

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

Resum

Des de fa molt temps que existeix la dicotomia geogràfica entre els grans centres urbans i la resta de municipis d'un territori, concebuts aquests darrers amb el terme de món rural. Catalunya n'és un exemple molt clar. El primer cas equivaldria a Barcelona i la seva àrea metropolitana, que correspondria als centres on es reuneixen les principals activitats i on s'aglutina un major nombre de població. El món rural seria la resta de municipis que estan situats més lluny de la capital catalana.

Un dels àmbits on aquesta diferenciació territorial també està present és a l'hora de tractar les informacions que apareixen als mitjans de comunicació. Tots els marcs normatius, tant de la Unió Europea, de l'Estat espanyol, com de Catalunya, reconeixen la pluralitat com un principi indispensable que s'ha de complir per preservar els drets fonamentals relacionats amb el món de la comunicació, com són, per exemple, el dret a la informació o el dret a la llibertat d'expressió. Hi ha molts tipus de pluralisme, però el nostre treball se centra en la diversitat territorial. Els ciutadans que viuen a les localitats de fora de Barcelona no estan d'acord amb el tractament que es fa del seu territori, ja que hi ha un desequilibri de temps d'aparició entre aquests dos territoris.

TV3, com a mitjà públic català, té la missió de "reflectir la diversitat i garantir la pluralitat". Ara bé, després d'analitzar els Telenotícies Vespre del novembre de 2013 s'extreu la conclusió que un dels principals objectius d'aquesta cadena televisiva no es compleix, ja que Barcelona ocupa gairebé un terç del total de la informació analitzada. Una xifra molt per sota de les altres tres províncies de Catalunya conjuntament. A més, s'ha d'afegir que és una tendència en augment amb el pas dels anys. Es comprova després d'haver comparat els resultats obtinguts a l'Informe de l'Audiovisual de Catalunya de 2006, elaborat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que set anys enrere ja hi havia aquest desequilibri en el tractament territorial, però en aquest darrer anàlisi encara s'ha incrementat més la xifra que correspon a aquesta distribució geogràfica.

Índex

- Introducció	2
- Marc teòric	6
○ La importància del pluralisme als mitjans de comunicació des de la Unió Europea	7
○ Com s'aplica el pluralisme territorial a l'Estat espanyol	14
○ El paper del pluralisme als mitjans de comunicació catalans ...	18
○ Què és TV3 i quina missió té	20
○ Primers estudis sobre la comunicació i el tractament de la distribució geogràfica a Catalunya	21
- Metodologia	26
- Resultats de l'anàlisi: TN Vespre del novembre de 2013 i comparativa amb l'Informe de l'Audiovisual de Catalunya del Consell de l'Audiovisual de Catalunya	31
○ Distribució geogràfica	32
○ Temes	36
○ Actors de la informació	40
- Conclusions	44
- Bibliografia	50

Introducció



Tradicionalment, i des que existeixen els grans nuclis urbans, es tendeix a concebre el territori com una dualitat: la ciutat i la seva àrea d'influència, d'una banda, i de l'altra, tot el que queda fora d'aquest àmbit, etiquetat, habitualment, amb el terme rural. Les ciutats i els pobles catalans que no són Barcelona, ni tampoc pertanyen al seu cinturó metropolità, no creuen suficient la cobertura que fan els mitjans de comunicació públics del seu territori.

El món rural, normalment només té espai als mitjans quan és protagonista de successos i desgràcies i molt poques vegades apareixen notícies d'actes que hagin tingut lloc a aquests territoris. Quan s'utilitza el concepte de món rural, no estem parlant del territori basat en les activitats productives del sector primari, sinó a un àmbit geogràfic en què la informació que es produeix es consumeix a escala local i no té transcendència més enllà del poble o comarca que és protagonista de la notícia.

Així doncs, si es presta atenció al tipus d'informació que apareix als mitjans de comunicació públics de Catalunya sobre el territori rural només fa referència a notícies catastròfiques, queixes, crisi, baixades de preus, reivindicacions, vagues, talls de carreteres o irregularitats administratives. El tractament continuat d'aquest tipus de notícies comporta i crea una imatge negativa i esbiaixada del món rural.

En aquesta mateixa línia, els ciutadans no estan d'acord amb el tractament que se li dona al món rural a les informacions dels Telenotícies dels mitjans de comunicació catalans. La temàtica que més espai hauria d'ocupar en relació del que ho fa actualment als mitjans és la innovació i el desenvolupament del món rural. Certament és necessari perquè encara existeix el tòpic d'associar els centres no urbans amb el tradicionalisme, l'antiguitat i l'obsolescència. Si es donessin a conèixer les innovacions que es produeixen en tots els camps de l'àmbit rural aquesta visió estereotipada canviaria.

Des dels mitjans de comunicació caldria prestar més atenció informativa a la diversitat del territori, amb una visió transversal que tingui present la rellevància de la notícia més enllà de la seva ubicació geogràfica. En aquesta mateixa línia, per tal de reflectir apropiadament la pluralitat que conforma el conjunt de la societat catalana, seria convenient intentar corregir els dèficits en aquest àmbit pel que fa a la informació relacionada amb l'art, la cultura, l'educació i l'ensenyament, la crònica política, etc. Així com procurar incorporar la perspectiva territorial als criteris de noticiabilitat. Perquè actualment sembla que només hi hagin estrenes d'obres de teatre, exposicions de pintura o reunions polítiques en el nucli urbà de Barcelona.

Els mitjans de comunicació generalistes catalans, en especial els públics, representen a tota la població catalana, per tant haurien de deixar de percebre la informació com una mercaderia que només té com a objectiu aconseguir la major audiència possible i intentar ser més plurals. Així doncs, s'hauria de

tractar tot tipus d'informació amb un pes similar entre el què ha passat a Barcelona i la resta de Catalunya, perquè tots els catalans se sentissin identificats en el mateix grau. Des dels mitjans també s'hauria d'ajudar a fer desaparèixer el profund desconeixement social del què és el món rural i el cert desprestigi del terme que tradicionalment s'ha associat a estereotips relacionats amb l'anacronisme i la ignorància.

Amb aquest treball es demostrarà que les percepcions que tenen els ciutadans del món rural respecte la representació del seu territori als mitjans de comunicació està ben fonamentada. Ens centrarem amb la informació estricta que ofereix la Televisió Pública de Catalunya, més concretament el canal TV3. D'una banda, perquè el servei públic audiovisual té la missió de representar a tota la població amb la mateixa proporció. D'altra banda, perquè ha de garantir tots els tipus de pluralisme com són el polític, social i cultural, així com l'equilibri territorial que s'ha d'incloure a les peces informatives perquè aquestes compleixin els principis de l'ètica periodística i oferir una programació de qualitat que promogui totes les àrees econòmiques i socials del país.

Així doncs, des d'un primer moment, amb el marc teòric, s'explicarà que hi ha una conscienciació per part dels organismes institucionals de la importància que té el pluralisme als mitjans de comunicació. Aquestes observacions seran possibles gràcies al recull de jurisprudència i recomanacions que les institucions públiques creen per assegurar-se que els mitjans de comunicació compleixen amb la missió sobre la qual es van crear.

El recull d'aquests textos que es presenten pertanyen a tres nivells: Unió Europea, Estat espanyol i Catalunya. Tot i ser nivells diferents, tots coincideixen en els eixos principals que fan referència al pluralisme i a la diversitat en la informació. L'interès que mostren des dels governs respecte aquest tema desvetlla la influència que tenen els mitjans de comunicació sobre la formació d'opinió de la societat. La comunitat europea des de sempre que ha tingut una certa preocupació envers aquest tema, per això des de les institucions europees han encarregat realitzar documents d'estudi i de recomanacions per conscienciar als mitjans de comunicació de quins aspectes han de corregir.

Una part de la plataforma "Digital Agenda" està destinada a l'anàlisi dels continguts dels mitjans de comunicació. Un dels tipus d'estudis i documents que s'hi poden trobar, per exemple, fan referència al tractament del pluralisme i la diversitat als mitjans, els més rellevants que tracten aquests principis s'inclouen al marc teòric d'aquest treball. D'altra banda, la legislació espanyola sobre els mitjans de comunicació públics és la que preval per sobre de les comunitats autònomes, ja que els serveis públics audiovisuals de les comunitats són de gestió concessional per part de l'Estat espanyol.

Des dels inicis del servei públic de mitjans audiovisuals que sempre ha existit jurisprudència sobre aquest àmbit, la qual ha anat modificant-se segons l'evolució del món de la comunicació. Ara bé, el fet que continuï vigent haver de recordar, a tots els nivells territorials, que s'ha d'aplicar el principi de pluralisme transmet la idea que aquests principis no són aplicats correctament i els productes que es produeixen no respecten l'aplicació d'aquestes recomanacions.

L'interès sobre els mitjans de comunicació públics es deu perquè aquests no tenen les mateixes característiques que la resta d'indústries. La indústria de la comunicació ha de complir uns valors socials i culturals, ja que han de proporcionar un bé per a la societat. Tots els grups socials, polítics, econòmics i els territoris han d'estar representats en la mateixa proporció als mitjans de comunicació, ja sigui per la identitat política que tingui, l'ètnia al qual pertanyi o el territori on visqui. Si els mitjans se centren en un tipus d'informació i li dediquen la major part del seu temps a aquesta, estaran plasmant una visió esbiaixada de la societat, ja que deixaran sense veu a certs grups minoritaris i d'aquesta manera estaran incomplint la naturalesa principal sobre la qual van néixer els mitjans de comunicació públics,

Aquesta tendència de focalitzar la informació sobre grups i territoris d'àmbit més gran, desperta el descontentament de la part de població que se sent marginada als mitjans de comunicació, que pertanyen a tota la societat. Això és el que passa a la societat catalana.

Per tant, aquest treball té com a objectiu estudiar si s'aplica adequadament el pluralisme territorial als Telenotícies Vespre de TV3 del mes de novembre de 2013. De la mateixa manera, a partir dels resultats obtinguts en aquest anàlisi de continguts es farà una comparació de si aquesta problemàtica, que s'ha detectat des de sempre, s'ha pal·liat a mesura que han avançat els anys, o tot al contrari i encara s'ha pronunciat més la desigualtat de cobertura territorial als informatius de TV3.

Marc teòric



La importància del pluralisme als mitjans de comunicació des de la Unió Europea

La Comissió Europea va percebre la necessitat de monitorar de prop el pluralisme als mitjans de comunicació. Per això, va encarregar a un grup de tres institucions acadèmiques, i amb el recolzament d'experts no afiliats a aquest grup, un estudi sobre el pluralisme als mitjans de comunicació. Dintre d'aquests investigadors subcontractats trobem, també un grup de membres de la xarxa d'experts de mitjans de comunicació locals, els anomenats "Country Correspondents", per tractar el tema des d'una vessant de proximitat, també, i així garantir que aquest estudi no es quedi en un àmbit generalista i global i pugui oferir una informació més detallada i per tant més pràctica per als Estats.

A partir d'aquest encàrrec sorgeix el document "Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach", realitzat per l'MPM –Measuring Policy-Making¹. L'MPM està dissenyat com una eina de diagnòstic per a l'obtenció d'informació sobre els riscos que comporta la manca del pluralisme informatiu en un Estat membre, ara bé no estableix mesures polítiques. Per detectar aquests riscos s'utilitza una àmplia gamma d'indicadors i els resultats de risc són considerats en el seu conjunt, ja que si s'empressin individualment l'augment d'alguns dominis o la disminució d'altres podria esbiaixar l'avaluació dels riscos obtinguts. Cal destacar, que des del "Measuring Policy-Making" es consulten les parts interessades en l'estudi perquè l'avaluació sigui el més transparent possible.

L'"Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach" explica en detall els instruments i els mètodes d'acompanyament que s'han desenvolupat perquè els mitjans tinguin una guia per preservar el pluralisme. Es fa també un apunt en l'exercici del monitoratge i una aproximació perquè aquest es podria convertir en un primer pas cap a un model de regulació basat en prevenir els riscos de la manca de pluralisme. Amb aquest seguiment es faria possible l'homogeneïtzació en l'aspecte de preservació dels pluralismes als continguts de la programació dels mercats de mitjans a Europa.

L'estudi se centra en tots els tipus de pluralisme –la diversitat de gèneres als mitjans, pluralisme polític, social i cultural i també de la diversitat geogràfica-. En el cas del pluralisme territorial, el document reconeix que les amenaces cap a la dimensió territorial són la insuficiència o falta de representació de diverses àrees geogràfiques, ja siguin d'àmbit nacional i/o locals. Quan es refereix a la diversitat geogràfica, es parla de la dicotomia entre món urbà i món rural. El primer terme

¹ K.U. Leuven – ICRI (lead contractor); Jönköping International Business School – MMTC; Central European University – CMCS; Ernst & Young Consultancy Belgium (2009). "Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States a *Digital Agenda for Europe*. [En línia]. Leuven, disponible a: http://www.intec.edu.do/downloads/pdf/biblioteca/004-biblioteca_harvard_estilo.pdf [Accés 12 de febrer de 2014]

fa referència a les ciutats més grans i les seves àrees d'influència, on hi ha el major nombre d'habitants i es reuneixen un gran nombre d'activitats que acaparen la major part del temps d'aparició als mitjans. En canvi, el concepte "món rural" s'adreça a les àrees geogràfiques on hi ha manca d'aparició als mitjans de comunicació, ja que són els territoris que estan més apartats dels grans centres urbans on s'aglutina la gran part de les activitats polítiques, econòmiques, esportives... que acaparen l'atenció mediàtica.

El document recomana que s'ha de comparar la quantitat de mitjans de comunicació regionals i locals que existeixen en una zona geogràfica respecte la quantitat d'informació que apareixen als mitjans de comunicació nacionals sobre aquest territori. Això proporcionarà una base que comprovarà si aquella distribució geogràfica té la cobertura informativa necessària, o per al contrari hi ha dèficit informatiu.

Els Estats han de prestar particular atenció en els aspectes estructurals així com obligacions de continguts. Hi ha moltes zones que no disposen de la suficient cobertura informativa, i tampoc disposen de mitjans locals o regionals que cobreixin aquesta mancança. Per això els mitjans de comunicació públics, que tenen la missió de servei públic com s'explicarà més endavant, han de proporcionar la informació necessària a aquests territoris perquè els seus habitants puguin estar informats adequadament sobre la seva zona d'influència.

D'altra banda, com ja s'ha exposat, aquesta falta d'informació sobre territoris geogràfics per part dels mitjans de comunicació, fa que els mitjans locals adquireixin molta més rellevància per cobrir aspectes geogràfics que no són tractats als mitjans convencionals. Per això, el document recomana que l'Estat ha de prendre mesures positives per proporcionar suport infraestructural i tècnic a aquests mitjans, perquè així es garantirà el màxim abast geogràfic. Es recomana que és important assegurar-se que els esdeveniments locals estan coberts pels mitjans de comunicació, ja que això ajuda a salvaguardar la identitat local i també a reflectir la diversitat geogràfica de la societat.

Per tal de preservar la importància que tenen els mitjans de comunicació en aquest aspecte, sobretot els d'àmbit públic, dintre del marc europeu, s'elaboren estudis de recomanacions per mantenir la qualitat dels serveis de radiodifusió. L'estudi consciència als mitjans que han d'incloure diferents tipus de pluralisme en la seva programació, perquè la seva programació compleixi els valors socials i culturals sobre els quals va néixer el mitjà. Un d'aquest tipus de pluralisme és el territorial.

