

Media Ownership

DOYLE Gillian. Londres: Sage 2002

per Carmina Crusafon, professora de la Universitat Internacional de Catalunya

Les transformacions que experimenten els mitjans de comunicació en el context internacional situen el concepte de propietat i la necessitat del seu control en el centre d'actuació de moltes polítiques governamentals. El llibre de Gillian Doyle és una contribució valuosa i molt clara que ens ajuda a entendre perquè cada cop és més necessari estudiar amb detall el volum i l'escala de les fusions i les aliances que protagonitzen les diferents companyies mediàtiques, i com aquestes influeixen en les decisions dels governants. Doyle ens ofereix una doble aproximació a aquesta temàtica. D'una banda, presenta una base conceptual sobre les dimensions de la concentració de la propietat dels mitjans de comunicació i les seves repercussions sobre el pluralisme. De l'altra, fa una anàlisi d'un cas concret: el britànic, que ens dóna les claus per entendre la situació actual en aquest país que enceta, tot just a finals de l'any 2003, un nou marc regulador que estarà presidit per una única institució, l'Office of Communication (Ofcom). Es tracta d'un estudi des de la perspectiva britànica però que no oblida la realitat de la resta de països europeus, així com les actuacions comunitàries.

Al llarg del seu estudi, Doyle posarà molt d'èmfasi a diferenciar les polítiques i la regulació que tenen com a objectiu assegurar la competència del mercat, de les que tenen com a objecte la protecció del pluralisme. Tot i ser especialista en economia dels mitjans de comunicació, l'autora presenta una anàlisi des d'una perspectiva totalment comprensible per a un lector o lectora que no tingui grans coneixements d'economia. Doyle sap mostrar amb uns exemples concrets els avantatges i les estratègies de l'expansió dels mitjans de comunicació, i a partir d'ells, començar a explicar quins riscos pot tenir una propietat concentrada al voltant d'un nombre reduït de companyies mediàtiques.

L'estructura del llibre es divideix tres parts: la primera se centra a respondre la pregunta "Perquè la propietat dels mitjans de comunicació és quelcom que cal considerar?"; la segona es focalitza en l'anàlisi de la política de propietat dels mitjans al Regne Unit; i la tercera completa l'estudi amb una revisió de la política de propietat a Europa.

Per no crear confusió, la professora Doyle vol, en primer lloc, deixar molt clara la definició de dos conceptes: concen-

tració i pluralisme. Explicar exactament quina classe de beneficis econòmics resulten de la concentració serà el primer que tractarà de respondre, així com quines són les potencials implicacions sociopolítiques i culturals de la construcció d'imperis mediàtics. Sobre el pluralisme, l'emmarca en l'article 10 de la Convenció Europea de drets fonamentals. Afirma que aquest terme està vinculat a l'accés públic a una varietat de fonts i a una diversitat de continguts independentment dels patrons de demanda. Per tant, té a veure amb la diversitat de propietat i de productes. Fa una diferència entre el pluralisme polític entès com la varietat d'opinions i punts de vista polítics que s'han de representar en els mitjans; i el pluralisme cultural, que està relacionat amb la varietat de cultures, que reflecteixin la diversitat del conjunt de la societat, que haurien de tenir manifestació en tots els mitjans de comunicació. Una excessiva concentració de la propietat mediàtica pot dur a una sobrerrepresentació d'uns determinats punts de vista i valors culturals i polítics, i la completa desaparició dels altres. Doyle assenyala que els determinants del pluralisme mediàtic són: la mida i la riquesa del mercat, la diversitat de proveïdors, la consolidació dels recursos i la diversitat dels productes.

Per entrar en matèria econòmica, investiga els avantatges comercials i estratègics de l'expansió de les empreses mediàtiques. Normalment, aquesta expansió té un objectiu doble: incrementar el poder en el mercat i l'eficiència; però alhora també pot comportar una concentració de la propietat, originant un possible impacte en la competència del mercat.

Per no quedar-se en l'esfera teòrica, Doyle presenta una anàlisi empírica sobre dos tipus d'expansió: la *monomèdia* i la *cross-mèdia* en la indústria de la comunicació al Regne Unit a finals de la dècada dels noranta. En concret, analitza els efectes econòmics i financers dels canvis corporatius en organitzacions britàniques líders en el sector mediàtic. El punt de partida és la definició del concepte *resultat econòmic*, basat en a trobar la resposta a la pregunta següent: Quina classe de relació hi ha entre la dimensió de les empreses individuals i el seu resultat econòmic? Estudia el sector de la televisió (operadors i productors), la ràdio i la premsa escrita (diaris).

Els resultats de la investigació mostren que en l'expansió *monomèdia*, s'observa un increment dels marges de benefici operatiu en els quatre sectors, encara que no sempre de manera lineal. Destaca també el paper que juguen les economies d'escala i d'abast. En l'expansió

cross-media, els motius no es troben tant en l'obtenció d'un resultat econòmic sinó en la voluntat dels directius de crear imperis mediàtics que facin més difícil ser absorbits per competidors, o per ambicions personals de caràcter salarial. S'observa que en aquest tipus d'expansió els principals beneficis són la possibilitat de fer una promoció creuada dels diferents productes i reduir el risc.

