

## Dossier

**Patrice Flichy** Professor de la Universit  de Paris i consultor de la UE en mat ria audiovisual.

### ■ ** Un servicio público nacional de masas en la era de las nuevas tecnologías?**

El profesor Patrice Flichy se cuestiona si todavía hay lugar para un servicio público nacional de masas en la era de las nuevas tecnologías de la comunicación. El autor expone las preguntas que los nuevos operadores públicos y privados deben plantearse en este nuevo entorno y los nuevos ejes para el desarrollo del servicio público.

### ■ **A public national service for the masses in the era of new technology?**

Professor Patrice Flichy considers whether there is still a place for a public national service for the masses in the age of new communications technology. He looks at the questions that new public and private operators should reflect on in the prevailing environment and examines the current central issues in developing a public service.

### ■ **Un service public national de masse à l'ère des nouvelles technologies ?**

Le professeur Patrice Flichy se demande s'il y a encore une place pour un service public national de masse à l'ère des nouvelles technologies de la communication. L'auteur expose les questions que les nouveaux opérateurs publics et privés doivent se poser dans ce nouvel environnement ainsi que les nouveaux axes pour le développement du service public.

## Un servei p blic nacional de masses a l'era de les noves tecnologies?

### **Encara hi ha lloc per a un servei p blic nacional de masses a l'era de les noves tecnologies de la comunicació?**

Tots els observadors, i també els telespectadors, han pogut constatar que a partir de les nombroses reformes d'aquest últim quart de segle, la forma d'organització de la televisió a Europa s'ha modificat profundament. Tot i que tothom està d'acord sobre aquesta constatació, hi ha moltes formes d'analitzar el fenomen. Per a alguns, aquesta mutació es deu a la falta de regulació i, de manera més ampla, als aires de liberalisme que bufen per tot el planeta; per a uns altres, en canvi, és un efecte de les formidables mutacions tecnològiques que han sacsejat el sector; i, finalment, per als altres és sobretot a causa de l'esclerosi que pateix el sector públic, incapaç d'afrontar els inevitables canvis. Si els diagnòstics són variables, els remeis proposats encara ho són més. Alguns estimen que cal, sobretot, defensar el servei públic; d'altres que cal reformar-lo profundament, i d'altres, que cal suprimir-lo. Aquest debat afecta principalment l'Estat (Govern o Parlament) i les empreses públiques. El sociòleg i historiador de la comunicació, només en funció dels seus coneixements, pot aportar alguna cosa. Pot recordar com es va constituir el servei públic audiovisual i la seva evolució, comparant la situació de diferents països i analitzant la transformació paral lela de les telecomunicacions. Pot, igualment, intentar precisar la noció de servei públic, fent una distinció entre aquesta i altres nocions que normalment se li associen: monopoli, servei universal, servei de masses, servei de caràcter nacional. La televisió europea dels anys cinquanta tenia totes aquestes característiques a la vegada. Més tard, cada un d'aquests elements va evolucionar de manera independent. Per començar, intentar  estudiar les cinc característiques dels sistemes de comunicació:

Monopoli / Competència

Públic / Privat

Universal / Específic

Massa / Èlit

Nacional / Regional / Internacional

Una vegada realitzada aquesta reflexió, què podem dir del futur? Anem, com diu Eli Noam(1), en referència a les telecomunicacions, cap a un *patchwork* de centenes de xarxes interconnectades «que comuniquen zones geogràfiques diferents, diverses classes d'usuaris i variats tipus de serveis que no tenen una classificació neta, ni una circumscripció possible»? També podem pensar el contrari, que les noves formes dels mitjans audiovisuals seran molt diverses i que provocaran una recomposició organitzativa. En conclusió, veurem els possibles camins en l'evolució del servei públic. No es tractarà de proposar una reforma, sinó de donar algunes pistes amb valor heurístic.

