

## LA POLÍTICA LINGÜÍSTICA DEL SEGLE XXI: INTERNET I LA PROMINÈNCIA DELS CONTINGUTS EN CATALÀ EN ELS SERVEIS AUDIOVISUALS A DEMANDA

Martí Petit\*

### Resum

La llengua vehicula les expressions culturals d'una comunitat determinada. Des de fa dècades, la tecnologia cultural amb més impacte social ha estat l'audiovisual, amb la televisió al capdavant. Mal que bé, Catalunya ha sabut desplegar unes polítiques i uns instruments, precaris però efectivament desplegats, per vehicular les pròpies expressions audiovisuals en català. Però des de la irrupció d'Internet, els continguts audiovisuals a demanda, accessibles des de qualsevol dispositiu connectat, esdevenen més i més importants. Aquesta mutació dona un avantatge formidable a la projecció de continguts nord-americans i, consegüentment, comporta una pèrdua de pes important no sols per a la llengua catalana, sinó també per a les cultures europees no anglosaxones i les seves indústries de continguts.

A partir d'aquí, quina és la política lingüística possible per garantir la pervivència i la projecció del català en el nou context comunicatiu? El present article dona una clau, la clau de volta diríem, a partir de la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual, aprovada el passat 2 d'octubre (Parlament Europeu 2018). Aquesta norma europea incorpora el principi de *prominència* a Internet per a les obres de producció europea i per als continguts d'interès general en els serveis audiovisuals a demanda (siguin en forma de menú, de cercador, de sistema de recomanació, etc.). Així, la prominència pot esdevenir l'anella europea des d'on penjar la legislació i el desplegament regulador que permetin la pervivència de la llengua catalana en l'ecosistema comunicatiu del segle XXI.

Paraules clau: Servei públic audiovisual; Internet; serveis audiovisuals a demanda; prominència, Directiva de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV).

## LANGUAGE POLICY IN THE 21<sup>ST</sup> CENTURY: INTERNET AND THE PROMINENCE OF CATALAN CONTENT IN ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES

### Abstract

*Language is a vehicle for the cultural expression of a given community. For decades, the cultural technology with the most social impact has been audiovisual, with television at the forefront. In the end, Catalonia has been able to deploy some precarious but effective policies and instruments to carry out its own audiovisual expression of Catalan. Since the emergence of the Internet, however, audiovisual content on demand accessible from any connected device has become more and more important. This change has handed a considerable advantage to the dissemination of North American content and consequently has led to a significant loss of leverage not only for the Catalan language but also for all non-Anglo-Saxon European cultures and their content industries.*

*From here, what possible language policy will guarantee the survival and dissemination of Catalan in the new communicative context? The present article provides a key, the key to the way back we might say, from the new Audiovisual Media Services Directive, approved on October 2 (European Parliament 2018). This European standard incorporates the principle of prominence on the Internet for works of European production and for general interest content in audiovisual services on demand (in the form of menus, search engines, recommendation systems, etc.). Thus, prominence could become the European hook from which to hang the legislation and regulatory development that allows the Catalan language to survive in the communicative ecosystem of the 21<sup>st</sup> century.*

Keywords: Audiovisual public services; Internet; audiovisual services on demand; prominence, Audiovisual Media Services Directive (AVMSD).

\* Martí Petit, cap de la Unitat de Projectes de Recerca, Consell de l'Audiovisual de Catalunya: [mpetit.cac@gencat.cat](mailto:mpetit.cac@gencat.cat); [mpetitbozzo@gmail.com](mailto:mpetitbozzo@gmail.com)

Article rebut el 10.07.2018. Avaluació cega: 14.08.2018 i 9.10.2018. Data d'acceptació de la versió final: 15.10.2018.

**Citació recomanada:** Petit, Martí (2018). La política lingüística del segle XXI: Internet i la prominència dels continguts en català en els serveis audiovisuals a demanda. *Revista de Llengua i Dret, Journal of Language and Law*, (70), 1-16, DOI: [10.2436/rld.i70.2018.3186](https://doi.org/10.2436/rld.i70.2018.3186).