L'"Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach" reconeix que la indicació de les zones amb risc de què no es compleixi el pluralisme territorial abasta una sèrie de dimensions. La primera que reconeix és la dimensió "macro", en aquesta l'anàlisi del sistema de mitjans de comunicació nacionals s'utilitzaria per

detectar les tendències de la centralització de la informació i la relativa força que tenen els mitjans locals i regionals. L'altra dimensió és l'anàlisi "micro", fent referència als continguts i els serveis, segons l'estudi, aquests han de ser examinats en altres contextos, incloent la producció local i la seva posterior divulgació.

Així doncs, les recomanacions de l'estudi reparteix la responsabilitat de preservar la diversitat geogràfica entre els mitjans locals i els mitjans de comunicació nacionals. D'aquesta manera, les mancances informatives en l'àmbit geogràfic que es produeixen als mitjans de comunicació nacionals quedarien cobertes pels mitjans locals que ofereixen una informació especialitzada del seu àmbit d'actuació.

Ara bé, l'"Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach", com ja s'ha especificat anteriorment, no només tracta el pluralisme geogràfic, sinó que també treballa la resta de pluralismes. En aquest document, es distingeixen dos tipus d'enfocaments que divideixen el pluralisme. D'una banda, el neoliberalisme que es basa amb la llibertat del mercat i la lliure competició de les empreses. I d'altra banda, l'esfera pública habermarsian, aquesta caracteritzada per un grau molt més alt de control per part del govern. A partir d'aquí, segons si s'empra el sistema neoliberalisme o l'esfera pública habermarsian per part de l'esfera dels mitjans de comunicació de cada Estat Membre, hi ha un grau més o menys de pluralisme als mitjans.

El Parlament Europeu va destinar 500.000 euros del pressupost de 2013 de la Unió Europea per una implementació d'una prova pilot, per encàrrec de la Comissió Europea a un grup d'investigadors del "Media Pluralism Monitor". Així doncs, aquesta prova es dedicaria a mesurar el nivell de pluralisme, en tots els àmbits, que apareix als mitjans de comunicació. L'encarregat és el Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). Aquesta eina només s'encarrega de realitzar informes sobre quin és el grau de pluralisme en cada un dels mitjans, però en cap moment es posiciona a favor o en contra, sempre utilitza un discurs neutre.

Quan la prova pilot funcioni, a partir del mes de juliol de 2014, serien els nou Estats Membres escollits pel "Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF)", actuant amb independència de la Comissió i els Estats, on s'aplicaria –Bèlgica, Bulgària, Dinamarca, Estònia, França, Grècia, Hongria, Itàlia i el Regne Unit- els que rebrien aquests informes, els que avaluarien si s'aplica correctament el pluralisme al seu territori i si no és així, serien ells els encarregats de fer els canvis pertinents als mitjans en cas que no s'apliqui el suficient pluralisme a l'hora de tractar les notícies als mitjans perquè al final quedi una representació idònia per a tots els col·lectius de la societat.

Ara bé, els països tenen total llibertat d'intervenir o no en els mitjans, com s'ha exposat abans, aquest aspecte depèn de quin dels dos sistemes hi hagi implantat en cada Estat. Els criteris que s'han utilitzat per escollir aquesta mostra de països s'han basat amb la tipologia dels mitjans de comunicació que hi ha al territori, els sistemes polítics instaurats, els criteris geogràfics dels quals compta aquest Estat, la mida del mercat de mitjans de comunicació –incloent en aquest criteri la població i el territori- i les avaluacions polítiques del nivell de llibertat de premsa i el pluralisme existent.

En cas que s'implementi aquesta prova pilot a nivell de tota la Unió Europea, l'anàlisi que ofereix l'MPM als països faria que aquests disposessin d'un gran nombre d'eines per poder mesurar si el pluralisme està ben aplicat en l'atmosfera de la comunicació del seu territori o no. A partir d'aquí haurien de decidir si han d'intervenir en l'activitat dels periodistes per millorar la informació que s'ofereix al seu país i així garantir la inclusió d'idees innovadores i les opinions de grups minoritaris.

Si se seguissin les indicacions que marca l'estudi de l'MPM, s'evitaria que els temes i els actors que apareixen a les notícies, majoritàriament influïts per grups d'interès socials, econòmics i polítics, deixin de ser sempre els mateixos i oferís una informació més variada i així encabir una diversitat més àmplia de temes i col·lectius que tenen un espai mínim en l'aparició d'un mitjà de comunicació, ja que es consideren grups minoritaris i de mínim interès per a la societat.

El dèficit del pluralisme territorial és una preocupació per part de la Comissió Europea. Hem vist com es realitzen anàlisis i recomanacions per pal·liar aquest desequilibri que es produeix a tots els països de la Unió Europea. Ara bé, la CE va més enllà i també ha fet aplicar una normativa comunitària perquè es compleixi el pluralisme als mitjans de comunicació, ja que l'exigència d'aquests és representar a tota la societat. S'ha d'intentar evitar la centralització de la informació, encara que sigui més econòmic focalitzar la major part de l'activitat a l'audiència dels centres urbans, que és on s'aglutina la major part dels espectadors. A més, també cal tenir en compte que els esdeveniments més rellevants normalment succeeixen a les grans ciutats.

La BBC, cadena pública de Gran Bretanya i una de les més prestigioses i de referència a nivell mundial, tampoc compleix l'equilibri adient del pluralisme territorial. Un informe del BBC Trust mostrava que els territoris de Escòcia, Gal·les i Irlanda del Nord no gaudien del mateix nombre de peces informatives que la resta de territori anglès.

Observat que és una problemàtica a nivell general, la Unió Europea pot posar de manifest si hi ha algun Estat membre que vulneri el principi de pluralisme als mitjans de comunicació. Quan això succeeix el Consell Europeu, segons

l'article 101 de la Carta de Drets Fonamentals², elabora un llistat de recomanacions perquè els mitjans d'aquest país puguin corregir les mancances detectades. Si l'Estat membre continua sense aplicar el pluralisme als mitjans de comunicació el Consell suspendrà diferents drets del Tractat de la UE per a aquest país, ja que consideren que el pluralisme és un dret fonamental que preval per sobre de la resta i aquest s'ha de complir.

El dret de la Comunitat Europea a intervenir en el servei de televisió es pot dur a terme a través de dos àmbits: d'una banda, les directives relatives a la televisió com a vehicle de política cultural. D'altra banda, els principis de liberalització i lliure competència, que influeixen tant en el règim jurídic de prestació del servei de televisió com el finançament públic d'aquest servei.

Ens centrarem en el primer aspecte, ja que és el que influeix directament en els continguts de la programació. Segons la UE la televisió té un paper molt important com a instrument de la política cultural dels Estats europeus. Perceben aquest mitjà com un vehicle de comunicació de masses i de formació d'opinió pública. Per aquest motiu, des de la Comissió Europea es vetlla perquè els mitjans de comunicació garanteixin els principis de responsabilitat sobre els quals van ser creats.

Per això es va crear la directiva "televisió sense fronteres" que es va aprovar l'any 1989, ja que abans no hi havia una norma d'harmonització sobre la televisió. En aquest document es tracten diversos aspectes com, per exemple, que els Estats membres garanteixin la llibertat de recepció i no obstaculitzin la retransmissió en els seus territoris d'emissions de radiodifusió televisiva procedents d'altres Estats membres. Però en l'àmbit dels continguts, la directiva inclou quotes de protecció per a programes europeus i per als respectius productors. Conté també diverses disposicions per a la protecció dels menors i de la joventut, el dret de rèplica, l'aplicació del pluralisme a la programació i disposicions sobre publicitat i patrocini.

Per focalitzar més l'objecte sobre el qual gira el nostre treball, es farà referència a la definició de la missió de servei públic que l'any 1993 la Unió Europea de Radiodifusió va elaborar: "Una programació per a tothom, un servei de base generalista amb aplicacions temàtiques; un fòrum per al debat democràtic; lliure accés del públic als principals esdeveniments; una referència original i un esperit innovador; una vitrina cultural; una contribució al reforçament de la identitat europea, com també als seus valors socials i culturals: un motor de la investigació i del desenvolupament tecnològic".

² "Carta de Drets Fonamentals de la Unió Europea" al *Diari Oficial de les Comunitats Europees* [En línia]. Disponible a: http://www.intec.edu.do/downloads/pdf/biblioteca/004-biblioteca_harvard_estilo.pdf [Accés el 4 de gener de 2014]

A partir d'aquesta definició es van ajustar una sèrie d'objectius, sobre els quals han de recolzar-se els mitjans de comunicació públics. Aquests han de complir: la funció de preservació de les garanties democràtiques; la funció informativa; la funció econòmica; la funció estratègica de desenvolupament de les comunicacions; la funció política; la funció social; la funció cultural; la funció educativa; la funció divulgadora; la funció interrelacional; la funció identitària; la funció de qualitat; la funció d'equilibri territorial; la funció mobilitzadora de valors; la funció impulsora de la interactivitat; i la funció de guia.

Tots aquests objectius són explicats, però l'única funció que es definirà per tal de saber què es tracta d'aconseguir amb aquesta, serà la funció d'equilibri territorial. Aquesta és relativa a la necessitat de garantir una cobertura realment nacional que contempli la diversitat comarcal i local, o l'especificitat de llocs i grups dins de l'entorn metropolità, així com també les diferències i els gustos de les minories ètniques i socials. Així doncs, s'ha d'eliminar el predomini del món urbà sobre el rural als mitjans de comunicació. En aquesta línia, la CE destaca el fet que aquestes funcions sempre haurien de tenir present una visió de l'audiència concebuda com a ciutadania més que no pas com a consumidors.

A partir del Protocol d'Amsterdam (1997), va sorgir l'acord unànim dels Estats membres de la Unió Europea per reforçar el servei públic audiovisual, en considerar-lo directament relacionat amb les necessitats democràtiques, socials i culturals de cada societat i amb la necessitat de preservar el pluralisme dels mitjans de comunicació. Seguint la línia d'aquests principis, aquest Protocol argumenta:

“Les disposicions del tractat constitutiu s'entendran sense prejudicis de la facultat dels Estats membres de finançar el servei públic de mitjans de comunicació en la mesura que el finançament es concedeixi als organismes de radiodifusió per portar a terme la funció de servei públic tal i com hagi estat atribuïda, definida i organitzada per cada Estat membre, i en la mesura que aquest finançament no afecti a les condicions del comerç i de la competència de la Comunitat en un grau que sigui contrari a l'interès comú, havent-se de tenir en compte la realització de la funció d'aquest servei públic”.

Aquest àmbit sobre el servei públic es reforça amb altres documents i resolucions dels organismes europeus que especifiquen l'abast del Protocol d'Amsterdam. Un exemple és la Resolució del Consell i dels representants dels governs dels Estats sobre el servei públic de la radiodifusió (25 de gener de 1999). No només es reiteren els principis del Protocol d'Amsterdam, sinó que es plantegen des d'una visió encara més favorable respecte el servei públic. Dintre d'aquesta resolució s'inclou el tema del pluralisme als mitjans de comunicació i es declara que:

- Ha de mantenir-se i reforçar-se la capacitat dels serveis públics de radiodifusió d'oferir a la població programes i serveis de qualitat, inclosos el desenvolupament i la diversificació d'activitats en l'era digital.
- És necessari que els serveis públics puguin seguir oferint una programació diversificada segons la funció que els hagin assignat els Estats membres respectius, per tal d'atendre la societat en el seu conjunt i, en aquest sentit, es legitima que els serveis públics facin el possible per arribar a una àmplia audiència.

El Comitè Econòmic i Social –CES- també va elaborar un dictamen (2001/C, 14/22) sobre la Comunicació de la Comissió Europea sobre els principis i les directrius de la política comunitària en el sector audiovisual en l'era digital, en el qual es destaca el paper dels mitjans de comunicació en el bon funcionament de les societats democràtiques modernes i, especialment, en el desenvolupament i la transmissió dels valors socials. Segons la Comissió i el dictamen del CES: “no només perquè influeixen àmpliament sobre els fets i les imatges del món que rebem, sinó també perquè proporcionen els conceptes i les classificacions polítiques, socials, ètniques, geogràfiques, psicològiques..., que utilitzen per desxifrar aquests fets i imatges i, en conseqüència, contribueixen a definir no només el que veiem, sinó també la forma en què ho veiem”.

“La indústria audiovisual no és com les altres que es limiten a produir béns i serveis per al mercat, ja que hi primen principis culturals per sobre dels comercials. A partir d'aquesta conclusió que arriben la Comissió i el Comitè Econòmic i Social, el Dictamen que fa el CES inclou una sèrie de principis de la regulació del sector audiovisual en l'era digital, dels quals destacarem dos:

- Que el servei públic de la radiodifusió compleixi unes funcions culturals, socials i democràtiques que redundin en benefici de tothom i tingui per aquest motiu una importància capital per garantir la democràcia, el pluralisme, la cohesió social i la diversitat cultural i lingüística.
- Que ha de mantenir-se i reforçar-se la capacitat dels serveis públics de comunicació d'oferir a la població programes i serveis de qualitat i de vocació majoritària.

A partir d'aquesta idea s'observa que el Tractat de la Unió Europea justifica la permanència i l'evolució del servei públic de mitjans de comunicació, ja que es consideren una peça molt important per al compliment de funcions i valors socials i culturals que es consideren especialment rellevants i que deixen als Estats membres un marge important per definir les missions de servei públic, molt més enllà d'un abast residual respecte a les emissores privades.

Com s'aplica el pluralisme territorial a l'Estat espanyol

La Constitució espanyola ja reconeix a l'article 20, la necessitat del pluralisme, veracitat i accessibilitat amb la fi de "contribuir a la formació d'una opinió pública informada". Per aquest motiu preveu la regulació, mitjançant la llei, de l'organització i el control parlamentari dels mitjans de comunicació que són dependents de l'Estat espanyol.

Els mitjans de comunicació públics han de regir la seva activitat tenint en compte que la missió sota la qual van ser creats és la d'oferir un servei públic a la societat. D'aquesta manera, la Constitució ja observa com una mena d'obligació perquè tota la societat es vegi representada pels mitjans de comunicació públics i no en quedi cap exclosa de representació, ja sigui per l'àmbit que sigui.

Però si ens centrem en la legislació espanyola de l'àmbit de la comunicació, aquesta recull dintre d'uns principis de caràcter molt generals que es recullen dintre de l'*Estatuto de la radio y la televisión (ERTV)*³, aprovat l'any 1980, en el qual s'estableixen dues premisses fonamentals: la declaració de la televisió com a servei públic essencial i la reserva a l'Estat de la titularitat d'aquest servei (article 1.2). A tot això, l'Estat es reserva la gestió directa del servei a través de l'ens de naturalesa pública RTVE i preveu l'atorgament de concessions a favor d'altres entitats públiques, les comunitats autònomes.

El model de televisió que configura l'ERTV és un model de televisió pública de caràcter estatal que està gestionat de manera indirecta per l'administració, tant de forma centralitzada en relació amb altres centres de poder, com també davant la iniciativa privada. La reserva a l'Estat de la titularitat de servei i de la gestió directa són una clara manifestació del legislador a favor d'una televisió pública vinculada i controlada per aquell. Aquesta opció requereix, per tant, la definició del servei públic.

