.

També cal destacar que moltes televisions locals duen a terme una important tasca d'innovació i d'experimentació en el camp dels gèneres i dels formats televisius: des de formats quasi tot notícies locals i comarcals, fins a televisions temàtiques culturals, passant per formats innovadors (càpsules, jornades temàtiques). La possibilitat

d'assumir riscos en la innovació i aplicació de formats experimentals les hauria de convertir en un gran laboratori audiovisual descentralitzat i de gran capacitat de producció en el seu conjunt.

Les televisions locals també desenvolupen una important funció d'escola de professionals de la comunicació, de gran transcendència pel conjunt del sistema audiovisual català. Les televisions locals no només representen una primera sortida professional per a molts estudiants de comunicació, sinó que permeten la formació de professionals en els diversos sectors del camp audiovisual (redactors, guionistes, productors, actors, tècnics d'imatge i de so, etc.).

Finalment, hi ha una nova raó que justifica la importància que cal atorgar a les televisions locals en el conjunt de les nostres polítiques de comunicació i que pot ser decisiva de cara al futur: les televisions locals poden constituir un dels principals puntals de la presència de les petites ciutats i de les comarques en les noves formes de comunicació i activitats pròpies de la societat de la informació. Moltes televisions locals ja han començat a afrontar el seu procés de convergència amb Internet. No només es tracta de construir el web de cada emissora, sinó de participar de les noves formes de comunicació i de les noves ofertes de comunicació en xarxa.

### **5.2.2. Les funcions culturals, polítiques i socials de les televisions locals**

Les funcions que desenvolupen les televisions locals no es poden limitar a la seva incidència dins del sistema comunicatiu català, a la seva contribució en la descentralització del mateix sistema o a augmentar la capacitat de producció de la indústria audiovisual catalana, sinó que també s'han de considerar els efectes positius que aquestes televisions poden tenir per a la comunitat des del punt de vista social, polític i cultural.

La majoria de televisions locals tenen l'objectiu de facilitar l'accés a la televisió de la comunitat on estan instal·lades. Aquest esperit comunitari que va inspirar el naixement del fenomen a Catalunya i que encara inspira moltes televisions locals les ha convertides en mitjans de promoció de la participació ciutadana i de democratització de l'accés als mitjans. Les comunitats locals que disposen de televisions locals han tingut un canal de difusió on informar-se del que passa dins del col·lectiu ciutadà però, també, un mitjà on

expressar les seves opinions i donar a conèixer punts de vista que difícilment es veurien reflectits en televisions d'àmbits de cobertura superiors. En certa manera, aquesta funció comunitària de les televisions locals les ha convertit en elements dinamitzadors de la vida social, política i cultural dels àmbits de recepció més petits.

La vessant de servei a la comunitat es veu complementada per una altra funció de gran importància en molts nuclis urbans de Catalunya: hi ha televisions locals que, a més de contribuir a la democratització del sistema comunicatiu, també han estat instruments de preservació de les identitats locals, han servit d'elements cohesionadors i d'autoreconeixement ciutadà i comunitari.

A més a més, dins de la seva mateixa comunitat, les televisions locals també han contribuït al desenvolupament de certs aspectes econòmics i comercials. Així, les televisions que emeten publicitat han permès donar a conèixer nombrosos comerços, serveis i indústries de les ciutats que, d'una altra manera, no podrien tenir accés a la publicitat televisiva. La funció comunitària de la televisió, doncs, no té només implicacions polítiques, socials o culturals, sinó també econòmiques.

Finalment, reiterem el que moltes vegades ja ha estat reconegut: la importància històrica de les televisions locals en el procés de normalització lingüística del català. Ja des d'un bon principi, i també actualment, la majoria de les televisions locals emeten la totalitat de la seva programació íntegrament en català. De fet, el català ocupa el 86% del temps d'antena de les televisions locals, fet que el converteix en la llengua majoritària. A més a més, cal considerar que són molt poques les televisions en les quals la llengua predominant no sigui el català.

### **5. 3. Condicions de supervivència: pros i contres de les actuals televisions locals**

Els valors positius que fins aquí hem reconegut a les televisions no estan garantits d'antuvi, sinó que han de ser considerats com a valors potencials, la virtualitat dels quals serà la conseqüència d'una política de comunicació capaç de preservar les seves característiques de proximitat. I aquesta és una possibilitat sotmesa a un joc d'oportunitats i riscos. Unes i altres són factors presents en una mateixa balança, la inclinació de la qual dependrà, finalment, de

factors socials, de les polítiques de comunicació que s'hi implementin. En tot cas, no hi ha prou raons per imaginar que siguin causes internes al sistema de comunicació o, encara menys, causes tecnològiques, les que puguin fer inclinar la balança cap a la desaparició o desnaturalització de les actuals televisions locals de proximitat a Catalunya.

