

Dossier

Jean-Paul Lafrance Professor i Director de la Càtedra UNESCO-Bell de Comunicació i Desenvolupament Internacional. Universitat de Quebec, Montréal. UQAM.

■ La televisión pública en el año 2000 en Canadá

La llegada de la emisión multimedia transforma los modelos de difusión, de programación y de producción de la televisión. Este artículo muestra cómo afecta la digitalización en todos estos ámbitos y las particularidades del sistema televisivo canadiense. En un país bilingüe en el que un 80% de la población habla inglés y un 20% francés, algunas cadenas francófonas pueden ver amenazada su existencia.

■ Public television in the year 2000 in Canada

The arrival of multimedia broadcasting is transforming TV broadcasting, programming and production. This article shows how digitisation is affecting all these areas and outlines the particular features of the Canadian television system. In a bilingual country where 80% of the population speak English and 20% speak French, some French channels may be in danger of disappearing.

■ La télévision publique au Canada en l'an 2000

L'arrivée de l'émission multimédia transforme les modèles de diffusion, de programmation et de production de la télévision. Cet article montre comment le passage au numérique affecte tous les domaines et toutes les particularités du système télévisuel canadien. Dans un pays bilingüe où 80 % de la population parle anglais et 20 % français certaines chaînes francophones peuvent voir leur existence menacée.

La televisió pública l'any 2000 al Canadà

La transformació dels models de difusió, de programació i de producció després de l'arribada de l'emissió multimèdia

Es pot considerar la televisió des de tres punts de vista:

- La difusió i la distribució dels senyals.
- La producció de les emissions.
- La programació i l'emissió dels programes.

El factor difusió

La situació actual al Canadà

Com a conseqüència de la desregulació del sector, que permet la competència en el lliurament de serveis a domicili, i de l'evolució de les tecnologies, es pot rebre el conjunt de canals generalistes i especialitzats, més o menys al mateix preu, i, almenys, de tres maneres diferents: per microones (difusió hertziana multipunt); per cable, i per satèl·lit (2 empreses).

Evidentment, es pot seguir rebent les cadenes generalistes, privades o públiques, de la manera tradicional, fins i tot a través de l'antena incorporada al televisor. La digitalització de la televisió permet:

- La compressió digital, que permet, per exemple, la possibilitat de multiplicar per deu la capacitat d'un canal.
- La televisió interactiva, que permet, entre d'altres, utilitzar guies de programació interactiva; o la WEBTV, que possibilita la unió entre Internet i la televisió.
- La televisió per Internet (amb protocol TCP-IP), que encara no és una realitat –mentre que la ràdio per internet ja ho és–, però que ho serà d'aquí cinc anys. La difusió digital gairebé no posa límits al nombre de canals que es poden difondre per satèl·lit, per cable o per microones.

L'explosió de la televisió especialitzada

La companyia STAR Choice, per exemple, anuncia una oferta que consta de 14 canals de pel·lícules, 8 canals d'informacions, 8 canals d'esports, 30 TV d'entreteniment i espectacles, 9 TV locals, 6 canals

de música, 16 tv locals, 18 en llengua francesa, 6 tv en llengua estrangera, i moltes altres, com The Playboy Channel. Amb aquesta oferta hi haurien més de 147 canals disponibles al cel nord-americà.

Què és digital a la televisió?

Properament, al Canadà, la retransmissió de la tv per cable, per satèl·lit o per microones multipunt serà digital. Concorren 3 tecnologies: la radiodifusió digital, el descodificador digital extern (o set box), i Internet, amb l'ús de la xarxa Internet per a la transmissió de programes

El Set box té com a funció descomprimir el senyal digital, convertir les freqüències, i «desdigitalitzar» el senyal perquè sigui rebut per un televisor de tipus analògic.

El televisor de l'usuari encara no és digital, però en un futur molt pròxim (quan els fabricants es posin d'acord sobre una norma comuna), trobarem en el mercat televisors a preus molt competitiu. I en un futur encara més proper, els components d'un descodificador digital estaran integrats en sèrie en els televisors. Mentrestant, el descodificador digital (de cable, de satèl·lit o de difusor de microones) és l'interfície que permet la difusió digital tot acceptant la recepció analògica.