A l'article 4 de l'*Estatuto de la radio y la televisión*, i als quals es remet la Llei del tercer canal i la mateixa Llei de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, quan es defineix la missió d'aquest concepte, una de les primeres qüestions que sorgeixen és determinar si la missió ha d'incloure les tres funcions clàssiques d'informar, formar i entretenir, o només ha de limitar-se a les dues primeres, deixant de banda l'entreteniment, ja que es considera que en aquesta funció no es dona cap component d'interès públic.

Diferents aspectes, però, indiquen que aquesta funció s'ha d'incloure dintre de la missió dels mitjans de comunicació. D'una banda, el marc comunitari de la Unió Europea no exclou la funció d'entreteniment de la definició del servei

³ "Llei 4/1980, de 10 de gener, d'Estatut de la Ràdio i la Televisió" a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Derogadas/r1-l4-1980.html [Accés el 23 de novembre de 2013]

públic, tot al contrari, l'accepta quan considera que la programació de servei públic pot tenir vocació diversificada i majoritària d'audiència. D'altra banda, sempre s'ha optat per incloure les tres funcions dintre de la idea de servei públic. I per últim, s'ha de tenir en compte que privar als mitjans públics de la funció d'entretenir mitjançant programes d'esports, espectacles, cinema, concursos... pot suposar que aquests es col·loquessin en una posició marginal, ja que aquest tipus de programes són els que tenen una audiència majoritària.

L'exigència de servei públic hauria de focalitzar-se en aquesta direcció per tal d'aconseguir uns estàndards de qualitat no condicionats per la necessitat imperiosa d'aconseguir la major audiència. El marc legal estatal no preveu una definició detallada i precisa de la noció de servei públic. La principal norma que tracta aquest tema és l'article 4 de l'*Estatuto de la radio y la televisión*. Segons aquest article, l'activitat dels mitjans de comunicació públics s'han d'inspirar en els següents principis:

- L'objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions
- La separació entre informacions i opinions, la identificació de qui sustenta aquestes darreres i la seva lliure expressió, amb els límits de l'apartat 4 d'aquest mateix article i de l'article 20 de la Constitució.
- El respecte al pluralisme polític, religiós, territorial, social, cultural i lingüístic.
- El respecte a l'honor, la fama, la vida privada de les persones i els drets i llibertats que reconeix la Constitució.
- La protecció de la joventut i de la infància.
- El respecte dels valors d'igualtat recollits a l'article 14 de la Constitució.

L'objecte principal de la Llei orgànica 5/2006, de 5 de juny de la ràdio i la televisió de titularitat estatal⁴ és dotar als mitjans d'un règim jurídic que "garanteixi la seva independència, neutralitat i objectivitat i que estableixi estructures organitzatives i un model de finançament que els permeti complir la seva feina d'interès públic amb eficàcia, qualitat i reconeixement públic". Aquesta llei recull les principals propostes de l'informe elaborat pel *Consejo para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado*, creat al Reial Decret 744/2004, de 23 d'abril. Aquest organisme està integrat per un equip multidisciplinari d'acadèmics i especialistes, qui van ser els encarregats de realitzar un diagnòstic del sistema de mitjans de comunicació públics d'Espanya i a través d'aquest es va elaborar aquesta reforma.

⁴ "Llei orgànica 5/2006, de 5 de juny de la ràdio i la televisió de titularitat estatal" a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2006/06/16/pdfs/A01839-01850.pdf [Accés el 23 de novembre de 2013]

En aquesta reforma es tracten diversos temes, els que tenen un pes bastant elevat. Un dels temes és la necessitat que els mitjans siguin fiables davant dels ulls de la ciutadania, perquè ofereixin continguts d'interès públic i tota la societat es vegi representat amb el mateix equilibri. A l'article 28 consta que la Corporación de Radio y Televisión de España ha de vetllar perquè a la programació hi hagi l'equilibri adient del pluralisme social, ideològic, territorial, polític i cultural de la societat espanyola.

Amb aquest objectiu RTVE ha d'assegurar la participació de grups socials i polítics significatius, com són fonts i portadors d'informació i opinió, al conjunt de la programació d'aquesta corporació pública. És l'eina que té la ciutadania per donar veu a petits col·lectius que als mitjans de comunicació privats no tenen cabuda perquè no són de l'interès de la majoria de la societat.

Els mitjans de comunicació s'han d'ordenar i regular amb criteris que donin seguretat i amb la intenció de protegir el ciutadà de qualsevol posició dominant d'opinió o de restricció d'accés a continguts d'interès públic. D'aquesta manera, els països més avançats i els Estats membres de la Unió Europea observen la necessitat d'aplicar el pluralisme als mitjans de comunicació per assegurar-se que les informacions no només giren al voltant dels grups socials, polítics i territorials majoritaris a la societat, sinó que els grups minoritaris també tinguin veu i en una distribució de temps i quantitat molt similar.

Un any després, concretament l'11 i 12 de desembre de 2007, el Congrés dels Diputats i el Senat van aprovar el contracte- programa de les Corts Generals a la *Corporación de Radio Televisión Española*⁵. Aquest contracte es va desenvolupar per donar compliment als articles 4, 25 i 32 de la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal⁶. Així doncs, aquest contracte té un període de vigència d'entre el 2008 i el 2010.

Els articles 25 i 32 de la Llei 17/2006, de 5 de juny, sobre els quals es fonamenta el contracte- programa de RTVE, vetllen pel compliment del servei públic que ha de garantir la *Corporación RTVE*. En concret, l'article 25.3 explica que "la programació del servei públic, encomanat a la *Corporación RTVE*, haurà d'atendre especialment als col·lectius socials que requereixin una atenció específica cap a les seves necessitats i peticions, com la infància i la joventut. Aquesta tasca de servei públic s'ha d'extendre a qüestions de rellevància per la

⁵ "Contracte-programa de la Corporación de Radio Televisión Española" a *Secció Sindical de UGT de RTVE* [En línia]. Disponible a: http://www.ugrtve.net/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=182&dir=%2Fhtdocs%2Fpublic%2Fwww%2Frepositorios%2FNormativa%2FLegislacion+audiovisual+y+de+los+medios+públicos%2FCorporacion+RTVE/Borrador+del+Contrato-programa [Accés el 30 de novembre de 2013]

⁶ "Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal" a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: <http://www.boe.es/boe/dias/2006/06/06/pdfs/A21207-21218.pdf> [Accés el 30 de novembre de 2013]

majoria de la població o per a determinats col·lectius, al temps que s'evitarà qualsevol forma de discriminació per causa de discapacitat”.

Així doncs, s'observa que en aquest apartat es fa referència a l'obligació d'establir una programació plural que cobreixi a tota la societat d'igual forma. L'article 32 a) d'aquesta mateixa llei, completa l'apartat de l'article anterior, respecte al temps que té de vigència el compliment d'aquesta normativa “els objectius específics a desenvolupar per la *Corporación* a l'exercici de la funció de servei públic encomanats per l'Estat per un període de tres anys”.

La Llei 7/2010 de 31 de març, llei general de la comunicació audiovisual⁷, continua tractant molts dels mateixos eixos que la del 2006. Quatre anys després continuen sent “problemes” als quals se'ls hi ha de prestar més atenció i vetllar perquè s'apliquin adequadament. Així doncs, a l'article 42.3 s'estableix que “els criteris rectors de la direcció editorial dels prestadors de servei públic de comunicació audiovisual s'elaboraran per un òrgan, la composició del qual reflecteixi el pluralisme polític i social de l'àmbit de la cobertura”. Aquí s'observa la preocupació per l'administració d'assegurar l'aplicació d'un pluralisme adient als mitjans perquè tota la societat estigui representada en ells.

Els prestadors públics tant de ràdio com de televisió, tenen l'obligació de publicar i emetre una informació equilibrada i diversa. De la mateixa manera, que a la programació s'ha d'incloure la majoria de gèneres possibles, així s'han de satisfer “les necessitats d'informació, cultura, educació i entreteniment de la societat i es preserva el pluralisme de la societat”.

Fins ara s'ha tractat el pluralisme en els mitjans de comunicació de caràcter públic. Ara bé, també és important preservar el pluralisme al mercat audiovisual i radiofònic dels mitjans d'àmbit privat. Fent un petit apunt d'aquest tema, es ressalta l'article 37, segons el qual es presenta una sèrie de directives a complir. Una d'elles és la impossibilitat que una persona, ja sigui física o jurídica, pugui posseir més del 50% dels títols d'un mitjà. De la mateixa manera, altres punts d'aquest mateix article continuen girant a l'entorn d'aquest àmbit, com per exemple que en una comunitat autònoma una mateixa persona no podrà controlar més del 40% de les llicències existents a àmbits que només hi hagi cobertura d'una sola llicència. Ni tampoc que una única persona podrà adquirir una participació significativa a més d'un prestador del servei de comunicació audiovisual televisiu d'àmbit estatal, quan l'audiència mitjana del conjunt dels canals dels prestadors de l'àmbit estatal superin el 27% de l'audiència total durant els dotze mesos consecutius anteriors a l'adquisició.

⁷ “Llei 7/2010 de 31 de març, llei general de la comunicació audiovisual” a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292> [Accés el 4 de gener de 2014]

Amb aquestes limitacions a l'hora de distribuir les propietats de les llicències s'intenta evitar que hi hagi un monopoli per part d'una sola persona en un mitjà de comunicació d'àmbit privat. Per tant, que una sola persona no pugui tenir tota l'autoritat a l'hora de seleccionar quins tipus d'informació s'ha d'emetre i la tipologia de programes que apareixen a la graella de programació. El fet que hi hagi més d'un propietari per llicència garanteix un grau més elevat del pluralisme informatiu als mitjans i que els continguts siguin més variats i equilibrats.

El paper del pluralisme als mitjans de comunicació catalans

Com s'ha explicat anteriorment, no existeixen uns serveis públics de ràdio i televisió de titularitat pròpia de la Generalitat de Catalunya, degut a la reserva estatal efectuada per la Llei de l'*Estatuto de la radio y la televisión*. Aquest fet fa que els mitjans de titularitat pública catalana que pertanyen a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) ho siguin només en règim de gestió concessional, d'acord amb el que preveu la disposició transitòria vuitena de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya i la Llei del tercer canal de televisió.

Així doncs, no podem parlar d'uns serveis de titularitat de la Generalitat, encara que aquest marc ha permès una independència d'actuació important, de la mateixa manera que la creació d'un sistema organitzatiu propi, que si s'analitza en la pràctica s'observa que està actuant en un gran marge d'autonomia. Tot i que la Llei del tercer canal estableix condicions i límits a la gestió per part de la Generalitat, la situació que en resulta no és equiparable al règim concessional atorgat a un particular, ja que el concessionari és un altre poder públic i això relativitza fortament els lligams i les interrelacions entre el titular i el gestor, fins al punt que aquesta distinció esdevé essencialment formal.

Aquesta concessió de poder per part de l'Estat espanyol cap a Catalunya es troba materialitzada en el marc català de la comunicació, concretament a la Carta de Principis per a l'Actuació dels Mitjans de Comunicació⁸ de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió. La jurisprudència d'aquesta entitat es remunta a l'any 1983 amb la seva llei de creació. Però des d'aleshores aquest àmbit ha experimentat grans canvis i els canvis s'han accelerat encara més des de l'aparició de les noves tecnologies. Els principals objectius que ha de complir la CCRTV en són tres:

- a) Reflectir la diversitat i garantir la pluralitat
- b) Preservar la identitat i reforçar el compromís cívic
- c) Ser referent de qualitat

⁸ "Carta de Principis per a l'Actuació dels Mitjans de Comunicació" a *Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació* [En línia]. Disponible a: <http://www.ccma.cat/regulacio/Principis%20actuacio.pdf> [Accés l'11 de març de 2014]

El primer valor sobre el qual es mou la Corporació integra la missió d'oferir una informació plural i diversa que permeti al ciutadà formar-se una opinió equilibrada com a membre d'una societat democràtica. Així com ser una eina de cohesió social i garantir la cobertura nacional i la diversificació comarcal i local. El segon punt també diu que s'ha d'intentar preservar la identitat nacional com un procés integrador, en constant evolució i obert a la diversitat, i avançar cap a la formació d'un imaginari col·lectiu en què es puguin reconèixer i implicar tots els ciutadans de Catalunya.

Per tant, es comprova que un dels eixos fonamentals sobre els quals actua la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió és en garantir que tot el territori català sigui representat als mitjans de comunicació públics amb el mateix equilibri i que la distribució geogràfica de les informacions sigui el més homogènia possible, sense haver-hi una centralitat de les notícies.

El Mandat marc del sistema públic audiovisual⁹ que es va resoldre al Parlament de Catalunya el 4 de febrer de 2010 torna a remarcar el compromís que han d'adquirir els mitjans de comunicació públics catalans sobre diversos àmbits per tal de mantenir la qualitat de les informacions. Entre aquestes qüestions que s'han de complir com la promoció del català i de l'aranès, la responsabilitat professional i la promoció de les noves tecnologies, tornem a trobar la defensa del pluralisme.

Hem vist com hi ha lleis a nivell europeu i de l'Estat espanyol que ajuden a preservar el pluralisme. En l'àmbit català també es treballa en la jurisprudència d'aquest tema. La Llei 10/1983, del 30 de maig, de creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i de regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya¹⁰, és la primera llei promulgada a Catalunya relacionada amb el sector audiovisual. Aquesta llei va comportar la creació del servei públic de radiodifusió de la Generalitat de Catalunya, que "va tenir una importància molt rellevant en la promoció, el coneixement i la difusió de la llengua i la cultura catalanes, i en la conformació d'un sistema audiovisual propi de Catalunya".

Vint-i-dos anys després que entrés en vigor aquesta llei, va sorgir la necessitat de modificar aquesta normativa, ja que en el transcurs del temps el sector audiovisual havia experimentat profundes transformacions. Alguns dels canvis més importants d'aquesta evolució són: l'aparició de les televisions privades, l'any 1988, amb això es posava fi al monopoli que les televisions públiques

⁹ "Mandat marc del sistema públic audiovisual" a *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* [En línia]. Disponible a: <http://www.ccma.cat/img/Mandat%20marc%20sistema%20public%20audiovisual.pdf> [Accés el 18 de febrer de 2014]

¹⁰ "Llei 10/1983, del 30 de maig, de creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i de regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya" a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: http://www3.gencat.net:81/dgrtv/ftp/cllei_ccrtv.pdf [Accés el 19 de febrer de 2014]

havien tingut fins aleshores; els canvis tecnològics que permet la difusió per cable i per satèl·lit; la creació de televisions locals; la liberalització de la televisió per cable i l'aparició de la televisió digital terrestre; i l'accés a serveis relacionats amb la societat de la informació.

Aquest aspecte, s'inclou a la Llei 56/2007, de 28 de desembre, de mesures d'impuls de la Societat de la Informació¹¹. Aquesta llei s'emmarca en el conjunt de mesures que constitueixen el Pla 2006-2010 per al desenvolupament de la Societat de la Informació i de convergència amb Europa. Aquestes mesures preveuen l'adopció d'una sèrie d'iniciatives de normatives dirigides a suprimir les barreres existents en l'ús de les noves tecnologies de la informació i de la comunicació i per a garantir els drets dels ciutadans a la nova societat de la informació. Cinc anys més tard, es va aprovar el Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de març¹², en el qual al Títol II es realitza una modificació de les Directives en matèria de Telecomunicacions i Societat de la Informació per tal d'adaptar les noves sinèrgies, en constant transformació, i que han fet modificar de manera bastant important aquests dos àmbits en els darrers anys.