Ara bé, per poder dur a terme aquestes polítiques de comunicació cal saber identificar prèviament les oportunitats i els riscos. Aquest és l'objectiu dels punts següents.

### **5.3.1. Dels projectes comunitaris a les noves estratègies professionals**

Les primeres experiències de televisió local a Catalunya es van guiar per iniciatives amb voluntat de participació, de caràcter voluntari i comunitari. Amb el pas dels anys, sense renunciar a aquelles sensibilitats, les iniciatives segueixen ara, majoritàriament, la nova lògica de la indústria audiovisual, amb una peculiaritat fonamental: les televisions locals només es poden beneficiar parcialment de les economies d'escala que caracteritzen les indústries culturals modernes.

Per això, més que parlar de lògiques industrials hem de parlar de lògiques de professionalització que s'imposen en diverses esferes: en la de la producció de continguts, en la dels processos tecnològics (producció i emissió), i tant en el sector públic com en el sector privat.

En les primeres etapes de televisió local, la proximitat s'obtenia gràcies a la participació de la gent, de forma voluntarista. Actualment, aquesta proximitat es mira de garantir mitjançant una mediació professional sensible als continguts locals, mitjançant plantejaments que defineixen els models de programació i que saben adaptar-se a les actuals condicions de producció de continguts.

### **5.3.2. El descobriment del valor de l'espai i del mercat local**

El voluntarisme inicial, els projectes culturals de participació eren, bàsicament, alternatius respecte al sistema de comunicació dominant. Les primeres iniciatives contraposaven els projectes locals a les lògiques dominants dels sectors megacomunicatius. En aquelles primeres etapes, els anys vuitanta, les empreses de comunicació manifestaven un interès molt escàs pels àmbits locals (mesocomunicatius). Però les coses van començar a canviar substancial-

ment a finals dels noranta, quan aquestes empreses van constatar les oportunitats que oferia l'espai local per als seus negocis de comunicació.

Aquest nou interès es basa en dues línies d'oportunitat principals: d'una banda, l'existència del que s'anomenen nínxols d'audiència i, per tant, oportunitats de mercat publicitari. El valor d'aquests nínxols es fa més evident en el context de la fragmentació de les audiències que s'inicia amb l'aparició de les televisions privades generalistes el 1989 i, encara més, amb les noves ofertes de les plataformes digitals que segmenten les audiències i substantiven la importància de la fidelització de les audiències segmentades, ja sigui per temes (canals temàtics) o per àmbits territorials (canals nacionals, regionals, locals).

D'altra banda, aquest interès de les empreses de comunicació grans i mitjanes per la televisió local també neix de les noves exigències de les seves estratègies d'expansió multimèdia. Les empreses de comunicació (o més ben dit, les empreses periodístiques) senten la necessitat de fer-se presents en els diversos sectors de la multimediació (ràdio, publicitat, Internet i, especialment, televisió). Algunes d'aquestes empreses es veuen beneficiades per les noves concessions de llicències (hertzianes, amb peatge, digital) d'àmbit estatal o autonòmic; d'altres, però, en veure's excloses d'aquesta assignació de llicències opten directament per iniciar-se en el sector audiovisual per mitjà de la seva presència en el sector de les televisions locals.

Algunes d'aquestes empreses se senten identificades amb l'esperit fundacional d'aquelles emissores, amb els seus projectes de proximitat, on hi troben àmbits de negoci acceptables; d'altres, però, ocupen aquest territori de manera purament conjuntural i especulativa, com una oportunitat i un primer pas cap a àmbits i negocis més rendibles.

Aquesta diferència també marca la necessitat d'una política audiovisual que afavoreixi una tendència o l'altra. De moment, la manca de legislació afavoreix la més especulativa, sobretot en un context en el qual aquestes empreses posen clarament en joc les seves influències, la seva capacitat de pressió política, com un actiu més de les seves possibilitats d'expansió.

