

Tapio Varis Catedràtic de la Universitat de Tampere

■ La era digital y la televisión pública en Finlandia

La situación actual de los medios de comunicación es de transitoriedad, el próximo periodo es la era de la digitalización seguida por la era de las redes. La estrategia de los medios de comunicación públicos de Finlandia pone su énfasis en dos puntos: asegurar el futuro de la emisora pública YLE y garantizar las licencias para las radios y televisiones comerciales.

■ The digital era and public television in Finland

The situation of the media today is only temporary as the coming period will be the era of digitisation, with the network era following later. The strategy of the public media in Finland focuses on two points: to ensure the continued existence of YLE, the public broadcasting company, and to maintain licences for commercial radio and television stations.

■ L'ère digitale et la télévision en Finlande

La situation actuelle des moyens de communication est transitoire, la période à venir sera l'ère de la digitalisation, suivie de l'ère des réseaux. La stratégie des moyens de communication publics de Finlande met l'accent sur deux points: assurer l'avenir de l'émetteur public YLE et garantir les autorisations pour les radios et les télévisions commerciales.

A Finlàndia, les telecomunicacions en general s'han liberalitzat en diverses etapes. La nova Llei sobre el Mercat de les Telecomunicacions va entrar en vigor l'any 1997, substituint l'anterior Llei de Telecomunicacions. Els preparatius per emetre en televisió digital terrestre a Finlàndia ja han començat, i enguany s'iniciaran les primeres emissions en prova. Els principals protagonistes són el Servei Finlandès de Radiodifusió, MTV Finland, la Helsinki Media Company i la Nokia MNT Oy.

La importància de la televisió s'ha anat incrementant a Finlàndia. L'any 1996 es va constatar que, per primera vegada, la televisió era el mitjà més vist diàriament, tot i que el consum de televisió entre els joves decreix perquè molts fan servir Internet. Una enquesta per tot el país mostrava que els finesos passaven 163 minuts al dia mirant la televisió, 155 minuts escoltant la ràdio, i 79 minuts llegint diaris o revistes.

Un informe del Ministeri de Transports i Comunicacions de l'any 1995 observava que la digitalització permet un ús més eficient de les bandes de freqüència perquè dona accés a més canals. També millora la qualitat tècnica i dona l'oportunitat de nous tipus de serveis a les emissores de ràdio i televisió.

L'esmentat ministeri va publicar a finals de l'any 1995 un informe estratègic sobre la radiodifusió pública. El mateix any es van aprovar a Europa les bandes de freqüències per a les emissions de ràdio digital i, pel que fa a la televisió, al desembre de l'any esmentat, es va acordar un estàndard per a les emissions digitals terrestres.

L'informe indicava que l'actual situació dels mitjans de comunicació és de transició, i que el proper període serà l'era de la digitalització, que serà seguit per l'era de les xarxes. Arribats a aquest punt, hi haurà un gran nombre de canals disponibles.

Pel que fa a l'estratègia nacional dels mitjans,

aquesta inclou dos punts importants. D'una banda, s'assegura el futur de Yleisradio Oy (YLE) com a emissora pública. I de l'altra, es garanteixen les llicències per a les ràdios i televisions comercials(1).

En quant als factors que poden influir en les finances de l'YLE, hi ha, per una banda, els aspectes esperançadors, com la disminució de les perspectives inflacionistes, els efectes controlats de l'acord col·lectiu sobre l'ocupació i l'enfortiment de la moneda finlandesa; i per l'altra, els factors d'incertesa que es relacionen, majoritàriament, amb el futur dels cànon sobre les emissores públiques en front a la competència que va evolucionant. L'YLE construeix una nova xarxa analògica de ràdio i televisió, mentre que els nous operadors van començar les seves emissions als canals comercials nacionals l'any 1997.

La televisió digital va progressant, i les emissions de prova comencen. L'YLE definirà els seus continguts detalladament, els mètodes de lliurament i l'abast dels seus serveis digitals de ràdio i televisió.

L'estructura operativa de l'YLE s'està revaluant i ja han començat els preparatius relatius al canvi estructural. S'estan adoptant les mesures necessàries per establir una filial dedicada a negociar la distribució digital, i s'estan preparant els prerrequisits destinats a posar en marxa la companyia per dirigir la xarxa de distribució ja existent.

Pel que fa al finançament, en un entorn operatiu canviant, és crucial protegir-se, tant per l'actual volum de negocis com per l'estabilitat econòmica.

Respecte dels ingressos pel lloguer de xarxes i el cobrament de cànon, es preveu afrontar una possible crisi temporal potenciant els cobraments i la comercialització dels drets d'emissió. L'YLE opina que és necessari treballar dur per portar a terme l'operació, i pensa fer-ho a través d'un canvi estructural i invertint en formació del personal i en tecnologia de la informació.

Si la tendència econòmica segueix sent positiva, si les despeses i els salaris segueixen el seu augment moderat i no hi ha grans canvis en els cànon, l'economia i el finançament de la companyia poden arribar a equilibrar-se amb el criteri actual d'ingressos. A finals de 1998, va tenir lloc un lleuger increment dels cànon.