Què és TV3 i quina missió té

La Televisió de Catalunya, més coneguda amb el nom de TV3, va néixer el 1983, juntament amb Catalunya Ràdio, per fer d'eina de normalització lingüística i cultural de Catalunya. Aquests dos mitjans de comunicació públics neixen dintre el marc de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació (CCMA), que actualment engloba les quatre emissores de Catalunya Ràdio i els sis canals de TV3.

La Televisió de Catalunya va ser creada en el context de la transició democràtica espanyola. Durant els 40 anys de dictadura franquista es van abolir totes les expressions d'identitat catalanes –llengua, cultura, publicacions...– recloent la llengua catalana a ser utilitzada només en l'àmbit familiar i d'amics. D'aquesta manera, un cop mort Franco el 1975, les institucions catalanes van observar la necessitat de tornar a restablir el català com la llengua cooficial a Catalunya, que adquirís la mateixa importància que el castellà, però necessitaven una eina potent perquè el català arribés a tota la població, a aquelles generacions que s'havien escolaritzat en català, però també a totes les famílies que s'havien instal·lat a Catalunya provinents d'arreu del país durant les migracions massives des de comunitats autònomes de la resta de l'Estat durant els anys 60.

¹¹ "Llei 56/2007, de 28 de desembre, de mesures d'impuls de la Societat de la Informació" a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: http://www3.gencat.net:81/dgrtv/ftp/cllei_ccrtv.pdf [Accés l'11 de març de 2014]

¹² "Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de marzo" a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: <http://www.boe.es/boe/dias/2012/03/31/pdfs/BOE-A-2012-4442.pdf> [Accés l'11 de març de 2013]

Avui en dia aquests objectius a partir dels quals es va crear TV3 ja s'han assolit i la Televisió de Catalunya ha passat a ser la cadena de referència a la majoria de les llars catalanes. Té deu delegacions al llarg del territori català i espanyol i vuit corresponsalies a la resta del món. Per encapçalar els rànquings de les cadenes més vistes, Televisió de Catalunya emet més de 40.000 hores d'emissió anuals. Actualment la missió que té aquesta cadena és oferir una programació de qualitat que promogui totes les àrees econòmiques i socials del país.

Textualment es pot trobar que la missió sobre la qual treballa la Televisió de Catalunya és proporcionar a tots els ciutadans de Catalunya “la transmissió d'una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític, social i cultural, i també amb l'equilibri territorial”. El darrer punt d'aquesta frase és el que no s'acaba d'aconseguir tal i com es voldria. Així ho demostren els estudis que s'han realitzat al llarg d'aquests últims anys sobre el tractament del territori català.

Per intentar pal·liar aquesta mancança d'un dels eixos centrals sobre els quals treballen els gairebé 2.000 professionals de TV3, l'any 1989 es va començar a emetre “TN Comarques”. Aquest espai ocupa 20 minuts diaris de la graella de programació de dilluns a divendres –de 14h a 14'20h-. Durant la durada d'aquest programa la informació que es veu per les pantalles dels espectadors catalans és exclusiva a la província a la qual pertanyen. D'aquesta manera, s'emet simultàniament informació produïda per les delegacions que hi ha a les quatre províncies del país. A les edicions del TN Comarques de Tarragona, Lleida, Girona i Barcelona se li ha de sumar, també, el “TN Comarques” en aranès que s'emet cada divendres per a la Vall d'Aran.

Primers estudis sobre la comunicació i el tractament de la distribució geogràfica a Catalunya

Els orígens són un punt important a l'hora d'entendre nous conceptes. En aquest apartat s'han tractat les primeres aproximacions que hi van haver sobre el pluralisme territorial, però només centrat en el territori català. Aquesta focalització s'ha fet pensant en l'anàlisi de continguts. Aquest anàlisi és només de TV3, per tant és important tenir un bon context sobre com s'ha tractat durant la història el territori català als mitjans de comunicació, que és el nostre objecte d'estudi analitzat i quina ha estat l'evolució del concepte durant el temps.

Un dels primers estudis que es van realitzar a Catalunya sobre el paper que juga la comunicació en la dicotomia que s'ha estat tractant fins ara, que divideix el territori entre el món urbà i el món rural va ser elaborat pel doctor Miquel de Moragas l'any 1983. El mateix autor d'aquest primer anàlisi, juntament amb Ignasi González i Miquel Gómez, van escriure un altre estudi, aquest cop sobre la comunicació tècnica i social de l'àmbit rural a Catalunya (1983).

Aquests dos documents tracten la relació que hi ha entre els continguts, tant des de la vessant de la informació com de l'estructura, que oferien els mitjans de comunicació generalista catalans de l'àmbit audiovisual i el món rural. És a dir, fins a quin punt els mitjans tenien en compte la diferència de rutines i horaris que hi ha entre el món urbà i el món rural a l'hora d'estructurar la programació, si aquests incloïen informació de l'interès dels espectadors o oients que viuen a poblacions rurals o si els habitants d'aquestes poblacions reben suficient informació del seu territori a través d'aquests mitjans o han d'adreçar-se a altres tipus de mitjans per ampliar la informació que aquests mitjans emeten.

A partir d'aquests dos estudis es crea un punt de partida sobre el pluralisme territorial a Catalunya, d'una banda, perquè, com ja s'ha esmentat, són dels primers que detecten aquesta desigualtat de tractament territorial, a més, cal remarcar també que són dels pocs estudis que existeixen sobre aquest àmbit. D'altra banda, perquè tot i el temps transcorregut des que es van realitzar aquests estudis la major part dels resultats que es van obtenir encara són vigents avui en dia i són actuals per al món de la comunicació català.

A l'estudi de Miquel de Moragas es verifica la hipòtesi sobre la qual es parteix a la introducció d'aquest treball. Així doncs, es comprova l'hegemonia comunicativa que té la gran ciutat sobre la resta de poblacions més petites. Fa tres dècades que la informació sobre les grans ciutats, en el cas català parlàriem de Barcelona, ocupa gran part dels blocs informatius. Com s'explica en aquest estudi, tant els mitjans escrits com els audiovisuals generalistes tenen les seues ubicades en aquestes grans ciutats, així doncs tant per l'àmbit econòmic com pel factor d'immediatesa la major part dels escenaris de les peces informatives són ubicats a Barcelona i el seu cinturó metropolità, deixant reclosos en un segon pla la resta de territori, etiquetat amb el terme rural.

L'estudi, continua explicant que d'aquesta manera, existeix un desequilibri informatiu que margina les poblacions rurals, ja que els actors influents o els centres de poder dels territoris tenen la ubicació en aquestes grans ciutats. El domini que hi ha d'aquests en el món de la comunicació fa sorgir desequilibris i marginació territorial. Això succeeix perquè les activitats que realitzen aquests actors es desenvolupen a la ciutat i la informació se centra en aquests llocs.

Continuant en el mateix estudi, s'observa que la comunicació urbana predomina per damunt de la rural. Hi ha dos motius als quals es deu aquesta afirmació. D'una banda, a la mercantilització dels mitjans de comunicació. Els mitjans centren la gran part de seva informació a les zones on hi ha més població, perquè així s'asseguren un *target* d'audiència més elevat i el cost d'emissió és mínim pel cost d'unitat receptora.

L'informe sectorial que va elaborar el Consell de l'Audiovisual de Catalunya en el període d'abril-juny de 2007, reforça aquest desequilibri territorial que ja van

detectar fa més de dues dècades els estudis explicats anteriorment. Així doncs, aquest informe del CAC mostra que les cadenes televisives de Catalunya concentren unes xifres molt elevades d'informacions de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Aquests percentatges són superiors al terç de la població catalana que viu en aquestes zones.

A tot això se li ha de sumar el fet que les seues dels mitjans estan situades en aquests nuclis urbans, per tant les despeses de desplaçament a l'hora de cobrir les notícies és mínim, si no inexistent, i la rendibilitat econòmica d'elaboració de les notícies és molt més elevat. Així doncs, s'observa que el món de la comunicació és concebut com un negoci més, on si es pondera extreure el màxim benefici o realitzar una tasca per a l'interès social, preval el primer per damunt del segon.

El Congrés del Món Rural que es va celebrar el 2006 i del qual va sorgir el document "Món rural, món urbà: espais independents" també constata que encara existeix una certa marginació del món urbà cap al món rural. Aquesta diferència s'observa als quatre pilars de la societat actual. Aquests són: l'accés a la formació i l'educació, l'oferta cultural i l'àmbit comunicatiu. El document fa una reflexió sobre la necessitat de "crear estratègies perquè aquesta relació no generi efectes negatius ni el predomini del món urbà respecte al rural".

Dos anys després, al 2008, un altre document sobre la mateixa temàtica, "És notícia el món rural? La pluralitat territorial als mitjans de comunicació" torna a reforçar la mateixa idea. El pluralisme territorial dels mitjans de comunicació generalistes, tant públics com privats, és gairebé inexistent. Això comporta el desconeixement per part de la societat catalana sobre com és realment el món rural. Aquesta darrera afirmació es torna a corroborar a les conclusions de "L'enquesta de percepció del món rural", realitzada el 2008 també, i la qual torna a insistir que la societat desconeix aquesta part del país. Un 77,8% dels enquestats, centaven la culpa d'aquest fet als mitjans de comunicació, ja que opinaven que els mitjans no presten la suficient atenció sobre allò que afecta a les zones rurals.

Per acabar, uns dels darrers informes que s'han creat d'aquest àmbit va ser el "El tractament del territori en els mitjans de comunicació audiovisuals", concretament va sorgir al desembre del 2009. A iniciativa del Consell de l'Audiovisual de Catalunya es va constituir el Fòrum d'entitats de les persones usuàries de l'audiovisual. Aquest fòrum té com a objectiu ser un marc de referència per intercanviar coneixements i idees, i donar resposta a les demandes de la societat civil en aquest àmbit.

Així doncs, a partir d'aquest fòrum sorgeix aquest document, elaborat a partir pel grup territorial de Lleida, una de les zones concebuda com a món rural dintre del territori català. En aquest document també s'observa la dicotomia entre el món urbà i el món rural, és més es parla d'haver de complir uns

objectius empresarials i miren de respondre a l'interès del màxim nombre de població. Segons aquest informe aquests fets condueixen a una visió del món construïda des de la perspectiva dels grans nuclis urbans, en el cas català, Barcelona, mitjançant criteris d'audiència i d'interès en l'entorn urbà. A conseqüència d'això, i com la resta d'informes i documents exposats durant aquest marc teòric, s'observa que es descuida una part de la societat que viu als llocs més allunyats dels centres des d'on es difon la informació, aquesta part del territori és el que corresponent al món rural. En aquest informe també utilitzen el terme "comarques" per referir-se a aquest concepte.

Des del Fòrum s'observa que les zones més allunyades de l'àrea metropolitana tenen també interès pel país més enllà del nombre de població que apleguin. Perceben que conèixer el país en la seva diversitat territorial ha de ser un valor afegit, ja que el territori genera informació molt important per a la cohesió i el desenvolupament del conjunt de la nació.

"El tractament del territori en els mitjans audiovisuals" coincideix amb l'"Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach" que també es va realitzar l'any 2009 per un grup d'investigadors per encàrrec de la Comissió Europea, quan els hi dóna la responsabilitat als mitjans de comunicació locals de cobrir les mancances informatives territorials que els mitjans de comunicació d'estructura nacional no tracten o ho fan de forma molt superficial.

Aquest nou fenomen l'etiqueten com a "glocalització", segons aquest fòrum gràcies als avenços tecnològics es dóna la possibilitat, d'una banda, d'accedir als mitjans de comunicació d'arreu del món, això ha permès que es pugui informar de fets que passen a llocs allunyats i que tenen un valor informatiu global. I d'altra banda, ha permès l'intercanvi de continguts entre mitjans locals i grans mitjans. D'aquesta manera, amb un major coneixement de la informació d'arreu del territori dóna la possibilitat de conèixer i controlar l'entorn més proper, al mateix temps que ajuda a crear la identitat social de l'entorn més pròxim.

Per últim, indica que l'economia, les infraestructures, l'anàlisi de les repercussions en el territori nacional de les qüestions locals i també la repercussió de les notícies mundials a la societat on es pertany i com es tradueixen en l'àmbit local són els temes que es poden tractar des dels mitjans locals, ja que aquests temes si es tracten als mitjans de comunicació d'abast nacional quedaran tractats de manera molt superficial, i en canvi si es fa des dels mitjans locals es proporcionaria una contextualització de la informació relacionant-la amb les conseqüències sobre els ciutadans de tot el territori nacional.

Per tant, la dicotomia de la zona de Barcelona i la seva àrea d'influència i la resta de municipis de Catalunya, que es coneix com a món rural, està present

des de fa més de dues dècades i actualment continua sent un “problema” vigent als mitjans de comunicació catalans. De la mateixa manera que els grans nuclis urbans de Catalunya predominaven en els continguts informatius dels mitjans al 1983, i amb el pas dels anys, com s’ha pogut comprovar, hi ha altres estudis i informes que continuen reforçant la mateixa idea i continuen demostrant que aquest desequilibri es manté vigent.

Metodologia



L'eix principal sobre el qual es vertebrava aquest treball és l'anàlisi de continguts. Com ja s'ha explicat durant la introducció, l'objectiu que es vol aconseguir amb aquest estudi, és saber si al Telenotícies Vespre de TV3 s'aplica la diversitat territorial adequada per tal de complir aquest tipus de pluralisme. Tots els territoris catalans apareixen el mateix temps als informatius de TV3? A partir de preguntes com aquesta, ha sorgit la necessitat d'estudiar aquest tema, perquè els habitants dels pobles i ciutats catalans que no formen part de Barcelona o del seu cinturó metropolità no creuen que el territori on viuen aparegui el temps suficient als mitjans de comunicació i que la informació se centra, sobretot, en notícies referents a la capital catalana i les localitats que l'envolten.

Predominen, per tant, uns territoris per sobre d'uns altres a les informacions de TV3? Es focalitza la informació en una zona geogràfica i la resta queda en un segon pla? A partir d'aquestes preguntes, sorgeix la hipòtesi sobre si els continguts que ofereixen els Telenotícies de TV3 se centren, majoritàriament, en la informació que fa referència a Barcelona i la seva àrea metropolitana i deixen de banda la resta de províncies de Catalunya. Així doncs, s'avaluarà si aquests informatius apliquen correctament el principi del pluralisme territorial als seus continguts o es corrobora la hipòtesi sobre la qual se sustenta aquest treball de si la informació que s'ofereix al TN està centralitzada en un punt geogràfic concret i margina la resta de territori català.

Per delimitar l'univers sobre el qual es treballarà ens hem fixat en dues dimensions. D'una banda s'ha tingut en compte el camp temàtic, aquest ha estat el Telenotícies Vespre de TV3. D'aquest programa s'ha analitzat tota la informació que s'inclou en aquest espai, incloent també totes les notícies que formen la secció dels esports. D'altra banda, ha influït el període de temps, delimitat en els dies d'entre setmana del mes de novembre de 2013. En total s'han analitzat 21 Telenotícies, inclòs el del divendres 1 de novembre tot i ser festiu. Això sumen 555 peces informatives sobre les quals es basa l'anàlisi de continguts del treball.

