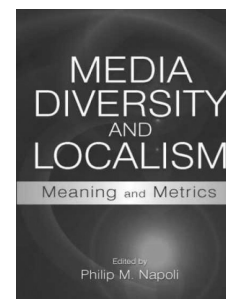


NAPOLI, P. M. (ed.) *Media Diversity and Localism: Meaning and Metrics*. Lawrence Erlbaum Associates, 2007. ISBN: 0-8058-5548-3

PER BEATA KLIMKIEWICZ

Professora adjunta de l'Institut de Periodisme i Comunicació Social de la Uniwersytet Jagielloński (Cracòvia, Polònia)



La complexitat d'un repte: com regular la diversitat dels mitjans de comunicació sense caure en una reducció simplista?

En l'àmbit normatiu, la diversitat de mitjans de comunicació ha estat percebuda durant molt de temps com un concepte valuós en els estudis i en la implementació de polítiques relatives als mitjans de comunicació, tant en termes de la seva importància per al procés democràtic com per a la formació harmònica de la identitat cultural en societats cada cop més diferenciades. Al seu torn, la complexitat i la generalització de la diversitat de mitjans s'han traduït en un marge ampli d'interpretacions i s'han convertit en camp adobat per a la tensió discursiva i per a les negociacions sobre l'ús del concepte en si mateix en la política relativa als mitjans. En aquest volum col·lectiu, Philip Napoli, juntament amb altres col·legues, ha aconseguit atreure l'interès de molts experts i responsables polítics, dibuixant una manera alternativa d'analitzar la diversitat de mitjans per mitjà d'una avaluació empírica i d'uns indicadors enfocats convenientment. El programa analític proposat deriva de la política i de la pràctica judicial relatives als mitjans als Estats Units, i revela l'evidència empírica com a necessitat per fonamentar qualsevol política vital i efectiva orientada a preservar la diversitat.

La formació acadèmica de Napoli combina l'economia dels mitjans de comunicació i l'anàlisi de les polítiques. Napoli, que és autor de dos llibres (Napoli 2003; Napoli 2001) i de nombroses publicacions sobre la política de les comunicacions, la regulació dels mitjans electrònics i l'economia de l'audiència, ha impulsat experts europeus a reflexionar sobre l'anàlisi de les polítiques des de la perspectiva de la recerca empírica raonada.

Diversitat i localisme: un problema de distinció

Un dels principals reptes exposats en el volum col·lectiu sembla un dilema: es pot dur a terme una avaluació sòlida i empírica sense una reducció simplista, que menyscabi, en darrera instància, el paper de la diversitat dels mitjans? Analitzem

aquesta perspectiva per mitjà de la "lent de mesurament" (metric lens) proposada per Napoli i els seus col·legues, que se centra en qüestions d'estructures de mitjans de comunicació/proprietat, la seva relació amb els continguts dels mitjans de comunicació i el principi de localisme, en un sentit ampli. Són la diversitat i el localisme dues cares diferents de la mateixa moneda, com se suggereix en el títol, o és (el localisme) una dimensió d'un concepte (la diversitat) més ampli, més generalitzat, que abasta un àmbit ric i de múltiples dimensions d'estructures externes i internes dels mitjans de comunicació? Encara que per a finalitats, la segona opció sembla més lògica, el volum segueix dos camins diferents i té en compte dos principis diferents, la diversitat i el localisme, i s'inspira en gran part en la pràctica legal i política dels Estats Units.

Diversitat de propietat i contingut: un vincle imaginat?

En la primera part del llibre s'exposen les dimensions estructurals (la propietat dels mitjans) que reflecteixen la lògica de l'enfocament als Estats Units sobre la regulació de la diversitat dels mitjans, en gran mesura condicionada per la Primera Esmena i, per tant, també un enfocament a "la diversitat de veus" en lloc de "continguts". Joel Waldfogel (*Should We Regulate Media Ownership?* pàg. 3-8) presenta un informe crític en què es vincula la regulació antimonopolista (sobre la base de l'índex Herfindahl-Hirschmann, IHH) amb la regulació de la propietat dels mitjans de comunicació. S'expressa en un sentit similar Robert Horwitz (*Media Concentration and the Diversity Question*, pàg. 9-56), en afirmar que els models canviants en la tecnologia i l'ús dels mitjans de comunicació confonen les distincions geogràfiques i de mercat essencials en anàlisis antimonopolistes. Els capítols de Waldfogel i Horwitz també plantegen interrogants fonamentals i posen a prova la base de la diversitat dels mitjans en si mateixa: quins aspectes de l'interès públic es veuen afectats pels mitjans de comunicació? Hi ha cap evidència que la propietat afecta aquestes qüestions? Poden les normes de propietat, els límits de la concentració i les preferències de concessió de llicències de les minories en realitat provocar els canvis desitjats en els contin-

guts dels mitjans de comunicació? Una anàlisi breu de les evidències utilitzades en la pràctica legal mostra que la relació jurídica entre la diversitat de propietat i la diversitat de continguts ha estat, en general, feble (Horwitz, pàg. 40).