## **Sumari**

1 Evolució del consum audiovisual: de la TV tradicional a Internet

2 La prominència de continguts com a principi regulador. El Regne Unit i la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual

2.1 La forja de la prominència com a principi jurídic al Regne Unit

2.2 El principi de prominència salta a Europa

3 Conclusions: la prominència dels continguts en català a Internet. Oportunitats jurídiques i polítiques

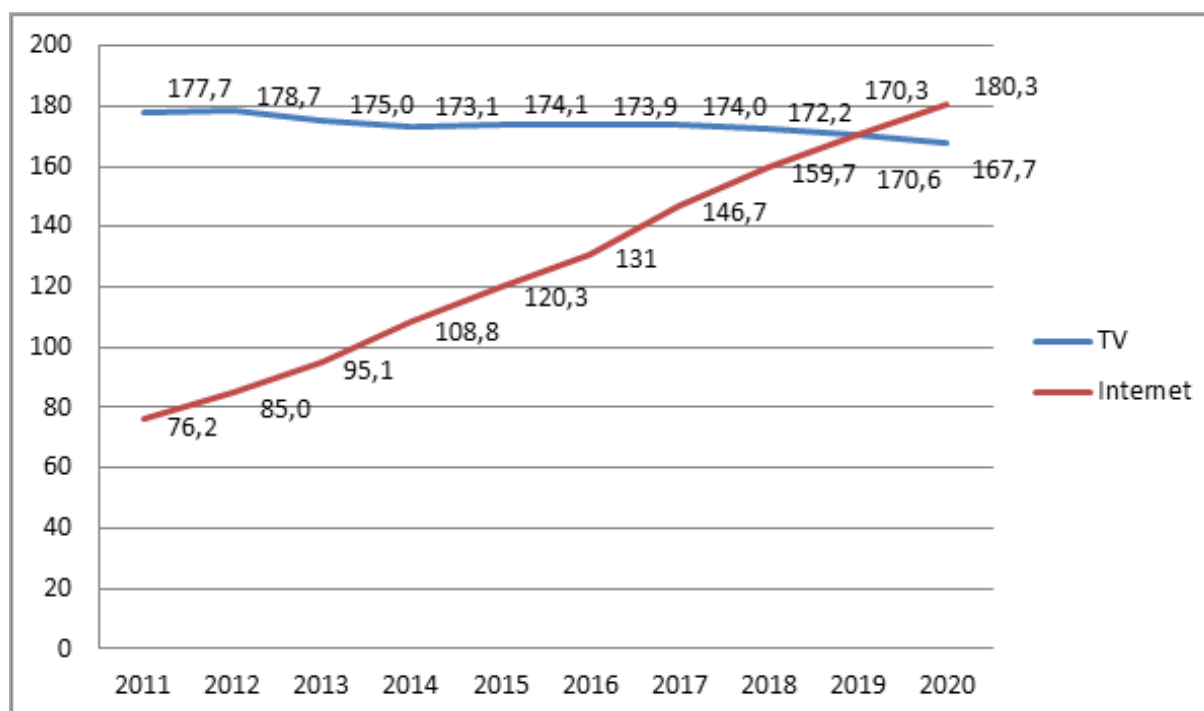
Bibliografia

## 1 Evolució del consum audiovisual: de la TV tradicional a Internet

Partim d'una anàlisi del mercat. La font no és acadèmica, sinó de Zenith, filial de la matriu francesa Publicis Groupe, l'única empresa no anglosaxona de publicitat inclosa dins de l'anomenat grup "The Big Four", junt amb WPP (Regne Unit), Omnicom (EUA) i Interpublic (EUA). L'opció és intencionada, ja que el sector de la publicitat és un dels primers afectats pel canvi d'hàbits de consum audiovisual. El seu model de negoci ja no es basa tant en l'impacte sobre audiències massives (i anònimes) a través dels mitjans tradicionals. Aquest model de negoci heretat del segle XX deixa de ser vigent, després de la irrupció d'Internet, de les xarxes socials, de l'explotació de les dades massives i de la intel·ligència artificial aplicada a la publicitat personalitzada. El nou model publicitari basat en Internet permet que la inversió publicitària sigui més personalitzada i, en teoria, més eficient (per a una anàlisi financera *executiva* sobre els nous reptes del sector publicitari, vegeu Garrahan, Daneshkhu, i Nicolaou, 2017).

En el seu informe anual *Media Consumption Forecasts 2018*, Zenith (2018) preveu que ben aviat el temps de consum de continguts per Internet (que inclou entre altres els serveis de vídeo a demanda com Netflix, les plataformes de distribució de vídeos com YouTube i els continguts audiovisuals de les xarxes socials com Facebook) serà superior al temps dedicat a mirar la televisió convencional. Zenith fixa l'avançament al 2019, moment en què el consum audiovisual diari per Internet superarà per la mínima el de la televisió (170,6 minuts vs. 170,3 minuts, vegeu el Quadre 1).