### Monopoli /competència

Contràriament al que sovint es pensa, els serveis de telecomunicacions no van ser controlats per un monopoli des del seu origen. Aquest, però, va ser el cas de França: una situació relativament excepcional, ja que tant a Anglaterra com als Estats Units, el telègraf es va crear en un marc competitiu. Als Estats Units es va constituir en vint anys un monopoli privat (la Western Union). A Anglaterra, durant el període liberal del segle XIX, el Govern va constituir un monopoli telegràfic, mitjançant la primera nacionalització de la història moderna. Quant a la radiodifusió, si a Anglaterra es constitueix el monopoli de la BBC l'any 1922, a França, en canvi, es desenvolupa un sistema mixt i competitiu, amb emissores privades i públiques, durant el període d'entre guerres. Com explicar que la majoria de casos hagin passat d'una situació de competència a una situació de monopoli? Els economistes opinen que ens trobem en una situació de monopoli natural. Es considerava que el monopoli era la forma més eficaç de controlar aquest tipus de situació econòmica.

Tanmateix, arrel dels recents debats sobre la falta de regulació que han suposat diverses controvèrsies entre economistes sobre aquest tema, es pot constatar que l'eficàcia dels monopolis naturals no és una teoria admesa globalment. I cal preguntar-se si la resposta a aquesta controvèrsia es troba en l'economia. David

Allen ha demostrat que els economistes americans tenen les més variades opinions sobre temes bàsics de l'economia de les telecomunicacions(2). Així doncs, podem constatar que els arguments donats per al desmantellament de l'ATT van ser més de naturalesa jurídica que econòmica. En un llibre bastant més antic sobre el monopoli de la BBC, R.H. Coase, premi Nobel d'economia, considerava que les justificacions tècniques o econòmiques del monopoli són poc convincentes(3). Explicava que la BBC s'havia constituït més aviat per un encadenament de circumstàncies històriques que van produir un consens en la classe política anglesa.

Darrere la qüestió del monopoli, sorgeixen altres problemes; principalment, la qüestió relativa al servei públic. De fet, hi ha dues tradicions polítiques a Amèrica del Nord i a Europa que porten a reaccionar de manera diferent davant dels monopolis. Si s'admet que hi ha una tendència natural dins d'una activitat de característica fortament capitalista, com són les xarxes de comunicació, a la constitució de monopolis, el poder polític pot, o bé contrarrestar aquesta tendència desmantellant-los, com és el cas de la tradició americana amb l'acció *antitrust*, o bé posar els monopolis al servei de la comunitat nacional, és a dir, nacionalitzar els serveis públics, com es feia a Europa. Això no obstant, al si d'una comunitat europea d'inspiració liberal, tal com ho va definir el Tractat de Roma, la vella tradició europea de monopoli públic ha estat substituïda per la perspectiva americana. Així doncs, tot i que avui en dia els monopolis públics han desaparegut, i que les diverses administracions encarregades de vigilar la concentració eviten que es constitueixin monopolis privats, hi ha, tanmateix, una forta tendència a constituir-ne de nous.

### Públic / Privat

El principi de la gestió pública dels sistemes de comunicació prové del segle XIX. A França, al principi, les justificacions per una intervenció de l'Estat eren militars i policials; més tard, es va argumentar que les xarxes de comunicació eren escasses (el segle XX es parlarà de l'escassetat de les freqüències) i, finalment, es va aduir, des d'una perspectiva *saintsimoniana*, que l'Estat ha d'intervenir per construir les

infraestructures necessàries per al desenvolupament econòmic. A Anglaterra, la nacionalització del telègraf (1868) va ser sol·licitada des de les cambres de comerç perquè desitjaven que el servei fos disponible a tot el territori britànic i no només a les grans ciutats industrials.(4) Als Estats Units, la primera línia telegràfica construïda per Morse va ser realitzada en un marc públic. La feblesa de l'Estat federal a mitjan segle XIX va fer que aquest hi renunciés, i el telègraf va ser construït per empreses privades. Cal dir que, malgrat els nombrosos debats que van tenir lloc en aquell moment al Congrés(5), aquesta elecció no va ser mai més qüestionada. Així, durant la Primera Guerra Mundial, quan els militars van voler instituir un monopoli públic sobre les telecomunicacions hertzianes, es van trobar amb la frontal oposició de l'opinió pública, que ho considerava un atemptat inadmissible contra les llibertats.