Ocupació i notícies

A banda de la diversitat externa o de les dimensions estructurals, el volum analitza altres importants aspectes de la diversitat relativament bandejats en la pràctica política dels Estats Units i la seva aplicació. Peter DiCola (*Employment and Wage Effects of Radio Consolidation*, pàg. 57-78) se centra en la relació entre l'ocupació, la consolidació del mercat i el localisme. DiCola demostra que els mercats més consolidats deriven en la reducció d'ocupació i, per tant, també en la disminució de l'impacte dels habitants locals en les decisions sobre els continguts disponibles (DiCola, pàg. 62). Peter Alexander i Brendan Cunningham (*Public and Private Decision Making: The Value of Diversity in News*, pàg. 79-96) consideren el contingut i, en particular, les notícies, l'indicador més important de la diversitat. Assumeixen que la utilitat dels consumidors ve determinada per la qualitat, la coherència i la varietat de la producció prevista pels mitjans informatius televisius. L'evidència empírica que els autors recopilen suggereix que els mercats de mitjans més concentrats presenten més homogeneïtat quant a la informació transmesa als consumidors.

Enfocaments conceptuals i metodològics

Altres grups d'autors se serveixen de diferents finestres metodològiques per deconstruir i reconstruir el concepte de diversitat pel que fa a les noves demandes polítiques. Stefaan G. Verhulst (*Mediation, Mediators, and New Intermediaries: Implications for the Design of New Communications Policies*, pàg. 113-137) descriu un nou enfocament conceptual sobre la base de la "mediació". Argumenta que la mediació s'ha d'utilitzar com una eina analítica per comprendre millor com adaptar la nostra actual "caixa d'eines" de comunicació política i els nostres principis a les noves circumstàncies, i com els reglaments, per exemple els aplicats als organismes de radiodifusió, es poden "traduir" a internet. Sandra Bramen (*The Limits of Diversity*, pàg. 139-150) reflexiona sobre els límits de la diversitat. Una de les principals qüestions és si existeix una diversitat de contingut significativa si les persones reben informació però no poden entendre-la. En altres paraules: té sentit la diversitat d'informació si no es pot vincular amb la deliberació democràtica, el comportament polític o la presa de decisions? Steven S. Wildman (*Indexing Diversity*, pàg. 151-176) proporciona una descripció crítica d'un índex de diversitat (ID), introduït per la Comissió Federal de Comunicacions (FCC), per avaluar l'efecte de l'estructura de la propietat sobre l'acompliment dels mercats locals de mitjans de comunicació. Wildman afirma, sobre la base de la decisió de la Cort d'Apel·lació del Tribunal Superior número 3 (*Third Circuit Court*), que l'índex està ple de problemes tant de consistència interna com de validesa externa, principalment perquè no se'n té en compte el

component teòric. Stephen D. McDowell i Lee Jenghoon (*Tracking 'Localism' in Television Broadcasting: Utilizing and Structuring Public Information*, pàg. 177-191) se centren en una idea de localisme a la radiodifusió televisiva. Promouen metodologies que inclouen una sèrie de dimensions i amplien el localisme més enllà de la programació i el contingut. La principal contribució de Mark Cooper (*When Law and Social Science Go Hand in Glove: Usage and Importance of Local and National News Sources – Critical Questions and Answers for Media Market Analysis*, pàg. 193-224) analitza qüestions metodològiques i teòriques que proporcionen una descripció crítica de l'ús de l'índex de diversitat (ID) en la implementació de les polítiques als Estats Units. Cooper examina, en particular, un element crucial de l'ID: la font primària d'informació en les notícies locals i nacionals. Cooper segueix l'enfocament general de la FCC en la definició del mercat geogràfic i presenta les dades generades originalment en fonts de notícies nacionals i locals. Els resultats confirmen que l'índex de diversitat de la FCC subestima la importància dels diaris i sobreestima la importància de la ràdio i internet (Cooper, pàg. 214). En conclusió, Cooper destaca que l'anàlisi de les ciències socials té un gran potencial a l'hora de proporcionar dades valuoses per a polítiques de diversitat ben dirigides.