**Quadre 1. Minuts al dia dedicats al consum de TV i d'Internet. Mitjana mundial. Anys 2011-2020 (2018 a 2020 són previsions).**

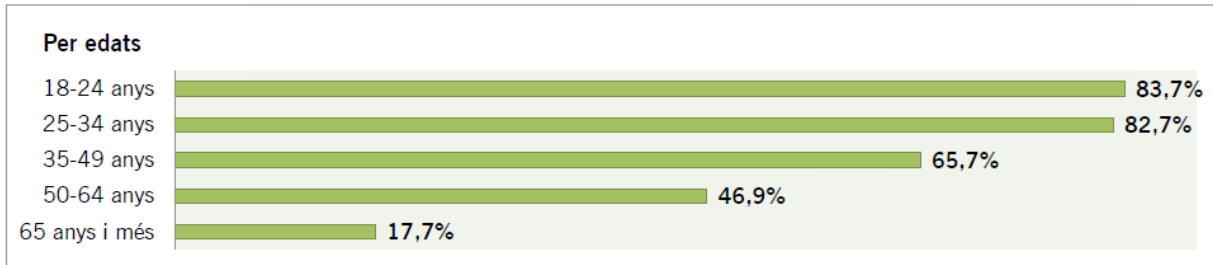


Font: Zenith (2018).

Ens trobem davant d'un canvi en primer lloc tecnològic: la principal plataforma de distribució de continguts audiovisuals deixa de ser la radiodifusió, que empra l'espectre radioelèctric per a les seves transmissions, i passa a ser les xarxes de comunicació electrònica, siguin fixes (cable, ADSL) o mòbils (4G, 5G quan sigui operativa, WiFi i altres sistemes sense fils). Però aquest canvi també comporta novetats culturals: del consum massiu, passiu i anònim dels continguts audiovisuals passem a formes personalitzades, interactives i que deixen rastre digital. Aquest darrer aspecte marca una sèrie de canvis (no tan) nous: la fragmentació de la societat, que veu que els sistemes de comunicació deixen de ser el sistema nerviós que la cohesionava, o el qüestionament de drets bàsics com la privacitat, que són el preu a pagar per al nostre *consum triple W* ("Where, when, what you want").

Aquesta tendència es veu accentuada en funció de l'edat: els menors presenten un consum molt inferior de mitjans tradicionals (la televisió en primer lloc) i són els que més es connecten a Internet. Per contra, els majors de 65 anys mantenen uns hàbits de consum audiovisual propis del segle XX. Catalunya es troba alineada amb aquest corrent (vegeu el Quadre 2).

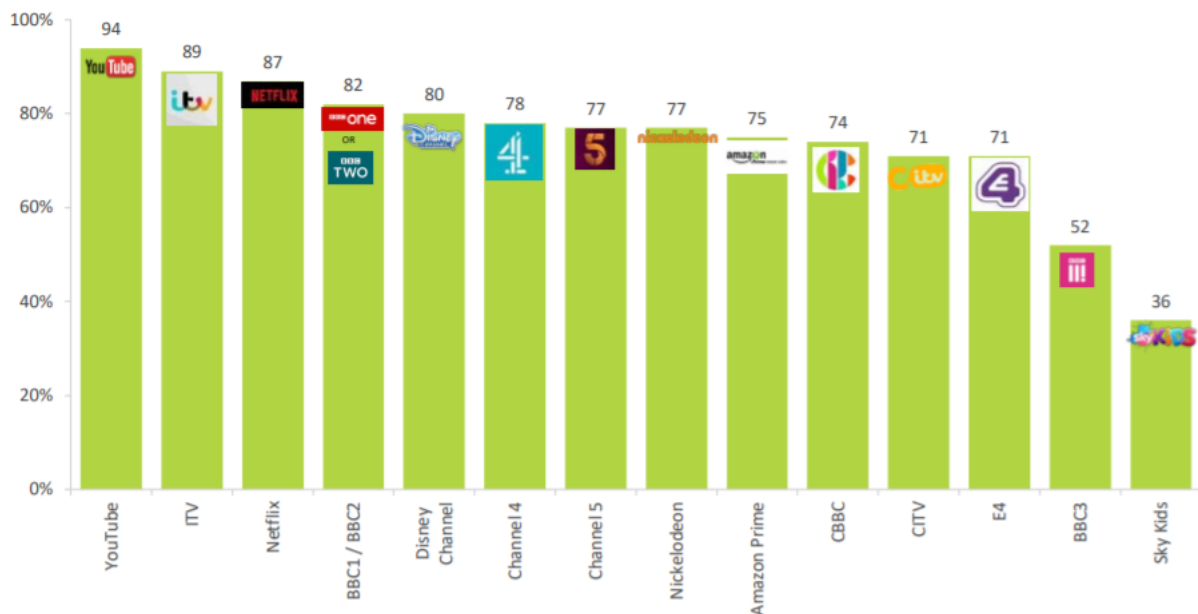
**Quadre 2. Consum audiovisual per Internet a Catalunya per franges d'edat. Any 2017.**