La cadena comercial MTV3 també opina que la digitalització de la ràdio i la televisió dominarà el futur desenvolupament de les comunicacions electròniques. La digitalització està fent un ràpid progrés en la retransmissió de televisió via satèl·lit. S'estima que l'any 2002 hi haurà 3.500 canals per satèl·lit a Europa. L'elecció, tanmateix, es veurà enfocada cap les àrees de major influència lingüística, és a dir, les regions angleses, alemanyes i franceses. S'espera que a principis de 1998, 1.200 canals de televisió digital puguin ser rebuts als països nòrdics. De totes maneres, com a país parlant una llengua minoritària, Finlàndia no tindrà gaires emissores per satèl·lit en finès.

Com a resultat de la digitalització, s'han construït noves xarxes terrestres de radiodifusió a Finlàndia. L'objectiu teòric és arribar a construir dues xarxes de televisió i dues de ràdio digital d'àmbit nacional. La construcció de les esmentades xarxes terrestres digitals tindria lloc teòricament entre els anys 1998 i 2007. L'objectiu de l'MTV Oy és assegurar l'emissió del canal MTV3 i poder estendre el seu àmbit digital en el futur.

El canvi cap a l'emissió digital implica també una major inversió per part dels particulars per tal que tots els televisors i ràdios de sistema analògic siguin capaços de rebre senyals digitals. No s'espera poder utilitzar els primers receptors de televisió digital fins l'any 1998. Encara no tenim informació sobre la seva acollida ni sobre els preus d'aquests receptors.

L'opinió pública l'any 1999

L'any 1997, el Ministeri de Transport i Telecomunicacions va començar a treballar en la renovació de la legislació sobre la radiodifusió, que datava de l'any 1927. Aquesta renovació va provocar debats a tot arreu sobre la totalitat dels temes relacionats amb la radiodifusió, com les polítiques seguides en matèria de llicències per operar, l'administració de les freqüències, el finançament dels serveis de radiodifusió públics i el cost dels serveis públics .

A més de les cadenes com l'YLE, l'MTV3, i del Canal 4 a Finlàndia també n'existeixen d'altres que no són grans en volum, però sí en importància. Em refereixo a algunes televisions locals com

la de Närpiö (dirigida a la comunitat de parla sueca), o la de Tornio (una ciutat de la frontera), i també a Radio Robin Hood, una emissora alternativa de Turku dirigida a immigrants i altres comunitats que també es pot captar per Internet.

L'argument general a favor de la digitalització utilitzat per convèncer als espectadors, és que tindran canals especialitzats destinats a la cultura, les notícies o els esports. Tanmateix, una enquesta recent feta pel setmanari «Suomen Kuvalehti» demostrava que no hi havia una demanda real per a aquests serveis(2), ja que la majoria de la gent demanava als nous canals, sobretot, més pel·lícules. Un terç de l'audiència no sent cap necessitat d'altres canals.

A causa de la digitalització el nombre de canals es triplicarà en els propers anys: Quin altre canal creu que seria necessari, a part dels que ja existeixen? (Font: Suomen Kuvalehti 7. Maig, 1999)

Canal de notícies 6%

Canal Cultural 10%

Canal d'Esports 14%

Canal de pel·lícules 31%

Canal infantil 5%

Canal de documentals 1%

Canal musical 2%

Altres 2%

No necessita altres canals o no contesta 29%

Sembla que l'edat és el factor més important en relació als nous canals. La majoria dels joves vol més canals, i la major part els voldria de pel·lícules o d'esports. En quant a la gent més gran, més de la meitat no necessita cap canal nou. Les dones estan lleugerament més interessades en la cultura que els homes, i ells més a favor de l'esport. Altres factors, tals com el lloc de residència o el nivell adquisitiu no semblen influir en les respostes.

D'altra banda, el Cap de Programació de la Companyia Finlandesa de Radiodifusió, que és

una organització pública, es queixa dels preus dels programes esportius. Subratlla que la Unió Europea de Radiodifusió (EBU) va pagar deu vegades més per l'emissió dels Jocs Olímpics de 1996 que pels del 1984. L'any 2008 el preu serà vint vegades més alt, aproximadament uns 440 milions de dòlars. La mateixa tendència segueixen els Jocs d'Hivern(3).

És probable que els mitjans de comunicació puguin treure profit de la futura televisió de pagament pel que fa als esports. Aquesta opció, tanmateix, exclouria a una important audiència de la possibilitat de gaudir de l'esport com a saludable forma de vida. De totes maneres, la UE està treballant en una Directiva que garanteixi que els esports de gran audiència siguin emesos per les televisions públiques nacionals. Cada país podria decidir independentment quins esports són importants a nivell nacional. En el cas de Finlàndia, els Ministeris d'Ensenyament i Transport i Telecomunicacions estan preparant una proposta.

L'arribada de la televisió digital dona a les cadenes més temps de transmissió i incrementa les emissions dels esports en general. Però tenir més temps d'emissió no millora la situació econòmica dels mitjans, i es necessiten solucions innovadores per a utilitzar les noves oportunitats en benefici dels telespectadors. L'audiència prefereix no perdre's res important. I els organitzadors dels esdeveniments esportius, així com els que subministren els continguts, preferirien que els nous serveis cobrissin tot l'espectre de les seves activitats. És responsabilitat dels mitjans garantir tots dos aspectes i és deure del govern de regular-ho per que això sigui possible. **T.V.**

Notes:

(1) Ministeri de Transports i Comunicació, Finlàndia, Informe Núm. 45/1995

(2) Suomen Kuvalehti, 7. Maig, 1999.

(3) Hämeen Sanomat, 5. Maig 1999.