Minories, mitjans de comunicació i diversitat

Als Estats Units, les relacions entre les minories, els mitjans de comunicació i la diversitat han comptat amb el reconeixement de les polítiques de diversitat dels mitjans de comunicació. Tot i que la implementació de polítiques es va centrar principalment en qüestions de propietat de minoria (*minority ownership*), els autors d'aquesta part del volum analitzen, també, el contingut i la representació dels mitjans. Leonard Baynes (*White Out: The Absence and Stereotyping of People of Color by the Broadcast Networks in Prime Entertainment Programming*, pàg. 227-267) destaca la importància de l'existència d'unes polítiques que protegeixin una cobertura justa de les minories. Proposa una "prova d'espectador corrent" per detectar la discriminació per absència o la discriminació per estereotipació. Christine Bachen [et al.] (*Serving the Public Interest: Broadcast News, Public Affairs Programming, and the Case for Minority Ownership*, pàg. 269-306) analitza la propietat de minoria des de la perspectiva de les polítiques governamentals dels Estats Units. El capítol ofereix una visió general de la història política a partir del *Kerner FCC Report* (1967), passant pels esforços de la FCC per plantejar perspectives de representació de minories als mitjans de comunicació i polítiques sensibles amb les minories per fomentar la propietat de minories. Els autors conclouen que els mitjans de comunicació que són propietat de minories presten més atenció a les necessitats i als interessos de les audiències ètniques i minoritàries (Bachen [et al.] pàg. 293).

Comportament de l'audiència i noves tecnologies

Finalment, la darrera part del llibre llança llum sobre la diversitat de mitjans des de la perspectiva dels usuaris i els nous

serveis de comunicació. James Webster (*Diversity of Exposure*, pàg. 309-325) part del concepte dels tres components que integren la diversitat proposats per Napoli: la font, el contingut i la diversitat de l'exposició. Webster argumenta que tot i que existia una perspectiva àmplia dels dos primers tipus de diversitat en la investigació i la formulació de polítiques, la diversitat de l'exposició s'havia deixat de banda. Webster analitza tres unitats potencials d'una anàlisi de l'exposició: les mesures centrades en l'espectador, les mesures centrades en el contingut i les mesures centrades en el canal. Matthew Hindman (*A Mile Wide and Inch Deep: Measuring Media Diversity Online and Offline*, pàg. 327-347) compara una sèrie de dades a escala nacional sobre la concentració de l'audiència en diferents formes de mitjans de comunicació. Exposa que en totes els diferents mesuraments, el contingut d'internet produeix nivells més alts de concentració de públic que en els mitjans de comunicació tradicionals (Hindman, pàg. 329). Eszter Hargitai (*Content Diversity Online: Myth or Reality?* pàg. 349-362) analitza el comportament de les persones que busquen informació a la xarxa, a través de dades recollides fruit d'observacions i d'entrevistes. Les dades empíriques demostren que la presència de diversitat de continguts en la xarxa no en garanteix la facilitat d'accés. Per tant, és important establir una distinció entre el contingut disponible i el contingut accessible (Hargitai, pàg. 361). Ellen P. Goodman (*Proactive Media Policy in an Age of Content Abundance*, pàg. 363-382) distingeix entre els objectius de les polítiques reactives i les proactives, enteses aquestes últimes com una exposició creixent del contingut. Ofereix, així mateix, una crítica de l'índex de diversitat tot argumentant que la disponibilitat de diferents punts de vista, per exemple en relació amb canals de cable, té un valor limitat si els ciutadans no estan exposats realment a aquests punts de vista (Goodman, pàg. 369). Goodman manifesta més confiança en els subsidis enfront de la reglamentació, i no només per a la radiodifusió pública, sinó també per als continguts no comercials emesos per mitjà de totes les plataformes digitals.

El volum col·lectiu de Philip M. Napoli assenyala la necessitat d'un enfocament multilateral: el sentit adequat de la diversitat i el localisme, així com la seva aplicació en la formulació de polítiques de comunicació, requereix d'un diàleg profund entre diverses disciplines. La gamma àmplia de perspectives globals aportades en el llibre es resumeix en una sola conclusió: els principis de la diversitat i el localisme haurien de ser pertinents.

Referències

NAPOLI, P. *Audience Economics: Media Institutions and the Audience Marketplace*. Nova York: Columbia University Press, 2003. ISBN: 978-0231126533

NAPOLI, P. *Foundations of Communications Policy: Principles and Process in Regulation of Electronic Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2001. ISBN: 978-1572733435