Transformació del paper i el lloc de la televisió pública al començament de l'any 2000

Heus aquí l'entorn «hiper-ric» en què cal situar la televisió pública actualment.

- 1 Ahir, als anys 50, la tv pública canadenca era, pràcticament, un monopoli.
- 2 Els anys 60, el paisatge audiovisual es divideix, a parts iguals, entre les tv privades i les públiques
- 3 El 1990, la televisió pública corre el perill de perdre's en un oceà de televisions privades, estrangeres, especialitzades, de pagament, etc.

Aquesta és l'actual oferta de programes. Per valor de mil milions de dòlars, on i com ha d'invertir la televisió pública? Ràdio Canadà té dues cadenes generalistes de televisió (una anglesa i una francesa), dues cadenes especialitzades d'informació (en anglès i francès) i aviat en tindrà d'altres. El Quebec té una cadena cultural.

Canadà és un país molt gran en superfície, però molt petit en nombre d'habitants (28 milions), almenys en relació al seu veí, els EUA. És per això que té cura de preservar el seu territori mediàtic, les seves llengües (i sobretot el francès), la seva cultura, i els seus llocs de treball en la indústria cultural.

Canadà és un país bilingüe, el 80% dels habitants del qual parlen l'anglès i el 20%, el francès. Quebec és majoritàriament francòfon però, curiosament, es troba més protegit de la invasió cultural americana per la seva llengua, que és, tanmateix, extremadament minoritària en el continent americà (300 milions d'anglòfons, 100 milions d'hispanoparlants, 7 milions de francoparlants).

Pel que fa als canals especialitzats, l'audiència francoparlant en una jornada sencera (de setembre de 1997 a agost de 1998) registra els següents índexs: RDI 2,8%, Canal Famille 2,5%, Musique plus 0,6%, RDS 2,3%, TV5 0,9%, Canal D 1,6%, CFTU 0,1%, Canal Vie 0,9%, o Canal Nouvelles 0,5%. Això, pel que fa a l'oferta de programes; però què passa amb la recepció, és a dir, amb la veritable audiència ?

L'audiència de les emissions canadenques en hores de màxima audiència és pel que fa als canals francòfons de 12 cadenes especialitzades amb un 10%, TOS 9%, TVA 31%, Radio Canada 47%, Altres 3%. Mentre que l'audiència de les emissions canadenques en hores de màxima audiència dels canals anglòfons es reparteix de la següent manera: 18 cadenes especialitzades 29%; CTV, Baton, Global, WIC, CHUM, etc 24%; CBC ATV 42% i Altres 5%.

La regulació en un context de lliure elecció

El telespectador no és del tot lliure d'escollir entre tot el ventall de programes existent, perquè l'organisme de regulació, el Consell de la Radiotelevisió i de les Telecomunicacions Canadenques (CRTC), imposa certes regles, com ara l'obligació d'abonar-se al mateix nombre de canals canadencs que americans. Però les pressions són fortes per permetre que el telespectador pugui gaudir d'una lliure elecció total, cosa que posaria en perill la rendibilitat, i, per tant, la rendibilitat i l'existència mateixa de les cadenes francoparlants (minoritàries a la resta del Canadà).

La difusió audiovisual es troba molt reglamentada

al Canadà per un joc de quotes imposades segons els territoris: en funció de la llengua majoritària, tant pel nombre de cadenes que poden oferir els operadors, com per la proporció de la producció nacional i lingüística que s'ofereix.

A l'època en que la banda d'emissió era un bé escàs, era fàcil limitar la presència americana a les ones canadenques. En un mercat de lliure intercanvi (l'ALENA), en el qual les mercaderies culturals en el sentit més ampli (continents i continguts) són els productes que tenen un valor afegit més alt, com es pot regular? Pot diferenciar-se encara entre els mitjans de comunicació electrònics i escrits, entre el consum cultural de la televisió i el dels diaris i revistes? No estem passant d'una forma de difusió col·lectiva dels mitjans audiovisuals, en els quals és possible un control per quotes, a una forma de consum privat en el qual el control individual és impossible en una societat democràtica?