A finals del segle XIX, els models públics i privats havien pres la seva forma definitiva pel que fa al telègraf. El desenvolupament del telèfon, però, va fer reconsiderar el model. A Alemanya, va ser la companyia de correus la que es va encarregar del telèfon. A França i a Anglaterra, en canvi, van ser companyies privades les que el van llançar. A França va ser ràpidament nacionalitzat, mentre que a Anglaterra ho seria més tard. Durant el període d'entre guerres, la qüestió del paper de l'Estat en la gestió del telèfon és àmpliament debatuda en ambdós països. A França es considera seriosament la privatització i, finalment, l'any 1923, es concedeix autonomia de gestió a la companyia PTT, mitjançant la creació d'un pressupost annex. D'aquesta manera s'apropen a un model de gestió industrial i comercial, ja que les PTT han d'equilibrar els seus comptes. No poden rebre subvencions del pressupost general i, al contrari, la taxa telefònica deixa de ser un impost i esdevé el preu del servei. A Anglaterra, en el marc de nombroses comissions parlamentàries, es debaten unes mesures anàlogues, però aquesta solució és rebutjada, ja que els sembla que en una qüestió que concerneix de tal forma la vida quotidiana, és indispensable un control públic que només pot ser portat a terme pel Parlament. Així doncs, el Post Office haurà d'esperar fins al 1961 per obtenir la seva

autonomia financera.

En l'evolució històrica de l'organització de les telecomunicacions, un altre debat apareix els anys 80, i és la distinció entre l'activitat d'explotació i la regulació. És interessant constatar que aquesta separació entre les dues funcions, que es porta a terme actualment a tots els països europeus, no va ser percebuda immediatament pel poder legislatiu. Així, quan el Govern de la Sra. Thatcher posà fi al monopoli de la British Telecom l'any 1982, aquesta encara va conservar el poder del Post Office en relació a l'atribució de llicències fins al 1985, any en que es va crear una comissió de regulació independent, l'OFTEL. Tot i que el paper de l'Estat en les comunicacions es precisà des dels anys vint, és important subratllar que la frontera entre públic i privat és menys impermeable del que s'imagina. A Gran Bretanya, per exemple, l'estatus de Public Corporation no es va atribuir al Post Office sinó a la BBC, l'any 1922, essent com era una companyia privada. Més tard, es convertirà en empresa pública. L'estatus de Public Corporation també ha estat atorgat a la televisió comercial. En conseqüència, no hi ha relació entre la propietat del capital i la categoria de servei públic, de defensa de l'interès general d'una institució.

A la radiotelevisió, la noció de servei públic va tenir durant molt de temps un contingut precís. Pels dirigents de la BBC, abans de la guerra, aquesta noció corresponia a un projecte educatiu i cultural. Com ho demostra N.Garnham(6), l'esmentat projecte s'inscriu en la tradició victoriana d'educació de masses per a les classes mitjanes. A França, Itàlia i Alemanya, el servei públic de la radiotelevisió es va fixar després de la guerra uns objectius semblants de difusió popular de les grans obres del patrimoni (teatre, òpera,...). Durant els anys 70, aquesta missió educativa i cultural es va buidar de contingut. De totes maneres, amb l'arribada de les televisions privades, alguns autors, com Yves Achille, pensen que la televisió pública hauria de tornar a les seves tres missions tradicionals, és a dir, primer educar, segon informar, tercer distreure. Les cadenes comercials generalistes, en canvi, anteposen la diversió a les informacions i a l'educació, a qui donen un lloc marginal. De fet, l'esmentat investigador demostra que les cadenes

públiques han encarat de diferents maneres la competència de les emissores privades. Mentre que algunes, com BBC1, BBC2 o France 3 desenvolupen una estratègia d'objectius propis «barrejats» amb el model privat, d'altres, com RAI, RTVE, France 2, RTBF o ZDF i ARD al contrari, busquen la competència frontal(7). En definitiva, la missió educativa es manté igual en el millor dels casos, i es redueix la majoria de vegades. Passa quasi bé el mateix en el cas de la informació, que només augmenta a la BBC. En canvi, els programes d'entreteniment creixen a la majoria dels casos; i així, en aquest final de segle, la distinció entre les televisions generalistes públiques i privades es basa més en la propietat del capital i el finançament (amb existència o no d'un cànon) que en la programació. Aquesta absència d'originalitat del servei públic en els seus objectius i programació es pot considerar greu pel seu futur. Si és incapaç de definir el seu caràcter, no podrà resistir els atacs de les emissores privades que intenten fer passar el cànon que reben per una subvenció que desvirtua la competència.