### **5.3.3. Televisions locals a tots els municipis: per què no?**

Quan es comenta que a Catalunya hi ha actualment 104

televisions, la reacció més comuna, fins i tot entre els experts, és la de sorprendre's per l'exagerada quantitat de televisions existents. En alguns casos, aquesta reacció va acompanyada d'un rictus de commiseració o d'ironia per una abundància que se sospita insostenible.

La nostra reacció davant d'aquesta xifra és ben diferent: si s'accepten les diverses funcions que es poden atribuir a les televisions locals (d'ordre econòmic, cultural, polític i social) el que ens hauria de sorprendre és que a Catalunya encara hi hagi prop de 800 municipis sense televisió local.

Les dues posicions, la de sorpresa perquè n'hi ha tantes i la de sorpresa perquè n'hi ha tan poques, deriven, en el fons, d'una concepció diferent respecte a la tipologia i les característiques que han de tenir les televisions locals.

Si les televisions locals han de ser una rèplica oportunista de la programació i de les funcions de les televisions d'àmbits territorials superiors (nacional, regional o mundial), aleshores, efectivament, les 104 televisions són una exageració que no caldria protegir, sinó mes aviat reduir. Si, en canvi, es considera que les televisions locals han d'estar formades per una gran diversitat tipològica, adaptada a les condicions de cada localitat (no només demogràfica), aleshores, efectivament, a Catalunya encara existeix un gran buit en aquest sector.

També és cert que a moltes localitats i comarques són uns altres mitjans de comunicació (la ràdio i la premsa) els que compleixen amb aquestes funcions de comunicació de proximitat; però aleshores només ho fan a mitges, perquè es deixa d'utilitzar un dels llenguatges comunicatius bàsics de la nostra societat: el llenguatge televisiu.

La flexibilitat en la conceptualització dels projectes de televisió local i la flexibilitat corresponent en la seva regulació seran condicions bàsiques d'un desenvolupament sostenible i complet del sistema de comunicació a Catalunya.

#### **5.3.4. La televisió pública en l'àmbit local**

La cobertura que de l'espai local fa la televisió, per raons ben òbvies d'economia d'escala, només pot ser garantida plenament, segons diverses formes de participació, pel servei públic.

És cert que hi ha moltes iniciatives privades que actuen en aquest sector i que gestionen les seves televisions amb criteris de proximitat. Però aquesta no és pas la tendència universal. La primera limitació del model privat es troba en

les poblacions més petites, per sota de la línia dels 25.000 habitants. La segona limitació s'observa en la tendència a rendibilitzar les experiències de televisió local a canvi de renunciar a una veritable programació de proximitat.

D'altra banda, cal destacar el gran nombre d'iniciatives de televisió local privada (prop del 70%) que compten amb el suport indirecte del sector públic mitjançant subvencions.

Es pot concloure clarament que sense la iniciativa pública (per gestió directa, gestió indirecta o subvencions) l'experiència de televisions locals a Catalunya no tindria la vitalitat que avui demostra i que la fa pionera a Europa.

Però aquesta participació del sector públic en les televisions locals encara apareix de forma massa poc transparent, tant des del punt de vista del control de les emissores com des del punt de vista de la seva regulació política.

Tot el que haguem pogut dir de la necessitat de reforma del sistema audiovisual públic en els àmbits estatal i autonòmic ho podem repetir, i encara amb més èmfasi, en el sector de les televisions locals: cal una nova regulació, més transparent, més democràtica i més eficaç.

La llista de funcions que proposàvem per a les televisions públiques (29) és aplicable, en gran mesura, a les televisions locals de proximitat, tant pel que fa al que anomenàvem funcions històriques més convencionals com pel que fa a les noves funcions del sistema audiovisual en transformació.

Entre les primeres, destacàvem les funcions de pluralisme i garanties democràtiques; de participació política; de dinamització cultural; d'expressió de la identitat; de control de qualitat de la programació; de creativitat; d'educació; d'equilibri territorial i de desenvolupament econòmic, etc., totes elles aplicables al sector de la comunicació local. Entre les noves funcions, destacàvem el compromís de les televisions públiques amb les noves estratègies de desenvolupament de les comunicacions i, en general, en l'equilibri del sistema de comunicacions a l'era digital, funcions totes elles que també es poden aplicar al sector local.

Cal afegir, però, les funcions específiques de la televisió de proximitat: dinamització de la vida local, culturalment i política; foment de la participació; escola de comunicació i d'innovacions; garantia del llegat històric i cultural; desenvolupament de la producció audiovisual, etc.