Per a comprovar la hipòtesi de la qual es parteix i que es planteja a l'inici d'aquest apartat de metodologia, l'anàlisi de continguts es basarà en tres categories. Amb el visionat d'aquests Telenotícies es realitzarà una aproximació a petita escala sobre quins temes, quines distribucions geogràfiques i quins actors ocupen més espai als TNs Vespre de TV3.

La divisió en aquestes tres variables s'ha cregut que és la més idònia per comprovar si s'aplica correctament el pluralisme territorial dintre dels informatius de TV3. Tot seguit s'especificaran les categories que hi ha dintre de cada una de les variables.

- Dintre de la variable de distribució geogràfica s'han inclòs:
 - Barcelona;
 - Girona;

- Lleida;
 - Tarragona;
 - Catalunya (genèric), incloent en aquesta categoria tota aquella informació general d'interès de tota la societat catalana;
 - Estat espanyol (genèric), incloent en aquesta categoria tota aquella informació general d'interès tant de la societat catalana com de la societat espanyola;
 - Estat espanyol (excepte Catalunya), incloent la informació de les comunitats autònomes espanyoles que no influeixen a Catalunya;
 - Unió Europa, fent referència a totes aquelles peces informatives on participa l'Estat espanyol o decisions de la comunitat europea que influeixen als Estats membres;
 - Unió Europea (excepte l'Estat espanyol), incloent les notícies dels països membres de la Unió que no tinguin relació amb Espanya;
 - Internacional, referent a tota la resta de països de la resta de continents.
- L'altra variable que s'ha tingut en compte ha estat els actors:
 - Govern de l'Ajuntament de Barcelona;
 - Govern de Catalunya, incloent aquí només els actors que pertanyen a l'executiu català;
 - Govern de l'Estat espanyol, se segueix la mateixa línia de selecció que a la categoria anterior, però en l'àmbit espanyol;
 - Administració de l'Ajuntament de Barcelona; englobant els actors que formen part de les institucions pertanyents a l'Ajuntament;
 - Administració de Catalunya, segueix les mateixes característiques que l'anterior però en l'àmbit català;
 - Administració de l'Estat espanyol, en la mateixa línia que les dues darreres categories però en l'àmbit espanyol;
 - Partits polítics, on s'inclouen tots els partits polítics tant a nivell català, com a nivell espanyol, també els que formen part de l'executiu quan apareix algun dels portaveus fent declaracions respecte algun tema;
 - Sectors industrials i de comerç, engloba totes les associacions, societats i establiments que pertanyen a aquests sectors de l'economia;
 - Actors internacionals; polítics, associacions, entitats... tots els representants dels països exteriors de la Unió Europea;
 - Actors de la UE, segueix les mateixes línies que la categoria anterior però amb els actors de la Unió Europea;
 - Ciutadans i col·lectius socials, s'engloben aquells individus que han aparegut a títol personal i també associacions sorgides a partir de conflictes socials;

- Sindicats i agrupacions de professionals, on s'inclouen les informacions sobre els sindicats en general, però també les notícies on sectors més petits dels sindicats han estat els protagonistes;
 - Directius d'entitats empresarials i financeres de les societats, que tenen un pes més gran a l'economia i els seus representats són coneguts públicament;
 - Col·lectius culturals, científics i tecnològics, protagonistes de les notícies d'aquestes temàtiques;
 - Col·lectius esportius, on s'inclouen els protagonistes de tots els esports;
 - Altres, on s'engloben aquells actors que no han tingut cabuda dintre de cap de les anteriors categories.
- La darrera variable correspon a les categories d'anàlisi:
- Treball, on s'han inclòs totes aquelles informacions que han fet referència a empreses i que afectaven als treballadors;
 - Trànsit, aquelles informacions referents a aquestes infraestructures;
 - Temps, s'inclouen només les notícies que fan referència a efectes meteorològics;
 - Societat, referents a casos puntuals que només apareixen a una edició del Telenotícies o a casos de més transcendència que han tingut un seguiment;
 - Sanitat, on s'inclouen les peces referents al món de la salut;
 - Mitjans de comunicació, s'engloben les informacions referents a aquest col·lectiu;
 - Medi ambient, on s'inclouen aquelles notícies que no han tingut cabuda dintre de la categoria del "temps";
 - Esports, totes les peces que fan referència a competicions, partits, entrenaments... d'aquest àmbit;
 - Educació i ensenyament, on s'inclouen les informacions sobre mobilitzacions, lleis... en relació amb aquesta temàtica;
 - Economia i negocis, totes les peces que fan referència a l'activitat econòmica del país, així com les informacions sobre accions que desenvolupen les grans empreses;
 - Crònica política, incloent aquí les informacions estrictes de l'àmbit polític: reaccions dels partits polítics, temes com la sobirania catalana o problemes interns dels partits...;
 - Crònica internacional; s'engloba tota aquella informació, de qualsevol temàtica, que hagi succeït als països estrangers;
 - Conflictes socials, mobilitzacions, concentracions, conflictes... que s'organitzen a partir dels moviments socials;

- Ciència i tecnologia, notícies relacionades amb novetats i descobriments d'aquests àmbits;
- Art i cultura, exposicions, concerts, obres teatrals, musicals, festivals...;
- Altres, les peces informatives que no es puguin encabir dintre de cap de les anteriors categories.

A partir dels resultats extrets d'aquest anàlisi de continguts s'han comparat amb l'anàlisi que va realitzar el Consell de l'Audiovisual de Catalunya l'any 2006 per tal d'observar el pluralisme informatiu en els mitjans audiovisuals de Catalunya. A diferència de l'anàlisi de continguts del 2013 que està centrat amb el Telenotícies Vespre de TV3 del mes de novembre, el del CAC engloba totes les edicions que emet TV3 -TN Migdia, TN Vespre, TN Comarques, TN Cap de setmana- i durant el període de temps de tot el 2006. Ara bé, tot i que la mostra del 2013 és més a petita escala, es creu que és suficientment representativa. Respecte a l'informatiu escollit també s'observa que és una bona representació de la línia que s'utilitza a TV3 en tots els seus Telenotícies, excepte al Telenotícies Comarques que es focalitza la informació depenent de la província on s'emet, llavors no resultaria una mostra fiable, ja que ens interessa l'àmbit general de tota Catalunya.

Respecte a les tres variables utilitzades coincideixen en els dos casos. Dintre de les categories sí que hi ha petites modificacions que explicarem a continuació. Les categories de la variable "temes" són els mateixos als dos anys. A la variable de distribució geogràfica l'única diferència que hi ha és que a l'anàlisi de 2006 el CAC va incloure la categoria "Catalunya (excepte Barcelona)" per fer referència a aquelles peces informatives de la resta de províncies catalanes, en canvi a l'anàlisi del 2013 aquesta s'ha eliminat i s'ha dividit en les altres tres províncies: Girona, Lleida i Tarragona.

La darrera variable és la que més diferent ha quedat respecte el 2006. S'han inclòs les mateixes categories que fa vuit anys, però a més s'hi han afegit de nous: partits polítics; sectors industrial i de comerç; actors internacionals; actors de la Unió Europea; ciutadans i col·lectius socials; sindicats i agrupacions de professionals; directius d'entitats empresarials i financeres; col·lectius culturals, científics i tecnològics; col·lectius esportius. Es va creure convenient afegir aquests grups d'actors, ja que a l'hora d'analitzar els informatius la selecció que havia fet el Consell de l'Audiovisual de Catalunya fa set anys era molt general i era difícil situar a molts actors.

**Resultats de la
investigació
(TN Vespre del
novembre de 2013)**



Per comprovar si es compleix o no la hipòtesi des d'on s'ha partit per realitzar aquest treball s'ha escollit com a mostra el Telenotícies Vespre de TV3 del mes de novembre de 2013. S'ha analitzat de l'1 de novembre fins el 29 d'aquest mateix mes i només s'han visionat els informatius que s'emeten els dies laborals –de dilluns a divendres-. La mostra escollida per desenvolupar l'anàlisi de continguts és un total de 21 Telenotícies Vespre, vertebrada en 555 unitats d'anàlisi.

L'inici d'aquest informatiu és a les 21'00h i té, normalment, una durada d'uns 40/45 minuts, la durada pot variar depenent del temps de publicitat que s'ha inclòs en cada edició, ja que és diferent depenent del dia. Hi ha hagut l'excepció del dia 20 de novembre en què el Telenotícies Vespre va durar uns 20 minuts, ja que a les 20,45h hi havia la transmissió d'un partit de la Champions League i per això es va haver d'avançar l'hora de l'emissió de l'informatiu i de la mateixa manera es va disminuir el temps d'emissió.

Cal ressaltar que a la programació de TV3 s'hi poden distingir quatre tipus d'informatius, aquests són el TN migdia, TN cap de setmana, TN comarques i TN vespre. Cada un d'aquests programes està presentat i editat per diferents periodistes. Les edicions analitzades del TN Vespre són copresentats per Raquel Sans i Ramon Pellicer, qui són els mateixos editors de l'informatiu, excepte la secció d'esport, que també s'inclou dintre del programa, i és presentada per Artur Peguera.

Pel que fa als percentatges que s'han obtingut de cada un dels camps analitzats als Telenotícies Vespre del mes de novembre de 2013, l'anàlisi es divideix en tres temes: distribució geogràfica, actors i temes. Cada una d'aquestes tres variables s'ha dividit en categories. Ara bé, cal especificar que aquestes distribucions percentuals només són la mostra d'un petit període de temps i que els resultats obtinguts poden variar depenent de l'actualitat de cada període.

Distribució geogràfica

Barcelona	27,53%
Internacional	17,05%
Catalunya (genèric)	15,10%
Estat espanyol (excepte Catalunya)	11,01%
Estat espanyol (genèric)	10,12%
Unió Europea (excepte Espanya)	8,17%
Girona	4,27%
Unió Europea	3,55%
Lleida	1,60%
Tarragona	1,60%
Altres	-

Total unitats d'anàlisi	555
--------------------------------	------------

El territori on més peces s'han enregistrat per al Telenotícies Vespre ha estat Barcelona. En aquesta categoria no només s'inclouen les informacions pertanyents a la ciutat de Barcelona, sinó també la resta de poblacions que formen el seu cinturó metropolità, com poden ser l'Hospitalet de Llobregat, Badalona, Sabadell o Granollers entre altres ciutats pròximes a la capital catalana. Pel que fa a les localitats que formen part de la província de Barcelona, però que estan situades més a la perifèria del nucli urbà de la capital, també s'inclouen dintre d'aquesta categoria. Però d'aquest cas, només s'han registrat dos peces informatives que fan referència a aquests municipis, tota la resta d'unitats d'anàlisi fan referència a notícies pròpies de Barcelona o de les ciutats pròximes. En total, aquesta categoria té un pes del 27,53% dintre de la variable de distribucions geogràfiques.

La gran part del temps dedicat a aquesta ubicació fa referència sobretot al nucli urbà de Barcelona, amb informacions molt diverses com poden ser de successos puntuals que hagin passat a algun barri de la ciutat i que només ocupen una peça de l'informatiu del dia on s'ha desenvolupat el fet; pel seguiment de casos de l'àmbit de societat com el Cas Raval, sobre el qual es va fer un seguiment gairebé a cada Telenotícies de l'evolució del cas; concerts, musicals, obres de teatre o exposicions culturals; o per la celebració d'algun esdeveniment esportiu, sobretot futbolístic, que normalment fa referència a algun equip de l'entitat esportiva del Futbol Club Barcelona.

En el marc de les funcions que la Llei 2/2000, de 4 de maig¹³, atorga al Consell de l'Audiovisual, el 2006 va ser l'últim any que aquest organisme va realitzar l'observança del pluralisme als mitjans audiovisuals. Fa set anys la distribució geogràfica que predominava als Telenotícies de TV3 eren temes que influïen a tot el territori català en general. Aquesta categoria ocupava la primera opció amb un 22,2% del total. En canvi, a l'anàlisi del 2013 la categoria de Catalunya se situa com la tercera que més temps ha ocupat, en concret un 15'10%. Dintre d'aquesta categoria s'han inclòs les peces informatives de caire polític, com les notícies del Parlament de Catalunya; les accions de l'executiu català, que tot i que han succeït a Barcelona, perquè aquestes institucions estan ubicades allí, els temes que es tracten són d'interès general de tota Catalunya; o per la preparació del partit de la Selecció Catalana de Futbol que es disputava uns dies després.

¹³ "Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya", a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/portaljuridic/menuitem.d15a4e5dfb99396dc366ec10b0c0e1a0/?action=fitxa&documentId=229914> [Accés el 29 de gener de 2014]

Com s'explica a l'Informe de l'Audiovisual de Catalunya que va realitzar el Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre l'any 2006, l'agenda periodística que va predominar aquest mateix any i que va poder influir en la determinació de les tendències d'interès i situar Catalunya com la categoria que més temps va ocupar, va ser el seguiment exhaustiu del debat sobre l'Estatut d'autonomia de Catalunya, el referèndum per a la seva aprovació i les eleccions al Parlament de Catalunya, amb la campanya electoral corresponent i la consegüent constitució del nou Govern.

L'àmbit internacional, en canvi, ocupa la segona posició als dos anys. També amb una xifra percentual molt semblant. Al 2006 aquesta categoria va ocupar un 18,3% i al 2013 un 17,05%. A l'últim anàlisi aquesta segona posició es deu sobretot pel tifó Hayan de les Filipines. Sobre aquest tema es va fer un exhaustiu seguiment d'aquesta catàstrofe natural, amb totes les conseqüències que va comportar per a les infraestructures del país, però també als seus habitants i quines solucions es desenvolupaven per pal·liar el problema. Amb aquest tema fins i tot es va obrir portada a l'informatiu en una ocasió i per això la peça ocupava més temps que com era de costum. La revolució de Síria ha estat un altre tema que ha estat seguit en molts dels informatius analitzats del mes de novembre de 2013, ja que cada dia es produïen successos rellevants i a més el país estava al punt de mira de l'actualitat de tots els mitjans de comunicació per la transcendència del què estava succeint.

Pel que fa a l'Estat espanyol genèric, és a dir, les informacions del Congreso de los Diputados o del Senado, o les reaccions dels polítics de l'Estat respecte a temes de l'àmbit català, tot i que s'ubiquen a Madrid es comptabilitzen com a informacions d'àmbit general. Això és degut a què influeixen a tota la societat espanyola. Aquesta categoria té el mateix significat tant a l'informe del CAC com a l'anàlisi de continguts realitzat per al mes de novembre de 2013. Així doncs, si es comparen els resultats obtinguts en els dos anàlisis, s'observa que hi ha hagut una davallada important en temps que aquesta categoria ocupava al 2006 respecte al 2013. Fa set anys aquesta categoria ocupava un 16,5% –la tercera categoria que més espai havia tingut a l'informatiu–, en canvi al segon cas un 10,12%.