En el camp de les telecomunicacions, un observador com C.D. Foster considera igualment que la noció d'interès públic és una «noció buida de contingut» que cadascú pot interpretar com li sembli.(8) Podem, en efecte, demanar-nos si l'interès públic és el dels usuaris, el de la indústria nacional, o el del personal de les institucions de comunicació. I per últim, a les telecomunicacions, contràriament a l'audiovisual, la privatització ha provocat, sovint, el naixement d'empreses mixtes en què l'Estat es reserva una part més o menys important del capital. Aquest caràcter mixt sembla, tanmateix, una situació provisional i les empreses mixtes són sobretot administrades com a empreses privades.

### Servei universal / servei específic

Fins a finals del segle XIX, els operadors de telèfon oferien essencialment als usuaris enllaços a altres punts que no sempre rebien resposta, ja que la xarxa estava composta de petites zones, la majoria urbanes, que no sempre es trobaven connectades les unes a les altres. A principis del nostre segle, als Estats Units es crea el «Bell System», un altre

concepte de telecomunicacions, és a dir, un servei universal que s'estén per tot el territori i permet la comunicació des de qualsevol punt de la xarxa a qualsevol altre. Una xarxa universal que es pot definir per tres elements: la seva extensió, la seva homogeneïtat i la seva capacitat d'interconnexió. Durant molt de temps, l'eslògan de «Bell System», «un sistema, una política, un sistema universal» va ser la divisa de tots els telecomunicadors del món. És el mateix model que ATT va proposar al començament de la ràdio i que ha fet néixer els networks. Paradoxalment, a Europa, on els principis del servei públic es trobaven teòricament en la base de les administracions de les companyies de telecomunicacions, l'obligació de ser un servei universal va ser regulada molt més tard. N.Garnham(9) demostra que va ser després de crear l'OFTEL i d'elaborar la llicència atorgada a BT que es van especificar les obligacions de servei universal a Gran Bretanya. El mateix va passar a altres països europeus, en els quals també es van definir les obligacions del servei universal després de preparar les característiques de regulació i d'exploració. Tanmateix, a l'hora actual en què les telecomunicacions ja no es limiten a l'ús del telèfon, la qüestió del servei universal es planteja de manera molt diferent. El desenvolupament, des de fa una vintena d'anys, dels sistemes de transmissió de dades o de textos, ha sacsejat profundament el paisatge de les telecomunicacions. Hi ha una gamma de nous serveis molt diversificada per als usuaris més rics i els més informats (sobretot les empreses). Així doncs, veiem aparèixer el que Peter Huber(10) anomena una «xarxa geodèsica». La xarxa ja no es troba connectada segons una estructura jeràrquica, sinó que connecta molt àgilment diferents xarxes privades d'empresa. Si abans el telèfon era per a les empreses com l'aigua o l'electricitat, una xarxa a la qual es connectaven però en la qual no podien intervenir, ara les xarxes d'informació els semblen com un element afegit a la seva competitivitat. Les empreses tendeixen, doncs, a crear els seus propis sistemes. Construïnt les seves xarxes, tenen la capacitat d'innovar més ràpidament i, per tant, d'obtenir un «avantatge competitiu». Això no obstant,