### **5.3.5. El control democràtic de les televisions públiques locals**

Tot el discurs sobre la necessitat de reformular les pràctiques de control democràtic de les televisions públiques d'abast nacional també és aplicable al sector de les televisions locals. O, fins i tot, encara ho és més, ja que aquestes televisions no estan sotmeses, com sí que ho estan les televisions públiques nacionals, a la mirada crítica dels mitjans de comunicació.

Les poblacions que opten per una televisió estrictament pública, municipal, s'haurien de dotar de nous mecanismes de control democràtic i independent que evitin el control directe per part de l'equip de govern o de l'alcaldia. En aquests casos, sembla necessari generalitzar la fórmula que ja han aplicat alguns municipis de Catalunya amb la creació dels consells municipals de comunicació, organismes independents que vetllen per la neutralitat política i pel compliment dels corresponents contractes-programa dels mitjans de comunicació municipal.

Les fórmules mixtes, en les quals participen els municipis juntament amb empreses del sector, o les que es regeixen per una participació indirecta del municipi, amb la concessió d'ajuts i subvencions, també s'haurien de sotmetre a aquests procediments de control independent. Cal evitar, en qualsevol cas, que els convenis entre municipis i televisions privades locals es converteixin en fórmules bloquejades d'influència partidista sense possible control ni del ple municipal ni d'altres agents com els consells municipals de comunicació.

### **5.3.6. Cap a un nou sistema multisectorial de televisions públiques a Europa**

Ara bé, aquesta participació del sector públic local, de la administració local, en el sistema televisiu no hauria de considerar-se de forma independent del conjunt del sistema públic de televisió.

I en aquest sentit sembla que tot estigui per construir: no hi ha coordinació efectiva entre les grans televisions públiques europees. A Espanya, fora de la Federació de Televisions Autònòmiques (FORTA), unides per fer front a les estratègies de programació de les grans cadenes, no hi ha una coordinació efectiva entre la televisió pública estatal i les televisions autonòmiques, també públiques. A Catalunya, després de prop de 20 anys, encara no hi ha

coordinació, ni per suposat sinèrgies, entre la TVE a Sant Cugat i TVC a Sant Joan Despí. Les televisions locals públiques no tenen cap estructura estable de cooperació amb la televisió pública catalana: el màxim que s'han fet són contactes bilaterals i alguna reunió de sondeig d'interessos. La falta d'una política integrada de comunicació, especialment del sector públic de televisió a Catalunya és, encara, un assumpte pendent.

I no és només això, sinó que, a més, aquestes televisions públiques competeixen entre si i no sempre de forma justificada. Hi ha una part d'aquesta competència que es refereix a aspectes que podríem dir competencials, relatius a l'autonomia política. Però hi ha un altre nivell de competència no justificable des del punt de vista d'una política democràtica de comunicació: la que s'estableix entre emissores i àmbits de televisió pública únicament en funció dels respectius governs que la tutel·len. Aquesta competència, tan poc creativa, és la que es podria suprimir amb el guiatge d'organismes de control independents.

### **5.3.7. Dues llicències per municipi?**

La legislació actual reconeix el dret a tenir televisions locals tant a la iniciativa pública com a la iniciativa privada. Aquest doble reconeixement, que sembla indiscutible des del punt de vista dels principis d'un sistema de comunicació amb lliure concurrència, topa, finalment, amb dos problemes ben diferents: d'una banda, la inviabilitat de l'existència de dues televisions en els àmbits més reduïts i, de l'altra, la dificultat de mantenir aquesta limitació, de només dues televisions, en els municipis més grans, com és el cas de Barcelona.

Aquesta dualitat, raonable des del punt de vista del legislador que ha de contemplar situacions generals, va perdent sentit a mesura que ens aproximem a localitats més petites, progressivament, per sota dels 25.000 habitants. En aquests casos, sembla que la fórmula més viable serà la de les emissores de caràcter mixt, en les quals el sector públic col·labora amb la iniciativa privada (empreses o entitats culturals).

En tot cas, no tindrà cap sentit la participació del sector públic a escala local si no és per fer televisions compromeses amb les missions de proximitat i sotmeses al control independent de l'òrgan de garanties (consell municipal de comunicació).