La representació de la distribució geogràfica de Catalunya sense incloure les notícies pertanyents a la ciutat de Barcelona i el seu cinturó metropolità, també ha experimentat una davallada del 2006 al 2013. En el primer cas es van analitzar conjuntament tots els territoris, en canvi, a l'altre anàlisi es van separar per províncies –Tarragona, Girona i Lleida-. Conjuntament, les tres províncies, sumen una xifra inferior que la que aglutina la categoria de Barcelona. Si ens centrem en les províncies per separat es veu que la que més espai té és Girona (4,27%), els temes que s'han tractat són successos de conflictes socials puntuals, com robatoris o segrestos exprés. Per darrere, trobem Tarragona i Lleida que ocupen el mateix espai (1,60% cadascun), es

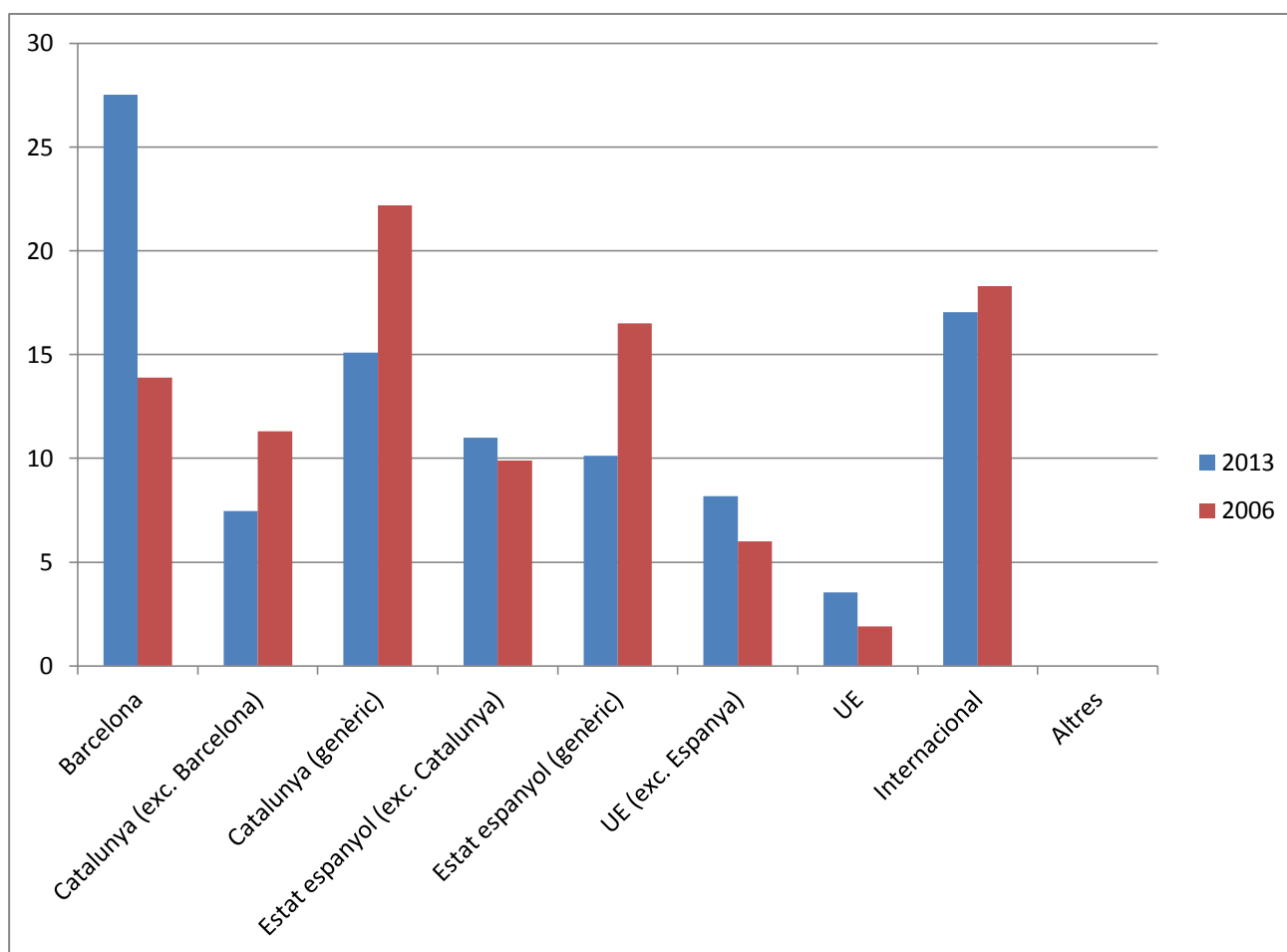
comprova que aquestes dues províncies han tingut un temps molt reduït dintre dels espais del TN Vespre del mes de novembre. A més cal remarcar que dues de les peces a les quals han aparegut com a distribució geogràfica, no han estat les protagonistes úniques de les notícies, sinó que s'ha fet una notícia alternant les quatre províncies catalanes.

A part de Barcelona, que ha estat la categoria que més s'ha incrementat en els darrers set anys, hi ha hagut tres distribucions geogràfiques que també han augmentat el temps dintre de l'informatiu. Aquestes han estat: Estat espanyol, sense comptar les notícies que influeixen a Catalunya; la Unió Europea, sense tenir en compte les informacions que inclouen a Espanya; i la Unió Europea, amb tot el conjunt d'Estats membres, Espanya inclosa també. Aquests augments, però, no han estat molt pronunciats.

La categoria que més ha incrementat ha estat la de l'Estat espanyol, amb l'excepció de Catalunya. Aquí s'inclouen totes les peces de les comunitats autònomes que no tenen relació amb l'àmbit català. El tancament de Ràdio Televisió Valenciana ha estat la que ha contribuït, sobretot, en aquest increment, ja que TV3 gairebé a cada Telenotícies ha dedicat una peça informativa al desenvolupament d'aquest cas i fins i tot després del tancament encara han continuat ocupant espai les reaccions dels polítics valencians i els recursos i mobilitzacions per part dels periodistes acomiadats.

Les dues categories referents a la Unió Europea, tot i que han guanyat temps en relació a fa set anys, continuen sent les que menys espai ocupen dintre dels Telenotícies de TV3. Fins i tot, la informació pertanyent als òrgans de la Unió Europea, que és la que influeix a l'Estat espanyol, encara ocupa menys temps que la de països pertanyents a la Comunitat Europea que no tenen relació amb temes de proximitat.

Distribució geogràfica dels Telenotícies de TV3 (comparació del 2006 i 2013)



Font: Dades extretes de l'anàlisi propi i de l'Informe de l'Audiovisual de Catalunya de 2006

Temes

Esports	20,40%
Crònica internacional	18,05%
Societat	13,18%
Crònica política	13,00%
Economia i negocis	10,29%
Art i cultura	7,76%
Mitjans de comunicació	2,71%
Educació i ensenyament	2,71%
Conflictes socials	2,53%
Treball	2,17%
Altres	1,80%
Ciència i tecnologia	1,44%
Medi ambient	1,44%
Temps	1,09%
Trànsit	0,90%
Sanitat	0,54%

Total unitats d'anàlisi	555
--------------------------------	------------

Si ens fixem amb les temàtiques globals en les quals es podria dividir l'informatiu, s'observa que la que té més pes dintre del programa són els esports. Els temes esportius són el que més temps de notícia ocupen durant els Telenotícies Vespres del novembre de l'any 2013. En concret un 20'40% del total de la informació.

Per temes principals que s'han tractat durant el període analitzat, dintre del bloc d'esports no se'n pot establir un com a majoritari. Aquest bloc, tot i tenir un presentador diferent que la resta de l'informatiu i que tingui una careta que el separi, a diferència de la resta de blocs temàtics, també forma part del programa Telenotícies Vespre, per tant els continguts dels esports seran analitzats en aquest treball de la mateixa manera que la resta de seccions.

Després del visionat de les 555 unitats d'anàlisi, es comprova que a cada Telenotícies apareix una peça, mínim, sobre algun equip del Futbol Club Barcelona. A més, aquesta notícia sol ser la que obre la secció d'esports. Principalment es tracta d'informació relacionada amb l'equip de futbol 11, però també es dedica temps a notícies del Barça Regal de Bàsquet, el Barça Alusport de futbol sala o alguna altra secció d'aquesta entitat, depenent de l'actualitat informativa del dia.

Així doncs, l'espai dels esports, que tot i tenir careta pròpia que la diferenciï de la resta d'informació i un presentador diferent dels qui s'encarreguen del Telenotícies Vespre, se centra sobretot en la informació referent sobre l'equip de futbol 11 del Barça. Encara que no hi hagi cap notícia rellevant referent a aquest equip, com podria ser un partit, un simple entrenament amb la posterior roda de premsa dels jugadors, continua ocupant el pes més important dintre dels esports.

A l'informe sobre l'audiovisual de Catalunya del 2006 que va realitzar el Consell de l'Audiovisual en el marc de les funcions que li atorga la Llei 2/2000, de 4 de maig¹⁴, al Consell de l'Audiovisual, els esports també va ser la temàtica que més protagonisme va tenir als informatius del 2006. Fins i tot, encara van ocupar una mica més d'espai que a l'últim anàlisi, en concret va representar un 22,30% del total de la informació.

La crònica internacional, amb un 18,05% de la informació, és el segon bloc temàtic amb més peces de notícies. El tema que més ha ocupat aquesta temàtica és el tifó Hayan de les Filipines, es va fer un exhaustiu seguiment

¹⁴ Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya", a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/portaljuridic/menuitem.d15a4e5dfb99396dc366ec10b0c0e1a0/?action=fitxa&documentId=229914> [Accés el 29 de gener de 2014]

d'aquesta catàstrofe natural, amb totes les conseqüències que va comportar per a les infraestructures del país, però també als seus habitants. En aquesta mateixa línia, també oferien imatges enregistrades per la unitat enviada al país sobre l'ajuda internacional que rebien els habitants des de les ONGs. L'altre tema que també ha tingut un gran pes dintre d'aquesta temàtica ha estat el conflicte de Síria, el qual també apareixia freqüentment als informatius del vespre del novembre de 2013 cada cop que hi havia algun succés d'actualitat al país.

Set anys enrere la crònica internacional ocupava el tercer lloc de les temàtiques més tractades als Telenotícies de TV3, això representava un 13,5% del total de la informació. Els temes relacionats amb la immigració, en ebullició constant durant aquest any, i el conflicte a l'Iraq, de rigorosa actualitat durant gran part de l'any 2006, igual que les hostilitats entre Israel i Palestina, van incidir de manera especial en el percentatge d'aquesta temàtica.

El bloc de societat ocupa el tercer lloc amb un 13,18% del total. Per contra, el 2006 aquesta mateixa temàtica ocupava la quarta posició dels temes més tractats amb un 12,80%. El principal tema d'aquest tercer bloc del Telenotícies Vespre del novembre de 2013 és el cas Raval. Sobre aquest tema l'editor del Telenotícies opta perquè aparegui una peça cada dia que hi hagi una novetat en la investigació del cas o hi hagi alguna font relacionada que hagués fet declaracions noves.

Els temes que es tracten en aquest bloc, són temes de proximitat, la majoria giren a l'entorn de casos puntuals que succeeixen a la distribució de Barcelona i/o al seu cinturó metropolità i que només apareixen una sola vegada a l'informatiu, sense fer-ne un seguiment de més dies. Un cas, per exemple, que va aparèixer a dos Telenotícies consecutius, com a cas de seguiment bastant excepcional, va ser la ciutat de Badia del Vallès –Vallès Occidental- que durant més d'un dia es va quedar sense aigua potable. El primer dia es va presentar el problema, mitjançant els testimonis de veïns afectats i les alternatives que havien buscat com a resposta. El segon dia, ja es va incloure una peça on s'informava que el problema ja havia estat solucionat i s'explicava com s'havia desenvolupat.

La crònica política, amb un 13% del total del Telenotícies Vespre del novembre de 2013, ocupa el quart lloc. En aquest cas s'ha produït una davallada força pronunciada del temps que ocupava aquesta temàtica al 2006, en concret un 18,1% del total, situat com el segon tema més tractat als informatius de TV3. Als informatius del 2013 el tema més tractat d'aquest bloc seria el referent a la sobirania catalana, apareixent les declaracions dels partits polítics que estan a favor i les reaccions dels partits que estan en contra, així com les respostes des de l'executiu espanyol. A part d'aquest, no hi ha cap altre tema que ocupi un temps molt destacat. Al 2006, els temes que van poder influir en què aquesta

temàtica tingués un percentatge tan alt van ser el procés de pacificació d'Euskadi, la dinàmica postelectoral per a l'executiu català, així com els acords per formar un govern d'entesa, després dels resultats de les eleccions al Parlament de Catalunya celebrades l'1 de novembre de 2006.

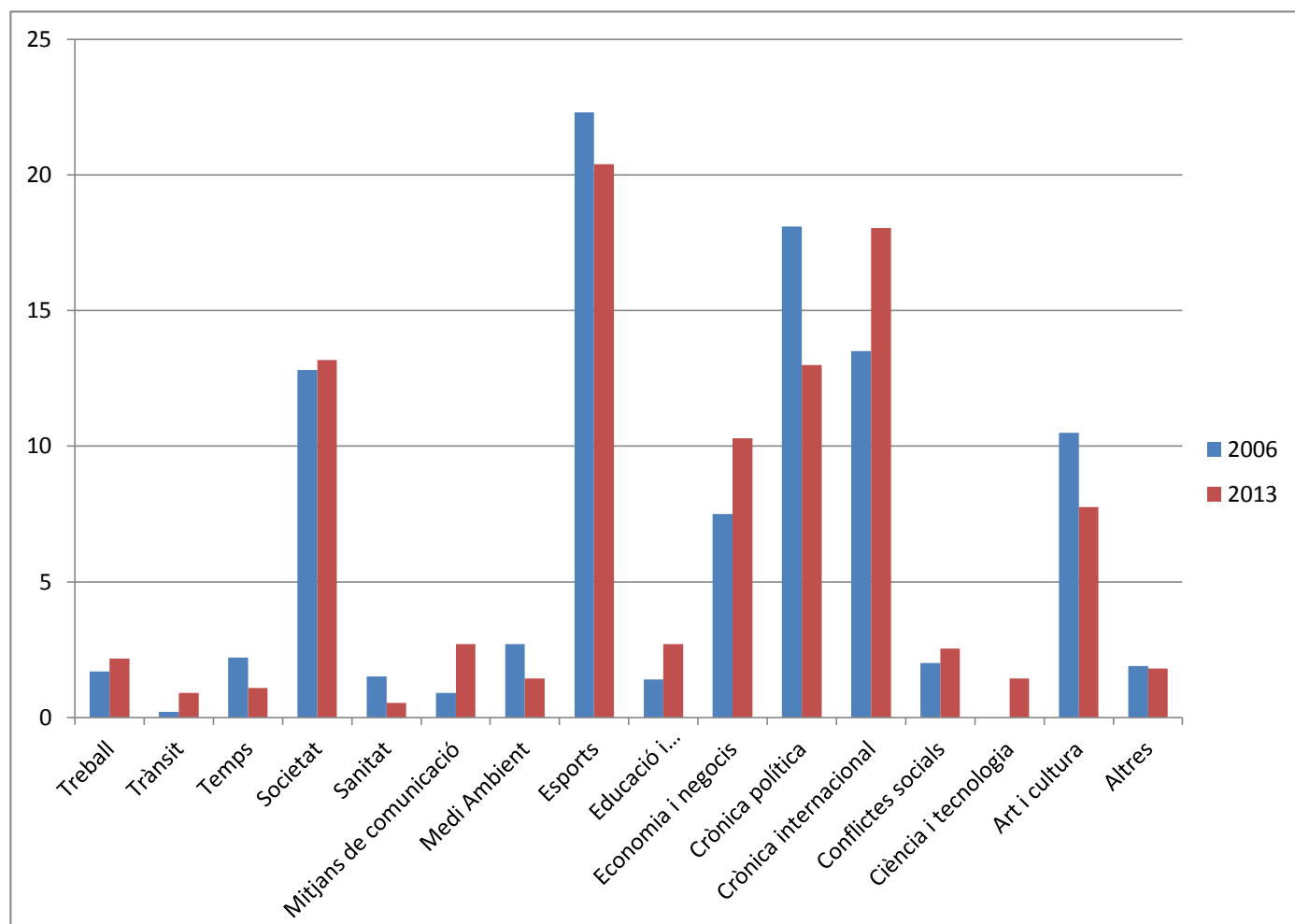
El bloc sobre economia i negocis al novembre de 2013 va ocupar un 10,29% del total de la informació, i ocupa el cinquè lloc de temes més tractats. Per contra, al 2006 se situava en sisena posició. Els temes que s'engloben dintre d'aquesta temàtica no són de transcendència temporal, són puntuals com poden ser congressos sobre economia que organitzen entitats financeres o escoles d'economia, resultats que han obtingut grans empreses o multinacionals o la presentació dels pressupostos de la Generalitat per al 2014.