Font: Centre d'Estudis d'Opinió (2018), citat a Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2018).

A més, entre els menors, les primeres opcions de consum audiovisual per Internet corresponen a actors nous, provinents dels EUA i de caràcter global, com ara YouTube i Netflix. L'oferta local, encara que sigui la versió a Internet de televisions tradicionals, molt conegudes i reconegudes, no capten l'atenció del públic més jove. Per il·lustrar aquesta tendència citarem el Regne Unit, que gaudeix d'un sistema de comunicació molt madur, amb una estructura reguladora molt sòlida i, sobretot, amb un servei audiovisual públic referent a tot Europa i al món. Doncs bé, a l'hora d'accedir a continguts audiovisuals per Internet, els menors de 12 a 15 anys britànics situen la suma de BBC1 i BBC2 (i el seu servei d'Internet, iPlayer) en quarta posició pel que fa a consciència de marca (vegeu el quadre 3).

**Quadre 3. Consciència de marca dels proveïdors de continguts entre els menors de 12 a 15 anys del Regne Unit, a l'hora de connectar-se a Internet. En percentatge. Any 2017**



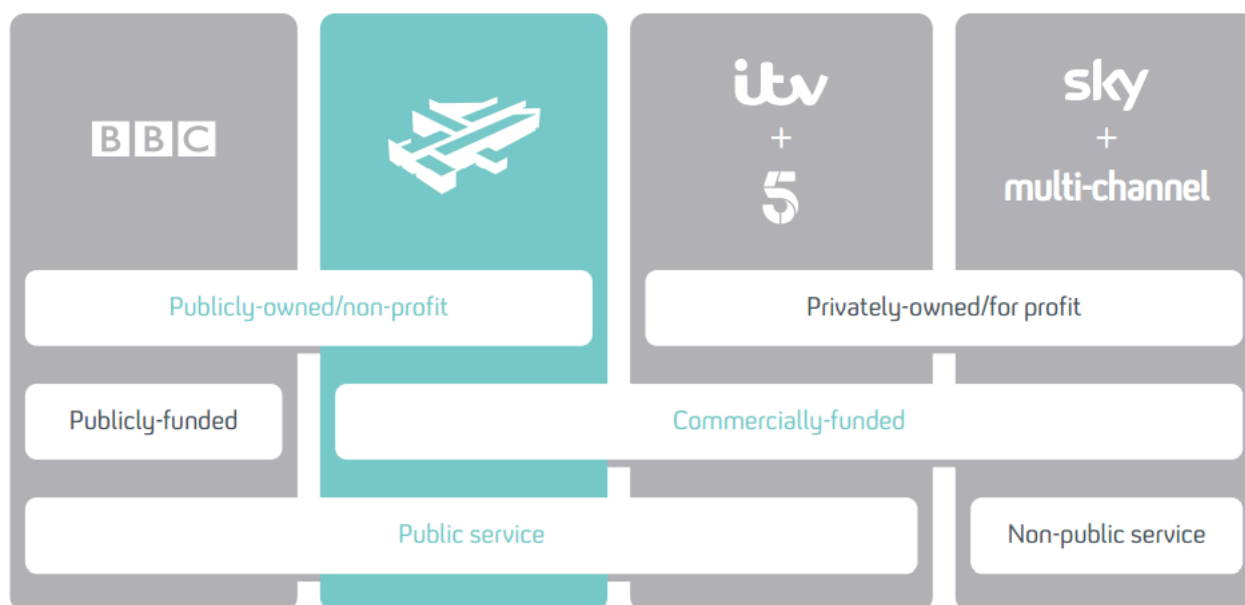
Font: Ofcom (2018).