### 5.3.8. Fórmules flexibles de viabilitat per a les televisions de proximitat

Les televisions de proximitat, per les mateixes limitacions i dimensions de l'àmbit local, necessiten trobar fórmules de viabilitat que els permetin fer front als costos de producció i de manteniment. Cal tenir en compte, per exemple, que el cost de crear una emissora de televisió local es calcula entre 20 i 25 milions de pessetes i la producció d'una hora de televisió es calcula en unes 250.000 pessetes.

Per fer front a aquestes dificultats, les televisions locals troben els principals camins de sortida següents: ampliar el territori i buscar un mercat sostenible; planificar la redifusió de programes; autolimitar la programació i la producció pròpia en la mesura de la seva audiència; establir estratègies de cooperació, de coproducció, i fins hi tot d'emissió en cadena, amb altres emissores de televisió local; emetre publicitat local o no local, i ser emissores públiques municipals o rebre ajuts del sistema públic municipal.

El legislador ha de comprendre que totes aquestes fórmules poden estar destinades a reforçar les condicions de viabilitat de les televisions locals, i no són, necessàriament, fórmules que tendeixin a difuminar el caràcter de proximitat d'aquestes emissores.

El nostre estudi posa en evidència, per exemple, que un gran nombre de televisions locals a Catalunya (prop del 70 %) no són estrictament locals, sinó que són més aviat supralocals (31,6%), intercomarcals (9,2%), comarcals (14,5%) o, fins hi tot, supracomarcals (6,6%) i intercomarcals (9,2%). Aquest procés d'expansió, que es va incrementant dia a dia, ve determinat per una recerca natural d'audiències i mercats més grans. Però aquesta no és pas l'única raó que pot explicar aquest procés: també cal considerar altres raons geogràfiques, històriques i culturals. Les poblacions de Catalunya constitueixen un teixit de relacions que és el fruit d'una llarga història de múltiples formes d'intercanvi comercial i cultural. Això també determina múltiples formes de veïnatge, d'amistats i de rivalitats, que influeixen sobre la creació dels espais de comunicació local.

Així, per exemple, el veïnatge de grans capitals de comarca determina una especial dinàmica protelevisions locals a les poblacions de l'entorn. Aquestes raons històriques també són les que determinen l'èxit de la televisió d'una població entre les localitats veïnes i l'existència d'un nombre considerable d'emissores supralocals (31,6%).

Quines raons es podrien esgrimir per no respectar o potenciar aquesta complexitat geogràfica?

En tot cas, el marc legislatiu hauria d'incloure clàusules de garantia per tal d'evitar la pèrdua dels valors de proximitat, tot i permetre les diferents fórmules de viabilitat explorades fins al moment per les televisions locals a Catalunya.

### 5.3.9. A què podem denominar televisió local?

Les televisions locals més professionalitzades, amb àmbits d'audiència competitiu, programació estable, capacitat de negociació amb altres emissores per la venda de programes o per la participació en projectes de coproducció, han començat a sentir la necessitat de diferenciar-se (algunes, fins i tot, volen desmarcar-se) de les televisions locals més voluntaristes, amateurs, sense programació regular i amb audiències molt reduïdes o ocasionals.

El reconeixement d'aquesta diferència, que existeix, no s'hauria de traduir en la subestimació, ni molt menys en un oblit legal. Les televisions més petites també tenen un paper important en el seu medi. Cal advertir i recordar que la vara de mesura per a les televisions locals no pot ser, únicament, la de la lògica industrial.

La legislació, si vol respectar i protegir el sector, haurà de considerar totes aquestes diferències evitant la tendència, que sembla imposar-se, de considerar únicament les televisions locals més grans.

Com hem explicat en el capítol dedicat a la tipologia de les televisions locals, també és veritat que cal marcar els límits del que podem qualificar de grau mínim de televisió local (que vindria delimitat per l'existència d'una organització, per la producció pròpia i per la difusió televisiva). Queden fora d'aquest límit algunes experiències de difusió de carrussells textuals com a tota activitat, que formen part de les noves experiències de comunicació local però que no poden de ser considerades televisions mentre no emetin programes televisius pròpiament dits, ni televisions locals si no emeten programes de producció pròpia i de referent local.

### 5.3.10. Cooperació per reforçar la proximitat o encadenament per suprimir-la?

Les televisions locals, tot i aquesta condició de local, no podran sobreviure de manera aïllada, independent, sinó que s'hauran d'anar articulant en formes diverses de cooperació i federació.