és quan volen estendre la seva xarxa a d'altres organitzacions, que comencen a trobar problemes. En un primer moment poden imposar la seva elecció als proveïdors o als clients, però, fora d'aquest primer cercle, cal construir sistemes complexos d'interconnexió. En conseqüència, el perill es troba en la impossibilitat d'articular un conjunt coherent de diferents xarxes. És una il·lusió, doncs, la xarxa geodèsica? És el que afirmen François Bar i Michaël Borrus: «Si les cúpules geodèsiques són estructures estables, és precisament perquè estan fetes de cèl·lules poligonals regulars i molt iguals (construïdes en sèrie), ajuntades totes de manera coherent. Intenteu, doncs, construir una cúpula geodèsica amb uns quants totxos, carreus, fusta de construcció, plaques de contraplacat i trossos de pedra: si no s'enfonsa de seguida, tindrà totes les possibilitats de semblar una torre de Babel.»(11) El debat sobre servei universal o servei específic no només té lloc en el marc de les telecomunicacions; també el trobem en relació a l'àudiovisual. A França, Dominique Wolton(12) fa d'advocat de les televisions generalistes, que considera en perill a causa del desenvolupament de les cadenes especialitzades. Pensa que, en definitiva, és un dels instruments bàsics del funcionament democràtic el que podria estar amenaçat. Això no obstant, cal preguntar-se si aquest perill no és una mica hipotètic, ja que les televisions generalistes encara conserven la major part de l'audiència. En canvi, és indubtable que la majoria de les cadenes que neixen avui són canals especialitzats. És tant el cas del servei públic hertzià, com ARTE, com el cas de les noves televisions per cable o satèl·lit.

El tema de la universalitat es planteja igualment per als serveis nous, com Internet. El principi de servei universal va ser, per exemple, fortament reivindicat en la política sobre les autopistes de la informació elaborada per l'administració Clinton l'any 1993. Durant la mateixa època, a Europa trobàvem un discurs semblant. No obstant, la consolidació d'aquest principi polític no s'ha acabat de precisar. Si es tracta de l'accés físic a Internet, el servei universal es realitza perquè la connexió està assegurada pel telèfon; si parlem d'obligacions econòmiques, aquestes són mínimes als Estats Units, ja que la connexió a Internet

es troba integrada en l'abonament telefònic i, en conseqüència, és considerada gratuïta per l'usuari. A Europa, la qüestió de la tarifa telefònica adaptada a l'ús d'Internet pot facilitar-ne la utilització universal, tot i que el seu preu és un fre al consum tan sols per als grans usuaris. Però el veritable obstacle per a l'ús universal d'Internet no és ni tècnic, ni econòmic, sinó cultural: prové de la dificultat d'aprenentatge.

### Massa / èlit

Els serveis de comunicació, telèfon i televisió que són en l'actualitat serveis de masses van ser durant molt de temps considerats com a serveis elitistes. Durant quasi vuitanta anys, es va considerar a la majoria dels països europeus que el telèfon només estava destinat a una petita part de la població. Els anys 60, els responsables polítics francesos encara opinaven que no hi havia prou demanda de telèfons per a tothom. La situació als Estats Units és molt diferent, on ja des de 1910 la quarta part de les llars estaven equipades. Els trets culturals específics dels Estats Units podrien explicar una demanda més gran, almenys en el món rural en el qual l'aïllament era molt més acusat que a Europa durant la mateixa època(13), però també cal tenir en compte un dinamisme peculiar en l'oferta. Fins a mitjans de la dècada de 1890, «Bell System» havia portat a terme una tímida política de desenvolupament del telèfon: l'objectiu eren sobretot les empreses, i només un percentatge molt petit de les llars tenia telèfon, fins al dia que la patent de Bell System es va fer pública, és a dir, fins al moment que va ser possible la competència. En aquell moment, Bell System es va anar desenvolupant de forma tenaç, començant per les zones rurals (les granges són considerades llars i empreses a la vegada). Després d'això, Bell System va reconstituir el seu monopoli, però va ser indubtablement en aquella època de competència salvatge (les xarxes rivals no estaven interconnectades) que es desenvolupà el telèfon als Estats Units. Podríem deduir amb aquest fet que només la competència fa possible la creació d'un servei de comunicació de masses, tal com ho especifica Milton Mueller(14). L'exemple de la televisió generalista que esdevé de seguida un mitjà de