Com en el cas dels continguts a Internet, alguns creuen que la regulació considerada negativa serà cada vegada més inviable, i que s'haurà de procedir a una regulació anomenada positiva, com ara el finançament mitjançant un programa d'ajudes a la producció. I, tot i així, països com els Estats Units es preparen per lluitar contra aquesta regulació en el sector cultural en nom del proteccionisme, tal com ho fan en l'agricultura i en les telecomunicacions. La globalització i les lleis del comerç internacional posen en perill l'edifici complex de la regulació audiovisual i cultural.

Alguns estan molt preocupats per la fabulosa proliferació de les cadenes de televisions temàtiques. Ens trobem al bell mig d'una cursa desenfrenada, una cursa contra rellotge; creem cadenes canadenques per competir amb les americanes, per conservar un equilibri entre TV canadenques i TV americanes, entre TV francòfones i TV anglòfones, entre TV públiques i TV privades, entre TV generalistes i TV especialitzades. En aquest moment, el sistema és a punt de trencar-se.

Quin paper té el servei públic? On s'ha de situar? Ha de quedar-se en la televisió generalista? Ha de deixar per a la privada la televisió especialitzada? Ha de concentrar-se en una part de la programació, anomenada de servei públic, sigui d'informació,

d'educació, de formació, de cultura, i deixar a la privada tot el que es finança sense ajudes estatals, l'espectacle, l'esport professional, els jocs?

El concepte de filial en televisió

El concepte de filial permet comprendre que els mitjans de comunicació (i, especialment, la televisió) són conjunts complexos d'indústries heterogènies.

- Des del punt de vista tecnològic, la filial s'entén com una cadena d'operacions tècniques que duen de la matèria primera al producte final

- Des del punt de vista econòmic, és una successió d'etapes en les quals té lloc la valorització d'un recurs o d'un producte determinat. A dalt es troben les infraestructures de distribució. al centre, la producció de les emissions, i a baix, la programació, la venda, l'explotació, la valorització d'un producte.

Les indústries culturals, en general, estan organitzades de dalt a baix, des de les infraestructures a la producció o del material als programes. A mesura que el producte envella, notem que es desplaça l'efecte de dominació de dalt cap a baix (Principis d'envelliment dels productes)

- A la fase d'emergència dels productes, domina el factor de dalt (per exemple, Kodack al començament del cinema, o els fabricants de materials al començament de la informàtica). És la TV dels enginyers.

- A la fase intermèdia, dominen els fabricants de programes, són importants els productors. És la TV dels realitzadors.

- A la fase de declivi, domina el factor inferior, els comercials, els distribuïdors, els venedors, els editors multimèdia. És la TV dels muntadors, de la posada en marxa.

L'exteriorització de la producció i el seu finançament pel mercat

Com a conseqüència de l'evolució de les tecnologies i dels mercats, hi ha una tendència general a separar les funcions, és a dir, a desmantellar una part de la cadena del valor afegit. Com en el cas de les telecomunicacions o de la informàtica, el procés de producció es fragmenta o atomitza de manera que els béns i els serveis, que es venien conjuntament, són

substituïts per productes específics i més nombrosos. Les emissores fan ús de moltes productores, i les empreses de producció poden vendre els seus productes a una o a moltes emissores públiques o privades, nacionals o internacionals.

L'Estat tendeix a subvencionar cada vegada més la producció, recorrent als fons d'ajuda a la producció nacional, sobretot pel que fa a la producció de pel·lícules, de ficció, telesèries, curtmetratges, programes informatius, etc.