Aquest procés, finalment, pot prendre dues direccions contràries: d'una banda, pot avançar cap a un procés d'autodestrucció per la pèrdua d'autonomia i per la manca de voluntat de proximitat; de l'altra, pot orientar-se cap al reforçament i la sostenibilitat d'aquesta funció de proximitat.

Caldrà distingir, doncs, entre dues iniciatives de cooperació ben diferents. Primerament, les que tendeixen a la creació del que podria arribar a ser una tercera cadena generalista, feta de televisions locals que deixen de ser "televisions mirall" de la realitat local pròpia per passar a ser "televisions finestra" que es desconnecten de tant en tant de la programació general per donar alguna referència a l'àmbit local. En segon lloc, les que utilitzen la coproducció o l'intercanvi de programes per reforçar el seu caràcter de proximitat. Aquesta és, per exemple, l'aposta que fa el Circuit de Televisions Locals en fomentar aquest tipus d'intercanvi.

Les emissores que vulguin mantenir la seva condició de proximitat hauran de saber dimensionar el seu temps d'emissió a les possibilitats de producció pròpia de proximitat i a la demanda social d'aquesta mena de programació, però també podran comptar amb la cooperació d'altres emissores amb una mateixa filosofia, completant així la seva programació amb programes de producció aliena però que segueixin criteris de proximitat, inspirats en temes d'interès per a la demanda de continguts de proximitat de la seva audiència.

Les televisions locals de Catalunya ja ens ofereixen alguns exemples d'aquesta modalitat, com ara les informacions del temps, els reportatges sobre activitats econòmiques de cada comarca (indústria, ramaderia, agricultura, oci), les festes majors, l'alimentació, el medi ambient, la política local, etc., però també la política catalana, espanyola o europea, tot tractat des del punt de vista local.

Les televisions locals federades o en cooperació també es volen protegir amb la difusió d'alguns programes especials en cadena, programes que no són estrictament de proximitat però que estan produïts amb la finalitat de donar suport a la programació de producció pròpia de les televisions locals.

De moment, aquestes inclusions es produeixen de forma autoregulada i ocupen, en les televisions que opten més clarament pel model de proximitat, un percentatge reduït en el conjunt de la seva programació. En el futur els límits d'aquestes inclusions haurien de formar part de la regulació de les televisions locals, amb mesures concretes com, per

exemple, la impossibilitat de superar, en cap cas, el 30% del total de la programació amb aquests programes, així com l'obligació de mantenir els períodes de màxima audiència del migdia i del vespre amb la programació de producció pròpia.

### **5.3.11. Programació: garantir la proximitat**

L'anàlisi de la programació de les televisions locals a Catalunya ens ha permès constatar la dominant informativa del mitjà i l'ús sistemàtic de la redifusió, dos elements que cal preservar per enfortir el caràcter de televisió de proximitat i d'adequació de l'oferta a la capacitat de producció de cada localitat i a la demanda objectiva de comunicació.

El nostre estudi ha pogut comprovar que la informació és l'estrella de la programació de les televisions locals. Aquest fet seria irrellevant si no anés acompanyat de la condició local dels seus continguts. S'ha de continuar garantint aquest component dels continguts informatius per fer de les televisions locals autèntics canals d'informació de proximitat. Això permetrà mantenir aquestes televisions com a oferta alternativa a la comunicació audiovisual de caràcter general i global procedent de les televisions generalistes o de les temàtiques via satèl·lit, cable i plataformes de televisió digital terrestre. La informació que els ciutadans troben a les televisions locals no es pot trobar a cap altre televisió. Ahora, aquests canals d'informació local permeten la participació directa dels actors socials, del ciutadans comuns, com a protagonistes de la informació, sense que hagin de fer les demostracions emocionals que requereixen quasi inexcusablement les televisions generalistes per a la presència dels ciutadans comuns.

La redifusió de la programació s'està consolidant com un procediment de posada en antena molt adient per a la televisió local, perquè permet mantenir una pràctica programàtica alternativa i complementària de les televisions d'àmbit superior. També augmenta les oportunitats de contacte amb el públic, tot facilitant la combinatòria de continguts locals i globals en funció de les disponibilitats de l'audiència. És, en conseqüència, una forma de rendibilitzar l'esforç de producció pròpia i hauria de ser un procediment d'ús preferent en comptes del farciment de la graella amb produccions alienes o d'altres canals globals allunyats de la lògica de proximitat que ha de presidir l'activitat de les televisions locals. D'altra banda, la pràctica de la redifusió permet mantenir un llindar mínim d'emissions que

garanteixin la fidelitat de l'audiència, equilibrant-la amb la capacitat de producció de cada localitat.