Una davallada força pronunciada del 2006 al 2013 de la qual se n'ha de fer esment és el bloc de cultura i art. Fa set anys als informatius de TV3 ocupava el cinquè lloc, amb un 10,5% del total de la informació, en canvi al novembre de 2013 va passar a ocupar un 7,76%, situant-se al sisè lloc. Els temes que predominen en aquest bloc són referents a concerts celebrats, exposicions que s'inauguren, obres de teatre que s'estrenen o llibres que es presenten, entre d'altres fets puntuals d'estricta actualitat.

Pel que fa a la resta de categories analitzades, tant al 2006 com al 2013 ocupen un percentatge molt minoritari del total de la informació que es tracta a l'informatiu. N'hi ha que es mantenen gairebé igual respecte als dos anys, com la categoria de conflictes socials que ocupava un 2,0% al 2006 i un 2,53% al 2013 o el treball amb un 1,7% al 2006 i un 2,17% al 2013. D'altres han variat, com per exemple la sanitat del 1,5% al 2006 al 0,54% al 2013 o educació i ensenyament que ha passat del 1,4% al 2006 al 2,71% al 2013. Tot això, s'observa que les variacions són com a màxim d'un punt.

Per últim destacar, que el bloc de *mitjans de comunicació*, és, dintre de les categories que ocupen menys espai dels informatius de TV3, el que més increment ha experimentat del 2006 al novembre de 2013. Fa set anys tenia un 0'9% del total, en canvi al novembre de 2013 va passar al 2'71% del total de les temàtiques. Aquest augment es deu possiblement per les peces que fan referència al tancament de la Televisió Pública Valenciana. Arran d'aquest fet, es va obrir diverses vegades l'informatiu amb aquest tema, es va fer un seguiment detallat dels últims dies d'emissió d'aquesta cadena televisiva i també de les mobilitzacions i actes de lluita perquè no s'efectués el tancament.

Comparació dels temes dels Telenotícies de TV3 (comparació 2006 i 2013)



Font: Dades extretes de l'anàlisi propi i de l'Informe de l'Audiovisual de Catalunya de 2006

Actors

Col·lectius esportius	18,20%
Ciudadans i col·lectius socials	11,11%
Govern de Catalunya	9,34%
Actors internacionals	9,18%
Col·lectius culturals, científics i tecnològics	8,21%
Administració de Catalunya	8,05%
Actors de la Unió Europea	7,25%
Administració de l'Estat espanyol	5,96%
Govern de l'Estat espanyol	5,80%
Partits polítics	3,87%
Sindicats i agrupacions de professionals	3,70%
Sectors industrial i de comerç	3,06%
Altres	2,58%
Directius d'entitats empresarials i financeres	1,94%
Administració de l'Ajuntament de Barcelona	0,97%
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0,81%
Total unitats d'anàlisi	555

Pel que fa als actors que més espai van ocupar, en diferència va ser el col·lectiu esportiu, amb un 18,20% del total. Els principals actors que ocupen aquesta categoria són els futbolistes o l'entrenador del Futbol Club Barcelona, així com també els jugadors o entrenadors de bàsquet, futbol sala o handbol de la mateixa entitat. També apareixen representant el Barça càrrecs de la presidència, com el president Sandro Rossell o algun altre membre de l'executiu.

Fent referència al gran pes que van acaparar els temes de societat, els ciutadans i les associacions de caire social (11,11%) són el segon grup d'actors que més presència van tenir al Telenotícies Vespre del novembre de 2013. D'una banda, quan es parla de ciutadans es fa referència a individus concrets que apareixen a títol propi per donar el testimoni sobre el fet noticiós, normalment ocupen les notícies del bloc de societat. D'altra banda, les associacions de caire social són aquelles que sorgeixen a partir d'un conflicte social, com és la Plataforma d'Afectats per la Hipoteca.

El Govern de Catalunya (9,34%) i els actors internacionals (9,18%) van ser el tercer i quart grup, respectivament, que més vegades van ser protagonistes de les notícies. Com a màxim representant de la primera categoria, Artur Mas, president de la Generalitat de Catalunya és el que més vegades apareix com a protagonista de les notícies d'aquesta categoria. Pel que fa als actors internacionals, s'engloben totes aquelles persones, siguin de l'àmbit que siguin, que hagin protagonitzat les notícies de la temàtica de crònica internacional.

Si ens centrem només en els actors polítics, el Govern de Catalunya seria el que més apareix als informatius del vespre, amb un 9,34%. L'elevada xifra d'aquests actors es deu, principalment, a què a una gran part de les peces informatives es recullen les reaccions i declaracions de l'executiu català, representant la conselleria pertinent depenent de la temàtica que es tracta. El seguiria el Govern de l'Estat espanyol (8,05%) i l'Administració de l'Estat espanyol (5,96%). De l'executiu espanyol, Soraya Sáenz de Santamaría, vicepresidenta del Govern espanyol i portaveu del mateix, és qui més vegades apareix com a protagonista de les notícies.

L'anàlisi que va realitzar el Consell de l'Audiovisual de Catalunya el 2006, distribueix de manera menys extensa els actors que s'han tingut en compte. Divideix les institucions en dues categories –Govern de Catalunya i Govern de l'Estat espanyol-. S'observa que, de la mateixa manera que al novembre de 2013, hi ha un equilibri entre la presència de l'executiu català (15,9%) i l'executiu espanyol (14,7%). Ara bé, s'observa que als informatius de fa set anys aquestes dues institucions tenien molt més pes que a l'anàlisi del Telenotícies Vespre del novembre de 2013.

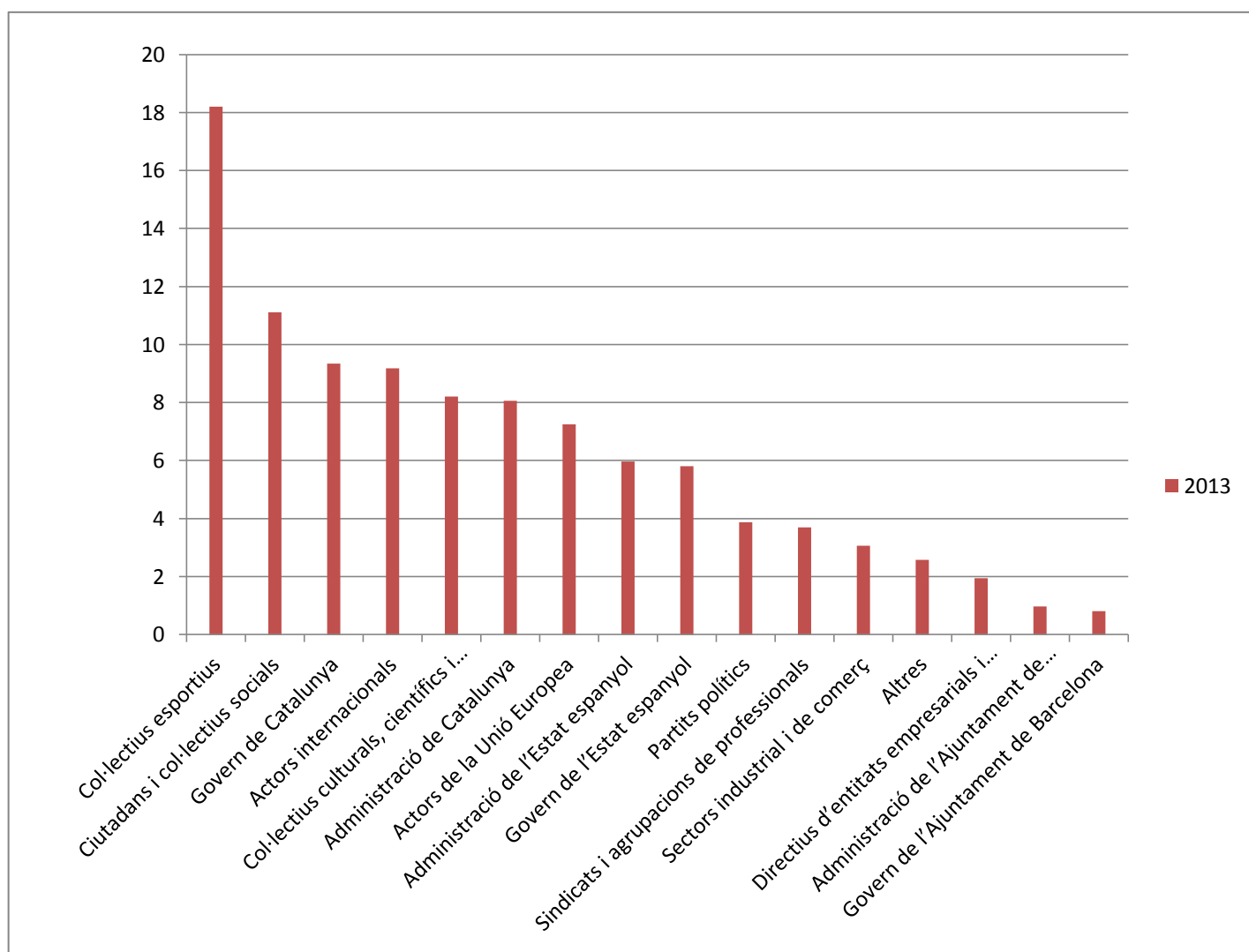
Si ens centrem amb els representants que més temps de paraula van tenir als informatius de 2006, s'observa que José Luís Rodríguez Zapatero és qui més

espai va ocupar. A diferència que al novembre de 2013, és el representant de l'executiu espanyol qui acapara més temps a les notícies, i no pas el representant del Govern català, Pasqual Maragall, qui ocupa la tercera posició. Artur Mas, aleshores cap de l'oposició del Parlament de Catalunya, és el representant situat en segona posició. La diferència que hi ha en aquest àmbit entre els informatius de 2006 i els del novembre de 2013 és que el temps del representant de l'executiu català predomina per sobre de la resta dels caps de l'oposició. Aquests ocupen un temps de paraula en proporció a la representació que té el seu partit al Parlament.

Respecte als actors no polítics que apareixien als informatius de 2006, l'agrupació d'actors culturals ocupa un 25,1% del total de la informació i és la categoria que registra una representació més elevada, seguida de la categoria altres amb un 18,4%, actors econòmics que ocupen un 13,1% i finalment món associatiu que té un 11,6% del total de les peces informatives.

Pel que fa al gràfic de la variable dels actors, només apareixeran les xifres de l'anàlisi de continguts del Telenotícies Vespre del novembre de 2013. Aquesta diferència respecte la comparació dels gràfics de les altres dues variables es deu, com ja s'ha explicat a l'apartat de metodologia, a què en aquesta variable és on s'han produït més canvis en les categories establertes entre l'anàlisi de 2006 realitzat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya i l'anàlisi de continguts del novembre de 2013, tenint el primer anàlisi un nombre de categories molt limitat.

Actors dels Telenotícies de TV3 (novembre 2013)



Font: Dades extretes de l'anàlisi propi

CONCLUSIONS



En termes de conclusions queda corroborada la hipòtesi des de la qual es partia a la introducció del treball. La dualitat que es concep del territori, segons el qual es divideix abstractament el territori: la ciutat i la seva àrea d'influència, d'una banda, i de l'altra banda tots els municipis que queden fora d'aquest àmbit. Aquests municipis que no formen part del cinturó metropolità de la capital catalana per la seva ubicació allunyada de Barcelona, s'etiqueten amb el terme de món rural. Aquesta divisió del territori es produeix en molts àmbits, i com s'ha comprovat després de realitzar aquest treball, també succeeix en els mitjans de comunicació. Aquests centralitzen la seva informació en els nuclis urbans més grans, és a dir, en les ciutats que tenen una major densitat de població i per tant l'activitat política, econòmica, cultural, esportiva i de tots els aspectes que s'empren com a focus d'informació és més abundant i influeix a un major número d'espectadors.

En l'àmbit català també es produeix el mateix fenomen. Al treball s'ha focalitzat l'anàlisi en TV3, concretament en els informatius d'aquesta cadena pública de televisió. Un cop obtingudes les dades s'ha comprovat que la informació que s'emet als Telenotícies de TV3 està centralitzada en Barcelona i les ciutats que conformen el seu cinturó metropolità. Això queda demostrat amb el 27,53% del total de la informació que pertany a Barcelona i/o a les localitats del seu entorn. És una part molt important la que ocupa aquest territori dintre dels informatius de TV3, això fa impossible que es respectin els principis de pluralisme territorial dels quals es parla a les lleis i les normes corresponents a diferents nivells – d'Europa, Espanya i Catalunya-. El marc normatiu d'aquests tres territoris contemplan la necessitat del pluralisme en els continguts informatius dels mitjans i dintre d'aquests trobem que un dels aspectes necessaris que s'ha de respectar és la diversitat territorial.

Continuant amb les dades obtingudes a partir d'aquest treball, s'ha observat que dintre d'aquest gairebé terç de la informació sobre Barcelona i la seva àrea metropolitana, tot i que aplega tota la província de Barcelona només hi ha dues peces que fan referència a poblacions d'aquesta província que no formin part del cinturó metropolità de la capital catalana. Els subjectes d'aquestes dues notícies tenen la ubicació allunyada de Barcelona, ja que tot i ser localitats de la província de Barcelona, són frontereres amb altres províncies. Si comparem la proporció de temps que es dedica a la capital catalana i la seva àrea d'influència amb la resta de províncies de Catalunya, la primera supera en gran número tant a Girona (4,27%), Lleida (1,60%) i Tarragona (1,60%). Fins i tot si se sumen la representació de les tres províncies als informatius de TV3 (7,47%), el percentatge que ocupa la categoria de Barcelona als Telenotícies continua sent molt superior. El segon àmbit territorial que més espai ocupa als informatius de TV3, els dos anys que es tracten, és Internacional. Però als resultats del novembre de 2013, aquesta categoria ocupa un temps molt inferior que la de Barcelona.