comunicació de masses tant als Estats Units, país de les competències, com a Europa, on s'havien instituït monopolis estatals sembla, si no invalidar aquesta tesi, sí matisar-la molt. En canvi, els grups de televisió per satèl·lit semblen respondre a un esquema de desenvolupament que, en alguns casos, s'assemblen a la descripció de Mueller. A França, la competència entre Canal Satellite i TPS sembla haver afavorit el creixement del nou mitjà de comunicació. A Gran Bretanya, tanmateix, la situació és diferent. Malgrat els mèrits que té la competència, l'èxit dels programes de pagament ve en bona part de la capacitat dels operadors de presentar en exclusiva una programació popular i atractiva (cinema, esports,...). Podem constatar, en conclusió, que contràriament al que es pensa sovint, la diferència entre massa i èlit no té relació amb la diferència entre servei universal i servei específic. El telèfon, des dels anys 20 als 60, era un servei universal però elitista. Avui, Canal Plus és un servei específic però de masses. De totes maneres, la legitimitat d'un operador de servei universal és molt més forta en un context de desenvolupament d'un servei de masses que en la posada en marxa d'un servei elitista. A més, a partir del moment que un servei té dimensió social (de masses), es troba confrontat al tema de la universalitat. En conseqüència, si certs serveis nous poden ser desenvolupats actualment en un marc específic i elitista, a partir del moment que siguin considerats servei de masses, se'ls haurà de considerar, sens dubte, un servei universal. Així, Internet és reivindicat per alguns consumidors com a part d'un servei universal ampliat.

### **Regional / Nacional / Internacional**

Les xarxes de comunicació europees van prendre al seu començament una forma nacional o regional, i després, la majoria, durant la postguerra, va convergir en una gran estructura nacional. Les xarxes més centralitzadores no van ser sempre les que hom imagina. Així, quan Gran Bretanya, després de nacionalitzar el telègraf i, més tard, el telèfon, va posar en marxa unes xarxes que cobrien el territori, la BBC també va esdevenir una emissora nacional. El mateix passà a Alemanya. A França, tot i que la xarxa

telegràfica i telefònica va prendre ràpidament un caràcter nacional, l'estat jacobí va negociar amb les comunes i departaments el finançament de les zones rurals. Quant a la ràdio, entre les dues guerres funcionava amb una base regional. Va ser sota el feixisme que es van posar en marxa les estructures centralitzades de la radiotelevisió a Alemanya, Itàlia i Espanya, i també a França sota el Govern de Vichy. Després de la guerra gairebé no es van modificar les estructures que va heretar el nou poder polític a França i a Itàlia. A Alemanya, en canvi, sota la pressió dels Aliats, la radiotelevisió s'organitzà en un marc federal, en el qual els Länder tenien un paper important. Des d'aleshores estem assistint a un ressorgiment de la radiotelevisió local: primer, les emissores de televisió comercial d'Anglaterra, més tard, les ràdios locals a Itàlia i a França, i després, la creació de les televisions catalanes i basques a Espanya... I, des de fa uns deu anys, tenen lloc les primeres intervencions de les col·lectivitats territorials en les xarxes de telecomunicacions. De fet, trobem un precedent a principis de segle, quan la ciutat anglesa de Hull va explotar la seva pròpia xarxa de telecomunicacions. A França el «Plan Câble» ha fet que les ciutats prenguin consciència del paper de les telecomunicacions en l'organització urbana. Fins ara, les realitzacions han sigut bastant modestes, ja que tenen relació, sobretot, amb les xarxes de dades. Un altre element que fa esclatar la uniformitat del territori nacional és l'atribució de llicències per als nous serveis. En efecte, l'administració atribueix llicències per a zones geogràfiques limitades. Així, no trobarem a dues zones diferents els mateixos serveis. Pot ser probable, però, que al cap d'un temps s'hagi de realitzar una recomposició, i les tècniques que vagin bé es difonguin per tot el territori. Hi ha, no obstant, el perill real que certes zones de poca densitat no siguin mai equipades. Les xarxes nacionals de comunicació també han de fer front al ressorgiment de les xarxes organitzades en un marc espacial més ample: Europa. Els satèl·lits obren tota una sèrie de noves potencialitats, tant en l'àmbit de la televisió com en el de les telecomunicacions. La televisió sense fronteres esdevé una realitat amb la creació de cadenes temàtiques europees d'esports o varietats.

Si durant un llarg temps les barreres lingüístiques protegien els diferents espais culturals, l'arribada de cadenes plurilingües fa artificials moltes proteccions reglamentàries. És també en relació a les telecomunicacions professionals que l'àmbit nacional es dissol. Les empreses que avui actuen en un context internacional desitgen disposar de xarxes virtuals que els permetin mantenir connectats els seus establiments arreu del món. Desitgen negociar amb els operadors de telecomunicacions que puguin oferir-los una xarxa global, unes finestretes planetàries úniques.