### **5.3.12. Com s'han d'afrontar els canvis tecnològics?**

En l'horitzó de la televisió local hi ha molts reptes derivats de les innovacions tecnològiques. El primer es refereix a la digitalització dels equips de producció. Com hem vist en l'apartat d'aquest estudi dedicat a la tecnologia, les televisions locals han encetat el procés de substitució de la tecnologia analògica per la digital. L'evolució de costos i prestacions dels equips digitals és molt favorable a una renovació dels recursos productius que augmenti la versatilitat i la qualitat d'imatge i deixi enrera la configuració tecnològica eclèctica que ha caracteritzat les televisions locals al llarg de la seva història. Aquest canvi ha de repercutir en una millora generalitzada de la qualitat de les produccions des del punt de vista tècnic.

La digitalització de la difusió no s'ha pogut encetar. Tot i que la televisió digital terrestre (TDT) ja ha estat regulada a l'Estat espanyol i estan operatives ofertes de TDT de freqüència única per a tot el territori de l'Estat, el govern central no ha complert el seu propi calendari d'establiment del pla de freqüències que permeti a les comunitats autònomes la regulació i posterior concurs per a l'obtenció de llicències de TDT d'àmbit autonòmic amb desconnexions a les quals puguin concórrer les televisions locals. Aquesta circumstància impedeix que les televisions locals puguin plantejar-se una migració efectiva de l'analògic al digital. Un cop més, l'absència de regulació es posa en contra d'un desenvolupament integral de la televisió local. La TDT obre oportunitats noves a la televisió local, que podrà transferir a aquest suport la seva experiència de canalització de la participació ciutadana. En aquest sentit, la capacitat de la TDT per suportar serveis interactius obre un camp d'experimentació social per generar serveis de valor afegit directament connectats amb la demanda social, un camp en el qual les televisions locals tenen un ampli bagatge.

Finalment, pel que fa a la TDT, sembla evident que hi ha algunes limitacions d'espectre per satisfer la demanda potencial d'emissores de TDT de cada municipi. Això pot estimular la constitució de cobertures territorials no coincidents amb els municipis (són unes opcions que ja s'han dibuixat en el panorama de les televisions locals catalanes, com queda certificat en aquest treball).

El cable de banda ampla també es troba en l'horitzó de les televisions locals com una opció de difusió. Però aquesta infraestructura s'està implantant amb una extraordinària lentitud. A més a més, la seva implantació és asimètrica territorialment, malgrat l'encertada configuració de demarcacions que va establir el regulador a Catalunya per evitar-ho. Tot plegat fa que el cable no es pugui contemplar com l'única via de difusió per a la televisió local. Això no vol dir que renunciï a la seva utilització, ans al contrari: s'ha de garantir que les televisions locals formin part del paquet bàsic dels cableoperadors en cada territori, aplicant una norma de must carry

### **5.3.13. Publicitat: per què no?**

Les televisions locals a Catalunya es financen, principalment, gràcies a la contribució pública i a la publicitat. Resulta una evidència inqüestionable que sense les subvencions el fenomen no tindria les dimensions ni la importància que té. Però no és menys cert que el 69% de les estacions obté ingressos per publicitat i que dues terceres parts d'aquestes estacions aconseguen cobrir més de la meitat del seu pressupost amb aquesta font d'ingressos. I encara més: un 36% obté entre un 75% i un 100% dels seus ingressos d'aquesta font.

És evident que existeix un mercat publicitari per a la televisió local, tal com constatem en l'estudi, i no trobem cap argument que pugui justificar l'exclusió d'aquesta activitat com a font de finançament. Al contrari, en el context d'un sistema d'economia de mercat, l'activitat econòmica i el comerç és indestriable de la publicitat (i no cal que recordem la centralitat de la televisió com a mitjà publicitari). Doncs bé, l'existència del recurs publicitari contribueix al dinamisme econòmic dels territoris i coopera efectivament per assolir un desenvolupament més equilibrat. En definitiva, si no es permet fer publicitat a les televisions locals, el comerç i la indústria local han de prescindir de l'ús d'aquest instrument tan efectiu de promoció, perquè ni els seus pressupostos ni els seus objectius els permeten accedir als espais publicitaris de les televisions d'abast general. En aquest sentit, l'activitat publicitària de les televisions locals és, a més a més, gairebé un servei públic, un servei social, que contribueix a facilitar el dinamisme econòmic local i el desenvolupament més equilibrat del territori.