Els diners que treu de la televisió de Radio-Canada (o que deixa de donar a R-C no incrementant els seus pressupostos anuals), l'Estat els posa en un fons de finançament d'emissions canadenques. Subvenciona les emissions originals, en lloc de subvencionar les cadenes de televisió, encoratja el consum cultural individual en lloc de protegir les institucions públiques. És el que s'anomena la regulació positiva. Es questiona el model de producció de les indústries culturals, i la defensa del Servei públic de televisió corre el risc de ser revisada.

La televisió enfrontada al model d'Internet

«La televisió es convertirà en l'aparell al voltant del qual hom seu a distància, i que s'usa col·lectivament, mentre que l'ordinador serà l'eina individual de lleure, d'informació i de vida pràctica», segons Bill Gates.

El famós debat «PC/TV» és lluny del final, perquè Internet s'està convertint en mitjà de comunicació. Absorbirà aquest nou mitjà el vell mitjà, la TV?

Per a l'audiència, la televisió simbolitza el descans. Després de vuit hores a la feina, l'usuari vol relaxar-se quan arriba a casa; el seu televisor no li pot recordar la feina. Televisor i PC encarnen dos universos espai/temps diferents; a casa, aquests aparells estan situats en dues cambres diferents, un al saló i l'altre al despatx o a l'habitació de treball, dos espais que són lluny de ser convergents.

Pot haver-hi un híbrid entre internet i la televisió?

En l'evolució que es preveu de la relació entre els vells mitjans (TV) i els nous (Internet), què pot quedar?:

- Un mitjà de comunicació que, com sempre, no absorbirà l'altre.
- L'entreteniment i la ficció per a la televisió i cada

vegada més la informació, la formació, l'educació, la recerca, i la comunicació per Internet.

▪ La WEB TV, és a dir, Internet per televisió, un fracàs previsible, i la Push Technologie per Internet, una utopia.

El concepte d'Informació a la carta (*news on demand*) s'està implantant a Internet i explica en part el seu èxit. Als Estats Units, sorgeixen serveis d'informació contínua, reforçats per serveis d'informació interactiva 1 (butlletins d'informacions, revistes electròniques, consultes d'articles de premsa i d'imatges, correu electrònic amb els periodistes, etc.).

Alguns telespectadors deixen de veure les informacions a la televisió (la cerimònia de les notícies del vespre) per la informació per Internet.

La producció en els nous mitjans de comunicació

Sintetitzant, la diferència entre Internet i la televisió es basa en tres aspectes.

- La televisió es rep en una pantalla situada a dos metres del telespectador; Internet, en un ordinador situat a trenta centímetres de l'usuari.
- L'usuari utilitza un comandament a distància per fer servir el televisor; l'internauta utilitza un teclat.
- El contingut; la manera de fixar-lo a la pantalla i de buscar-lo és diferent.

La televisió és més un mitjà de lectura o de visionat que un mitjà de recerca i d'escriptura. Si la televisió pot permetre una certa interactivitat (una interactivitat lligada a l'elecció, i.e.), és molt difícil d'usar-la amb la finalitat de produir, crear o de fer una recerca activa.

Radio-Canada, el canal Cinq a França i molts altres TV d'Estats Units han decidit d'invertir al nous mitjans de comunicació, no només tenint webs de referència, sinó produint únicament per a la WEB.

A la ràdio ja existeixen gran nombre d'estacions que existeixen només a Internet. **J-P.L.**

Referències:

Textos de Jean Paul Lafrance:

- 1 «L'Intranet, par exemple», Isabelle Quentin, editora, Montreal, set. 1998
- 2 «Le câble ou l'univers médiatique en mutation», ed. Québec-

- Amérique, Montreal, 1990
- 3 «Les radios nouvelles à travers le monde», La Documentation française, Paris, 1984
- 4 «La télévision à péage: jeux et enjeux», ed. A St-Martin, Montreal, 1983
- 5 «La télévision, un média en crise», Québec-Amérique, Montreal, 1982
- 6 «Communication et développement international» (en col·laboració), Les nouvelles technologies et les industries culturelles de l'avenir, PUQ, 1996
- 7 «Contenidos, servicios y financiación en las autopistas de la información, una utopía tecnológica a prueba», revista Telos, Madrid, dic./feb 1997
- 8 «Plays and players of electronic era», French Journal, Libbey, London, 1996
- 9 «Le laboratoire Internet», revista RESEAUX, maig/juny, París, 1996
- 10 «À la conquête électronique de la toison d'or, la mise au point

des services et des contenus sur les autoroutes de l'information», revista RESEAUX, París, agost/set. 1996