Les aliances recents demostren que els operadors es reorganitzen en aquest sentit. Per captar la importància d'aquest doble plantejament (per sota i per sobre) de l'espai nacional de la comunicació, ens hem de preguntar, també, quina és la relació entre telecomunicacions i sobirania nacional. Si alguns països han venut els seus operadors nacionals de telecomunicacions, això demostra que ja no és un instrument indispensable per a la sobirania nacional. Però, podem imaginar-nos que algun dia hi hagi països sense cadenes nacionals de televisió?

### **Cap a nous models d'organització dels serveis de comunicació**

En aquest fi de segle, en què els mitjans audiovisuals i les telecomunicacions es troben enfrontades a grans mutacions, és precís constatar que no se les pot reduir a una oposició entre dos models, el del passat, estatal i unificat, i el del futur, liberal i geodèsic. Les poques comparacions històriques i geogràfiques que he esbossat anteriorment mostren bé la diversitat de les eleccions que van ser realitzades en el passat en matèria de gestió de les xarxes de comunicació. En el futur, donat que la diversitat de serveis de comunicació serà considerable, seria bo que es reforqués la diversificació dels models d'organització. A Europa, si la competència és la regla, serà aquesta efectiva? Es reconstituïran nous monopolis més o menys naturals? Com es podran articular la competència i l'obligació de servei públic? Aquesta última exigència, estarà reservada als operadors públics o històrics? Anem cap a una evolució ineluctable del servei públic al privat? O es juxtaposaran, com a les televisions generalistes, els

operadors públics i els operadors privats? Es trobaran fórmules mixtes? Aquesta barreja serà un compromís lligat a la història o correspondrà a una nova articulació entre interessos públics i interessos privats? Si els nous serveis apareixen com a específics, esdevindran un dia universals? Quins criteris utilitzaran les administracions encarregades de regular-ho per saber si un servei pot o no ser universal? Un règim de competència està sempre més adaptat per transformar un servei elitista en un servei de masses? Com imposar les regles d'universalitat si, al mateix temps, els operadors sempre podran dir que tal operador de la competència no es troba subjecte a les esmentades regles en el seu mercat nacional? Les xarxes conservaran una base unificada en l'àmbit nacional o, al contrari, hi haurà una sobreposició de xarxes, cada una de les quals han estat concebudes en funció d'objectius específics? Heus aquí algunes de les múltiples preguntes que es plantegen tant els operadors públics com els privats. Està clar que no tots respondran de manera idèntica, i que així naixeran configuracions diversificades.

### **Nous eixos de desenvolupament per al servei públic**

En aquest nou entorn, com pot evolucionar el servei públic? Abans de respondre a aquesta pregunta convé tornar a considerar els seus objectius, partint de la trilogia convencional: educar, informar, distreure. És evident que l'educació ja no forma part de la televisió. Aquesta és una evolució ineluctable<sup>(15)</sup>. En canvi, la difusió del coneixement és sens dubte un camp en què les responsabilitats del poder públic són considerables i van molt més enllà de l'escola. Internet és un nou mitjà particularment adaptat a la difusió del coneixement; en conseqüència, podríem imaginar que el servei públic faria una gran inversió en aquesta nova tecnologia, atorgant-li una gran part de les línies pressupostàries de les biblioteques i centres de documentació públics, i creant, a més, un portal del servei públic capaç d'atreure una gran audiència.

La presentació de la informació i el debat que l'acompanya és també un dels objectius prioritaris del servei públic. La pluralitat dels mitjans i dels títols, l'existència d'administracions independents fan que l'Estat pugui, molt menys que en el passat, abusar

de la seva posició i fer que el servei públic en doni una informació complaent. Donat que, a la inversa, la rendibilitat dels serveis d'informació és limitada i que el sector privat dubta si llançar-se o no a aquesta activitat, el servei públic hauria d'encarregar-se de desenvolupar uns serveis d'informació plurals i de qualitat, sobretot als nous mitjans de comunicació: televisió per satèl·lit i Internet.