Tot i les recomanacions que es fan a través de documents com l'“Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach”, estudi que va ser encarregat per la Comissió Europea, i la normativa vigent que reconeix la necessitat del pluralisme als continguts dels mitjans, continua havent de desequilibri informatiu, almenys en l'àmbit territorial. Això provoca moltes vegades que hi hagi parts del territori que continuïn sent desconegudes per la major part de l'audiència dels mitjans. L'aparició d'aquests municipis als continguts dels informatius ajudaria a què hi hagués un major coneixement de la geografia catalana.

Pel que fa als temes, els esports van ser la temàtica que van predominar als Telenotícies Vespre del novembre del 2013, i que van contribuir a què Barcelona ocupés un percentatge de temps tan elevat dintre del total de la variable distribució geogràfica. Aquesta categoria va ser la que més va aparèixer als informatius vespre del novembre de 2013. Predominen, en gran part, les notícies referents a l'equip de futbol de l'entitat esportiva del FC Barcelona, que són les que ocupen com a mínim una peça informativa a l'informatiu.

A banda d'aquesta secció, que és la que apareix més temps, la resta d'esports que té el Barça –futbol sala, bàsquet, hoquei i handbol- també se'ls hi dedica temps al Telenotícies, tot i que aquests apareixen més lligats a l'actualitat esportiva, és a dir, quan hi ha alguna competició es fa una prèvia o si hi ha hagut partit es fa la crònica del partit. Ara bé, la secció de futbol apareix hi hagi o no competició, si no n'hi ha, la peça fa referència a l'entrenament d'aquell dia o a les declaracions d'algun jugador o de l'entrenador.

La crònica internacional és la segona que té més temps al novembre de 2013, amb un 18,05%, ara bé, no influeix en la distribució geogràfica que té com a objecte l'anàlisi d'aquest treball. L'altre tema que també ocupa un percentatge bastant elevat i que ha influït a les peces informatives que succeeixen a Barcelona o a la seva àrea metropolitana, és l'àmbit de societat. Aquesta categoria és molt amprada per l'edició del Telenotícies quan ha passat algun succés puntual que sigui d'actualitat, però que només apareixerà un dia a l'informatiu o com a màxim es farà un seguiment de dos dies. La gran part d'aquests temes, ja siguin robatoris a cases particulars, negocis o una baralla... han succeït a Barcelona o a alguna ciutat del voltant. L'únic cas que té un seguiment gairebé diari durant el mes de novembre de 2013 és l'assassinat que va haver al Raval, barri de Barcelona. Com es tracta d'un cas on hi va haver una mort i estaven implicats els Mossos d'Esquadra, es fa un seguiment de tot el procés a través de noves proves, nous testimonis o el judici que hi va haver i el qual va durar diversos dies.

La crònica política ocupa un espai molt similar a la categoria de societat. Les notícies que fan referència a actes o declaracions de partits polítics catalans

normalment tenen la ubicació a punts de Barcelona, tal i com ho indica el cairon que apareix al principi de la peça. Ara bé, les peces que fan referència al Parlament de Catalunya o a l'executiu català, tot i que succeeixen a Barcelona, perquè és on tenen els emplaçaments i on es reuneixen són comptabilitzats a la categoria de Catalunya genèric.

Es torna a percebre la necessitat d'incloure informació política, almenys de les capitals de les tres províncies catalanes, perquè aquesta temàtica fos més completa en l'àmbit català. Encara que l'activitat política de la resta de províncies no tingui el mateix pes que la pertanyent a Barcelona, és necessari que un mitjà públic com és TV3 ofereixi informació sobre totes les activitats polítiques que influeixen al territori. Tenim un altre exemple d'aquesta centralització informativa a la categoria d'art i cultura, amb un 7,76% del total. Aquesta temàtica, tot i ocupar una posició inferior que les que s'han exposat anteriorment, totes les peces que s'engloben dintre d'aquesta categoria tornen a pertànyer a la ubicació de Barcelona, ja siguin exposicions, estrenes d'obres de teatre, musicals, festivals o concerts. La resta de ciutats catalanes, on també s'organitzen activitats del mateix tipus, no apareixen als informatius de TV3.

L'última variable tractada són els actors, en relació amb la temàtica que més apareix als informatius, els col·lectius esportius són els que més espai ocupen als Telenotícies de TV3, amb un 18,20%. Els ciutadans i col·lectius socials són els segon grup d'actors que més apareixen i representen un 11,11% del total. Aquests actors pertanyen, principalment a la temàtica de societat, que, com s'ha explicat anteriorment, té un pes important dintre de la variable de temes i a més també contribueix a l'elevat temps que ocupa la distribució geogràfica de Barcelona. Els actors que fan referència a l'àmbit de la política estan dividits en diferents categories, per aquest motiu no ocupen un espai similar a la xifra de ciutadans i col·lectius socials. Ara bé, si se sumen totes les categories que englobarien a actors polítics –Govern de Catalunya, Govern de l'Estat espanyol, partits polítics i Govern de l'Ajuntament de Barcelona- s'obté una xifra superior a la dels ciutadans i col·lectius socials que ocupa la segona posició. Per tant, les categories referents a actors polítics ocupen un temps més elevat, però el fet d'estar repartides en diverses categories fa que sembli que l'espai que ocupen sigui inferior.

A l'altre extrem, cal remarcar el poc temps que ocupen les categories d'administració de l'Ajuntament de Barcelona (0,97%) i del Govern de l'Ajuntament de Barcelona (0,81%). Aquests actors apareixen en un temps molt reduït com a protagonistes de les unitats d'anàlisi. Això demostra que, tot i que Barcelona és la categoria de la distribució geogràfica que més temps apareix als informatius, són els altres actors, que s'han exposat anteriorment, els responsables d'ocupar un espai tan elevat dels Telenotícies de TV3 i no pas

aquests actors que tenen una relació més directa amb l'emplaçament de la capital catalana.

Un altre fenomen que s'ha pogut observar també, és que amb l'evolució del temps s'accentua encara més aquesta centralització territorial de la informació. Després de la comparació que s'ha realitzat entre les dades que va extreure el Consell de l'Audiovisual de Catalunya l'any 2006 a l'Informe de l'Audiovisual de Catalunya d'aquest mateix any i les dades extretes del propi anàlisi realitzat per a aquest treball, es percep que el 2013 la informació està més focalitzada en l'àmbit de Barcelona que no pas al 2006. Al 2006 aquesta categoria era la quarta que més apareixia pel que fa a la distribució geogràfica de totes les categories d'aquesta variable. En canvi, el novembre del 2013 Barcelona i la seva àrea territorial d'influència ha passat a ocupar la primera posició del total.

Cal ressaltar també, que a l'anàlisi dels informatius del 2006, la categoria de Catalunya –excepte Barcelona- que fa referència a les tres províncies catalanes en conjunt també continua sent inferior que la xifra que representa la categoria de Barcelona. Així doncs, tot i que la diferència no és tan important al 2006, s'observa que també es produeix la mateixa distribució geogràfica que set anys després, és a dir, predomina la informació pertanyent a la ciutat de Barcelona i les ciutats de l'àrea metropolitana per sobre de la suma de les províncies de Girona, Lleida i Tarragona.

Pel que fa a la variable dels temes, a la comparació amb l'Informe sobre l'Audiovisual del 2006 es repeteix la temàtica que més protagonisme va tenir als informatius de TV3. Així doncs, els esports són les peces informatives que més espai van ocupar fa set anys. En canvi, s'observa que s'ha produït una davallada molt significativa de la categoria de crònica política, ja que al 2006 ocupava la segona posició dels temes més tractats i en canvi al novembre de 2013 ocupa la quarta posició. El bloc de societat apareix en un percentatge una mica més elevat al 2013, que no pas set anys enrere, però la diferència és mínima. Respecte a la categoria d'art i cultura s'ha produït també un descens important del 2006 al 2013, ja que fa set anys ocupava un 10'5% del total i a l'últim anàlisi es redueix a un 7,76%.

Si es reflexiona sobre les dades estretes després de l'anàlisi, les quals mostren que els esports, i en concret els referents al Barça, acaparen gran part del temps dels informatius de TV3, sorgeix la següent pregunta: a la resta de ciutats no es practica l'esport? Es comprova que hi ha l'absència de notícies referents a equips, ja siguin de futbol, bàsquet o algun altre esport minoritari, de la resta de ciutats catalanes. Per tal que la secció d'esports fos més diversa seria necessari incloure informació d'altres esports i també d'altres equips catalans més enllà del Barcelona, encara que aquest sigui el que té més renom en l'àmbit de Catalunya.

A la temàtica de societat, la qual ocupa també un espai important dintre dels Telenotícies Vespre, sorgeix la mateixa pregunta: només hi ha successos a Barcelona o a les ciutats que formen part de la seva àrea d'influència? En aquesta secció, possiblement, seria on es podrien encabir més notícies referents a totes les províncies catalanes, ja que són temàtiques molt comuns i semblants que passen arreu del territori. Es tracten de successos puntuals, dels quals en solen haver a moltes localitats, sense focalitzar l'activitat en un lloc concret. Per tant, no queda justificada que la distribució geogràfica d'aquest tipus de notícies sigui la majoria de vegades la mateixa, és a dir, Barcelona o les ciutats del voltant, i no hi hagi més diversitat territorial.

Per tant, queda comprovat que hi ha una centralització important de la distribució geogràfica, on predomina l'aparició de la ciutat de Barcelona i els municipis que conformen la seva àrea metropolitana a les informacions dels Telenotícies de TV3, i amb el pas del temps la seva representació encara augmenta més tal i com s'observa després de comparar els percentatges del 2006 amb els del 2013. Els temes d'esports, de societat i la crònica política són les principals categories que contribueixen a què aquesta distribució geogràfica ocupi aquest percentatge tan elevat als informatius de TV3. En relació amb els actors que més apareixen a les notícies del Telenotícies Vespre del mes de novembre de 2013 són els col·lectius esportius i els ciutadans i col·lectius socials els que més temps acaparen, tot i que si se sumen les diferents categories que fan referència a actors polítics resulta una xifra superior que situaria a aquests actors com la segona categoria que més espai ocupa.

Seria interessant, per tant, aplicar les recomanacions tant del "Tractament del territori en els mitjans audiovisuals" com de l'"Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk- Based Approach" i donar més importància als continguts que es produeixen des dels mitjans locals. Si es donessin cabuda a les informacions que es tracten des d'aquests mitjans es podria pal·liar la mancança que hi ha als mitjans de comunicació d'estructura més gran, com és el cas de TV3, d'informació de proximitat referent al territori del món rural de Catalunya.

Així doncs, amb aquest anàlisi queda demostrada la hipòtesi des de la qual es partia a l'inici d'aquest treball. La informació dels informatius de TV3 està centralitzada sobretot en l'àmbit de Barcelona i els municipis que conformen el seu cinturó metropolità, i en canvi, a la resta de províncies de Catalunya no se'ls hi dedica el mateix temps. D'aquesta manera, es percep un desequilibri en el principi de pluralisme territorial que s'ha de complir per part d'un mitjà de comunicació que va ser creat per desenvolupar la tasca de servei públic.

BIBLIOGRAFIA



- “Carta de Drets Fonamentals de la Unió Europea” al *Diari Oficial de les Comunitats Europees* [En línia]. Disponible a: http://www.intec.edu.do/downloads/pdf/biblioteca/004-biblioteca_harvard_estilo.pdf [Accés el 4 de gener de 2014].
- “Carta de Principis per a l’Actuació dels Mitjans de Comunicació” a *Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació* [En línia]. Disponible a: <http://www.ccma.cat/regulacio/Principis%20actuacio.pdf> [Accés l’11 de març de 2014].
-
- Consell de l’Audiovisual de Catalunya (2001) *Quaderns del CAC, número 10*. Barcelona: Gràfiques Maculart, S.A.
- Consell de l’Audiovisual de Catalunya (2007) *Informe sectorial trimestral sobre Pluralisme territorial*. Barcelona, abril- juny de 2007.
- Consell de l’Audiovisual de Catalunya (2008) *Informe sobre l’audiovisual a Catalunya 2006*. Barcelona: Limpergraf, S.L.
- Consell de l’Audiovisual de Catalunya (2009) *Recomanacions del CAC. El tractament del món rural als mitjans audiovisuals*. Barcelona: Valant 2003, S.L.
- “Contracte-programa de la Corporación de Radio Televisión Española” a *Secció Sindical de UGT de RTVE* [En línia]. Disponible a: http://www.ugtrtve.net/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=182&dir=%2Fhtdocs%2Fpublic%2Fwww%2F repositorios%2F Normativa%2FLegislacion+audiovisual+y+de+los+medios+publicos%2F Corporacion+RTVE/Borrador+del+Contrato-programa [Accés el 30 de novembre de 2013].
- Huertas, A. *Estudi de les polítiques de comunicació dels agents actius del món rural*. Observatori de la Comunicació Local (InCom-UAB).
- K.U. Leuven – ICRI (lead contractor); Jönköping International Business School – MMTC; Central European University – CMCS; Ernst & Young Consultancy Belgium (2009). “Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States a *Digital Agenda for Europe*. [En línia]. Leuven, disponible a: http://www.intec.edu.do/downloads/pdf/biblioteca/004-biblioteca_harvard_estilo.pdf [Accés 12 de febrer de 2014].
- “Llei orgànica 5/2006, de 5 de juny de la ràdio i la televisió de titularitat estatal” a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2006/06/16/pdfs/A01839-01850.pdf [Accés el 23 de novembre de 2013].

- “Llei 4/1980, de 10 de gener, d'Estatut de la Ràdio i la Televisió” a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Derogadas/r1-l4-1980.html [Accés el 23 de novembre de 2013].
- “Llei 10/1983, del 30 de maig, de creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i de regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya” a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: http://www3.gencat.net:81/dgrtv/ftp/cllei_ccrtv.pdf [Accés el 19 de febrer de 2014].
- Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya”, a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/portaljuridic/menuitem.d15a4e5dfb99396dc366ec10b0c0e1a0/?action=fitxa&documentId=229914> [Accés el 29 de gener de 2014].
- “Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal” a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: <http://www.boe.es/boe/dias/2006/06/06/pdfs/A21207-21218.pdf> [Accés el 30 de novembre de 2013].
- “Llei 56/2007, de 28 de desembre, de mesures d'impuls de la Societat de la Informació” a *Generalitat de Catalunya* [En línia]. Disponible a: http://www3.gencat.net:81/dgrtv/ftp/cllei_ccrtv.pdf [Accés l'11 de març de 2014].
- “Llei 7/2010 de 31 de març, llei general de la comunicació audiovisual” a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292> [Accés el 4 de gener de 2014].
- “Mandat marc del sistema públic audiovisual” a *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* [En línia]. Disponible a: <http://www.ccma.cat/img/Mandat%20marc%20sistema%20public%20audiovisual.pdf> [Accés el 18 de febrer de 2014].
- Moragas, M., (1983) *Posibilidades de comunicación en el medio rural y democratización*. Estudi preparat pel grup consultiu sobre la democratització de la comunicació de la UNESCO. Informe en paper disponible a la UAB.
- Moragas, M.; González, I. I Gómez, M., (1983) *La comunicación técnica i social a l'àmbit rural a Catalunya*. Informe en paper disponible a la UAB.
- “Real Decreto- ley 13/2012, de 30 de marzo” a *Boletín Oficial del Estado* [En línia]. Disponible a: <http://www.boe.es/boe/dias/2012/03/31/pdfs/BOE-A-2012-4442.pdf> [Accés l'11 de març de 2013].