- 11 «La televisión y su público, un contrato en proceso de renegociación permanente», revista Telos, Madrid, set./nov, 1994
- 12 «Apoteosis de los videojuegos», revista Telos, Madrid, primavera, 1995

Web de Radio-Canada ([RTF bookmark start: _Hlt450976777][RTF bookmark end: _Hlt450976777])

Presente y futuro de la televisión digital, editors: Enrique Bustamante i José María Álvarez Monzoncillo, Madrid 1999

Vegeu la cadena CNN/Time/Pathfinder. Com se sap, el grup Turner es va unir recentment al conglomerat Time/Warner, amb el propi Turner com a vicepresident de la nova entitat. La Web Pathfinder reuneix els recursos periodístics i editorials dels diaris del grup Time (Time, Sports illustrated, Fortune, etc) amb els equips de la CNN.

Recordem també el projecte MSNNBC (Microsoft/NBC), el projecte News Corp de Murdoch.

Notícies

Reunió de la Plataforma Europea d'Autoritats de Regulació (EPRA)

El president del CAC i la responsable de relacions exteriors, la Sra. Gemma Domènech, van participar en la reunió semestral de la EPRA (Plataforma Europea d'Autoritats de Regulació) que va tenir lloc, els dies 6 i 7 de maig, a Vevey (Suïssa).

En aquesta reunió es va nomenar President de la EPRA al Sr. Greger Lindberg, president de l'Autoritat de Suècia, i Vice-president al Sr. José Garibaldi, membre de l'Alta Autoridad para a Comunicao Social de Portugal. Així mateix, es va aprovar per unanimitat la proposta de celebrar la reunió de la EPRA de maig del 2001 a Barcelona. Els temes tractats en la

reunió van ser les següents: el sexe a la televisió: els paràmetres de l'admissible; la televisió digital terrenal; la protecció dels menors en l'entorn digital; les noves tecnologies i les seves implicacions en la regulació de l'audiovisual (tema que continua obert i que es debatrà, també, en la propera reunió); i les novetats a nivell europeu –presentades pel representant de la Comissió Europea– que es van centrar en: els resultats de la consulta sobre la convergència en els sectors de les telecomunicacions, l'audiovisual i els serveis informàtics i les seves implicacions en la regulació d'aquests sectors; les conclusions de la reunió de Saarbrücken sobre l'autoregulació en el sector de l'audiovisual i

el dret comunitari; l'estudi sobre els sistemes de control de la televisió per part dels pares; i les recents sentències del TJCE.

Terceres jornades parlamentàries sobre mitjans de comunicació audiovisual

El 22 de març de 1999 van tenir lloc les «terceres jornades parlamentàries sobre mitjans de comunicació audiovisual: Model i finançament de les televisions públiques. Catalunya dins el marc europeu». El Conseller del CAC, Sr. Josep Gifreu, va pronunciar la Ponència marc «Elogi i crítica de la televisió pública», el President del CAC el Sr. Lluís de Carreras va intervenir en la taula rodona sobre el marc legal i el Conseller del

CAC, Sr. Enric Canals, en la taula rodona sobre el model de televisió pública.

Convocats els XII Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses

El Centre d'Investigació de la Comunicació, adscrit al Consell de l'Audiovisual de Catalunya, ha convocat els XII Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses. Poden participar treballs de recerca que tractin temes de l'àmbit de la comunicació social des d'una perspectiva sociològica, cultural, econòmica, jurídica, professional o tecnològica. El termini de presentació dels treballs finalitzarà el proper 30 de novembre de 1999. (DOGC, Núm 2923, 5.7.1999)