Si durant l'època de monopoli, era essencial que la televisió pública oferís programes de distracció, cal preguntar-se si això segueix sent la missió del servei públic, donat que és un camp propi de l'economia de mercat, que pertany més aviat a l'àmbit de les cadenes privades. És legítim que un cànon, que no és un abonament (com per Canal Plus o els canals per cable), sinó més aviat una taxa parafiscal, serveixi per finançar emissions de varietats, jocs o fins i tot esports? Semblaria, en canvi, més legítim que aquest poder públic recolzés la producció i la difusió de pel·lícules de ficció nacionals. El que es troba en joc, en aquest cas, és exactament l'existència d'una cultura nacional. Però l'Estat, ha de recolzar només les cadenes públiques o bé pot recolzar de manera idèntica tots els difusors, segons els tipus de fons d'ajuda? L'Estat té també altres objectius, com per exemple, la difusió de la seva llengua i de la seva cultura a l'estranger. Les noves tecnologies de comunicació poden constituir un instrument meravellós per a aquesta meta.

A banda d'aquest debat sobre la missió del servei públic, cal igualment reflexionar sobre els arbitratges financers. És evident que els serveis públics de nombrosos països europeus no poden assolir alguns dels seus objectius prioritaris (educació, informació), ni invertir en nous mitjans de comunicació (cadenes per satèl·lit, Internet); utilitzen, al contrari, una part dels seus recursos públics per a una programació que podria ser finançada per la publicitat o l'abonament. Prenem l'exemple de França: l'AFP, agència de premsa amplament finançada per l'Estat, s'enfronta a greus dificultats econòmiques. Si un dia cal escollir, no valdria més mantenir l'agència de premsa internacional i privatitzar France Télévision, o almenys, suprimir l'accés de France 2 al cànon, sent com és una televisió pública generalista no gaire diferent de TF1, cadena privada?

Les noves orientacions per al servei públic tractades en aquest escrit ja no corresponen al model dels anys cinquanta. Si evidentment, ja no és un monopoli, si aquest és un servei universal, no és, en canvi, ni un servei de masses ni un servei circumscrit a l'àmbit nacional. Aquests nous serveis públics són destinats a una fracció de la població que no és una èlit ni és la majoria de la població. Poden ser concebuts a nivell nacional o regional, però tenen una difusió internacional (per satèl·lit, per Internet). Aquestes reflexions demostren que la qüestió no està en la defensa o la restauració del servei públic sinó que es basa en imaginar un sistema nou adaptat a un món competitiu, internacionalitzat i que compren nous mitjans de comunicació. **P.F.**

#### Notes:

- (1) Eli Noam, «Le réseau public de télécommunications: un concept qui bouge» Réseaux n° 56, 1992. CNET
- (2) David Allen «Le débat d'idées avant et après le démantèlement d'ATT» Réseaux n° 56, 1992
- (3) R.H. Coase, British Broadcasting, a study in monopoly, Longmans, Londres, 1950
- (4) Veieu Patrice Flichy Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée. La Découverte, Paris, 1991
- (5) Veieu Richard John «Le débat sur le télégraphe public aux Etats Unis» Réseaux n° 92-93, 1999
- (6) Nicholas Garnham «Le développement du service public au Royaume Uni dans les télécommunications et l'audiovisuel» Réseaux, n° 66, 1994, CNET
- (7) Yves Achille, Les télévisions publiques en quête d'avenir, PUG, Grenoble, 1994, p.21-22
- (8) C.D. Foster Privatization, public ownership and the regulation of natural monopoly, Blackwell, Oxford, 1992, p.369
- (9) op.cit.
- (10) Peter Huber, «Le réseau géodésique», Reséaux n° 56, 1992, CNET
- (11) François Bar i Michaël Borrus «De l'accès public aux connections privées: politiques des réseaux et intérêt national», Réseaux n° 41, 1990, CNET
- (12) Dominique Wolton Eloge du grand public, Flammarion, Paris, 1990
- (13) P.Flichy op.cit.
- (14) Milton Mueller «Le service universel dans l'histoire du téléphone, une reconstruction», Réseaux n°66, 1994, CNET