#### **5.3.14. L'alegalitat de les televisions locals: testimoni de les mancances de la política de comunicació**

L'alegalitat a la qual estan sotmeses les televisions locals (analitzada en el capítol 4: "Polítiques de comunicació i ordenament jurídic") posa en evidència les grans mancances de les polítiques de comunicació a Catalunya i a Espanya en els darrers 20 anys.

Aquesta alegalitat ha impedit la consolidació de molts projectes de televisió de proximitat i, sobretot, ha impedit el desenvolupament d'una política integrada de televisió en els diferents nivells (local, comarcal, nacional), especialment pel que fa al sector públic.

Per descomptat, l'alegalitat ha acabat tenint algun aspecte positiu: ha evitat la imposició, més que probable, d'una regulació contrària als interessos de les televisions locals de proximitat. L'alegalitat i la tolerància corresponent han permès que les televisions locals s'anessin autoregulant, tot beneficiant-se dels factors espontanis de creixement. Citem només dos exemples: la presència de publicitat (prohibida a molts esborranys de llei per a les televisions locals) o la mateixa territorialitat, supralocal, ja esmentada abans.

Aquestes experiències haurien de servir per evitar una legislació rígida que no sàpiga respondre al grau de diversitat que avui caracteritza les televisions locals catalanes. La legislació hauria d'evitar, per exemple, una regulació que imposi els mateixos criteris a emissores que emeten per a poblacions tan diferents com les que tenen més de 2 milions d'habitants, les que en tenen 50.000 o les que amb prou feines arriben als 5.000 habitants.

Aquesta legislació pot adoptar, en grans línies, dues tendències contraposades: una, que afavoreixi els interessos de les grans cadenes, que veuen en l'àmbit local l'oportunitat de crear xarxes de "televisions finestra"; l'altra, que tendeixi a protegir la dimensió de proximitat de les televisions locals.

Per descomptat que la segona tendència és la que aquí considerem més adequada, en sintonia amb la història del moviment de televisions locals catalanes dels darrers 20 anys.

La legislació, per tant, haurà d'establir les regles del joc perquè sigui possible el compliment del que podem denominar missió de proximitat, relativa a aspectes d'identitat cultural, dinàmica econòmica de la regió, participació

democràtica, programes educatius, memòria històrica, etc.

I això s'haurà de concretar en la regulació de diversos aspectes relatius a la producció i la programació: mínims de producció pròpia, reserva d'espai a les franges horàries de màxima audiència per a la producció pròpia de proximitat, limitacions a la programació en cadena, màxims de publicitat no local, etc. Però també a diversos aspectes relatius al pluralisme, com ara els límits a la concentració de capital i a la propietat de televisions locals per part d'una mateixa empresa.

Finalment, una constatació: la manca d'autonomia de Catalunya en el sector de les comunicacions ha afectat i afecta greument el desenvolupament del sector de les televisions locals. Catalunya va tenir prou força política per obtenir l'autonomia de la seva televisió autonòmica, però no l'ha tingut, o no li ha semblat oportú exercir-la, en les televisions locals. Potser és culpa de la interpretació errònia que aquestes televisions podrien representar una competència no desitjable per a la televisió pública nacional.

De la nostra recerca podem concloure que les televisions locals són un mitjà clau del sistema comunicatiu, que mereixen una política que els permeti la plena normalització i integració en el sistema comunicatiu català.

Sembla evident que la importància del fenomen queda prou demostrada i que el principal perill per a la seva viabilitat pot estar tant en la manca d'un marc legal definitiu com en una nova legislació que no garanteixi la continuïtat de les experiències de comunicació de proximitat.

Cal garantir, per tant, una legislació capaç de facilitar el desenvolupament del sector amb criteris de viabilitat i que contempli la seva rendibilitat social i cultural, i no només la industrial i econòmica. Una legislació, doncs, que pensi en el conjunt de l'experiència i no únicament en aquelles emissores que ja tenen el suport de les empreses de comunicació interessades en el sector.

També des d'aquest punt de vista, el de les televisions locals de proximitat, sembla del tot necessària i urgent una nova legislació sobre l'audiovisual a Catalunya.

#### **Nota**

29. MORAGAS, M. de; PRADO, E. La televisió pública a l'era digital. Pòrtic. Barcelona. 2000.