Aquests resultats posen de manifest que com més control tingui qualsevol empresa de comunicació sobre la cadena de producció vertical, més perill hi ha que comenci a dominar el mercat, amb conseqüències perjudicials per als rivals i consumidors. Doyle no deixa d'assenyalar que malgrat que la majoria de companyies mediàtiques reclama de forma continuada més llibertat per expansionar-se, hi ha també una voluntat de l'interès públic en favor de limitar l'expansió vertical per mantenir l'accés al mercat i promoure una competència justa i efectiva.

Les restriccions en la propietat dels mitjans intenten protegir el pluralisme polític i cultural, que és diferent al de promoure la competència; tot i que, com indica Doyle, moltes vegades s'usa el propòsit econòmic per aconseguir també l'objectiu sociopolític. L'autora no es cansa de repetir la importància de les repercussions que pot ocasionar una excessiva concentració de la propietat per al pluralisme, i no únicament pels seus efectes econòmics.

L'anàlisi de Doyle ens ajuda a conèixer com ha estat l'evolució de la política de control de la propietat de les empreses de comunicació al Regne Unit. És interessant no només quant a cas particular, sinó també perquè el mercat britànic és considerat, en moltes ocasions, model a seguir i origen de tendències que després es reflectiran en altres mercats europeus. L'autora fa un repàs de les diferents normatives i actuacions governamentals. Començant amb la Fair Trading Act (1973), Doyle analitza cadascun dels elements que han anat configurant la realitat d'aquest país. Repassa els canvis que va comportar la *Broadcasting Act* (1990) en les restriccions de la propietat, sobretot en la televisió terrestre i en la propietat creuada (televisió + premsa diària / cable + premsa / satèl·lit + diaris).

Posteriorment, indica quines noves aportacions incorpora el *Green Paper on Media Ownership* (1995). En destaca els canvis en les llicències de ràdio comercial, l'increment del percentatge de la producció independent (25%) en les cadenes de televisió; les possibilitats de les companyies ITV per obtenir llicències de cable, o la possibilitat d'augmentar el límit de dues llicències. Aquestes propostes posen de manifest un nou enfocament per limitar la propie-

tat dels mitjans: es tracta d'un sistema de control basat en percentatges del mercat, diferent de l'anterior, fonamentat a restringir el nombre o el tipus de productes propietat d'una sola empresa. Aquestes propostes seran recollides en la revisió de la *Broadcasting Act* que es realitzarà el 1996. Entre les incorporacions d'aquest document destaca el test d'interès públic, que dóna als reguladors el poder discrecional de bloquejar fusions indesitjables si aquesta acció pot ser justificada per ser contrària a l'interès públic.

L'estudi de Doyle observa dues prioritats en el desenvolupament de la política britànica: promoure el pluralisme i donar cabuda al desenvolupament econòmic de la indústria. Posa de manifest que l'evolució de la política britànica ha donat més resposta a les demandes industrials que no als interessos dels consumidors o de la societat en general. En aquest sentit, assenyala que la democràcia està particularment amenaçada quan les elits interessades en elles mateixes tenen la capacitat de marcar les agendes polítiques i manipular l'opinió pública.

A més, Doyle afirma que les darreres modificacions de la regulació britànica suposen obrir la porta als propietaris dels diaris per diversificar les seves activitats cap a sectors amb més capacitat de generar majors beneficis. I afegeix que els canvis no responen a una necessitat de potenciar la dimensió internacional de la indústria britànica, sinó a imperatius polítics interns. Aquests últims canvis en l'escenari britànic són fonamentals per entendre la nova situació que viurà el sector de la indústria de la comunicació a partir del 2004 amb la posada en marxa d'una autoritat única, l'Ofcom, que haurà de posar en marxa totes les modificacions plantejades en el Llibre Blanc *A New Future in Communications*, presentat l'any 2000.

Doyle repeteix, al final de la segona part, que un enfocament basat primerament en la competència i en consideracions econòmiques i comercials no està dissenyat per protegir el pluralisme i la democràcia.

De l'escenari europeu, Doyle assenyala que predomina la dimensió nacional i la disparitat de polítiques públiques on prevalen criteris diferents. Fa un repàs de les situacions en diferents països i assenyala una tendència comuna: que en els estats grans hi ha un major nombre de proveïdors i més diversitat de productes que en els petits. Considera que el manteniment de les entitats de televisió pública en cadascun dels països és clau per donar suport al manteniment del pluralisme en el si de la Unió Europea.

Respecte a la dimensió comunitària, fa un repàs de les diferents actuacions realitzades per la Comissió Europea en

favor del control de la propietat de les companyies mediàtiques amb la finalitat de fomentar el pluralisme. Doyle apunta a un predomini d'una voluntat, per part de les autoritats comunitàries, més en favor d'un funcionament correcte del mercat intern que de protecció del pluralisme.

Tant en el cas europeu com en el britànic, l'autora critica la falta de recerca objectiva i d'investigació rigorosa sobre les conseqüències econòmiques o les implicacions per al pluralisme de la concentració dels mitjans de comunicació. I afegeix que s'observa de forma generalitzada que els interessos corporatius tenen massa influència sobre les decisions polítiques.

En definitiva, Doyle ens ofereix una visió crítica de l'escenari mediàtic contemporani, on repeteix la idea que la regulació de la propietat basada en un control únicament de la competència no és un mitjà suficient per assegurar el pluralisme en les societats democràtiques.