El conjunt de serveis en línia citats al Quadre 3 inclouen una diversitat d'operadors. D'una banda, trobem YouTube, Netflix i Amazon. Es tracta d'OTT (operadors *Over the top* o operadors de transmissió lliure), que estan subjectes a una normativa mínima i, doncs, gaudeixen d'una asimetria reguladora en relació amb les televisions tradicionals. Així, les OTT no estan subjectes de la mateixa manera que els canals de televisió a la Directiva europea de serveis de comunicacions audiovisuals (DSCAV) i la corresponent transposició a l'ordenament jurídic de cada estat. Canals de televisió com la BBC i la ITV tenen obligacions més estrictes

que les OTT en relació amb la producció local original, la promoció de la producció europea, la protecció de menors o el pluralisme informatiu, entre d'altres.

Enfront de les OTT, el Quadre 3 inclou els serveis en línia corresponents als canals de televisió que són, per ordre de preferència de la llista, ITV, BBC, Channel4 i Channel5, amb els seus canals temàtics o *portfolio channels* (CBBC, CITV, E4 i BBC3). Cal consignar que al Regne Unit, el servei públic és prestat tant per corporacions de titularitat estatal (BBC i Channel4), com de titularitat privada, que gestionen el servei de forma indirecta mitjançant una llicència administrativa (ITV i Channel5). A canvi de proveir servei públic subjecte a obligacions regulades, les corporacions televisives reben determinats beneficis, en especial l'accés i ús de l'espectre radioelèctric (un bé públic escàs imprescindible per a les emissions en TDT) i la prominència dels seus canals en les EPG o guies electròniques de programes. A més, la BBC rep finançament públic directe gràcies al cànon o *licence fee*, l'impost que han de pagar totes les llars per rebre serveis televisius (per a més informació, vegeu Ofcom 2015, en especial la Introducció).

#### Quadre 4. Principals canals i plataformes de TV i les seves característiques (cobertura: Anglaterra)



Font: Channel 4 (2017).

En comparació, veiem que a l'Estat espanyol les televisions privades també tenien caràcter de servei públic. La Llei 10/1988, de 3 de maig, de TV privada, que en va permetre la creació, les definia com “concesiones para la gestión indirecta del servicio público de la televisión” (vegeu Preàmbul i articles 2, 8 i 18). Una manca de desplegament regulador posterior a la citada llei va afavorir l’“oblit” d’aquest precepte. Mitjans com Telecinco (ara Mediaset) i Antena3 (ara Atresmedia) van anteposar una interpretació indeguda de principis com la llibertat d’expressió o la llibertat d’empresa per damunt de la legislació audiovisual aplicable. Finalment, el caràcter de servei públic de Mediaset i Atresmedia va quedar derogat per la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, aprovada a la IX Legislatura espanyola, sota el segon Govern Zapatero. En aquesta llei, s’identifica “servei audiovisual públic” amb “servei audiovisual de titularitat pública”. Aquesta evolució ha condicionat sens dubte la configuració de l’espai de comunicació a Catalunya.

Per tant, tots els canals de televisió citats del Regne Unit tenen obligacions de servei públic, més intenses o menys depenent dels casos, però que en matèria de continguts inclouen la inversió en producció original, producció independent (externalitzada al sector privat com a motor industrial), producció de continguts regionals i de cada nació, producció descentralitzada (*Made-out-of-London TV programming*) i la promoció de la producció audiovisual europea.

I vistes les tendències en els hàbits de consum audiovisual, en especial entre el públic més jove, ens trobem amb un fenomen que no és neutral. Que les preferències basculin de les cadenes de televisió del país als seus serveis en línia, sotmesos a un conjunt de polítiques públiques, en favor d'uns operadors globals de matriu nord-americana amb una regulació molt més laxa, té conseqüències importants. Tant des d'un punt de vista industrial com cultural, com, en el cas de Catalunya, lingüístic. En aquest article ens centrarem en les conseqüències que aquestes mutacions tenen per a la llengua catalana, i en especial als canvis i adaptacions que requereixen les polítiques audiovisuals a Catalunya davant del nou panorama.

## **2 La prominència de continguts com a principi regulador. El Regne Unit i la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual**

### **2.1 La forja de la prominència com a principi jurídic al Regne Unit**

En el present article partim de la regulació del servei públic al Regne Unit (i en especial, de la figura jurídica “prominència del servei públic”), perquè és un cas d'èxit en polítiques reguladores. Establert per la Communications Act 2003 (CA 2003) i desplegat per l'autoritat de regulació britànica (Ofcom), ha estat una figura jurídica amb recorregut, que pot ser una peça clau en les polítiques audiovisuals i lingüístiques a Catalunya.

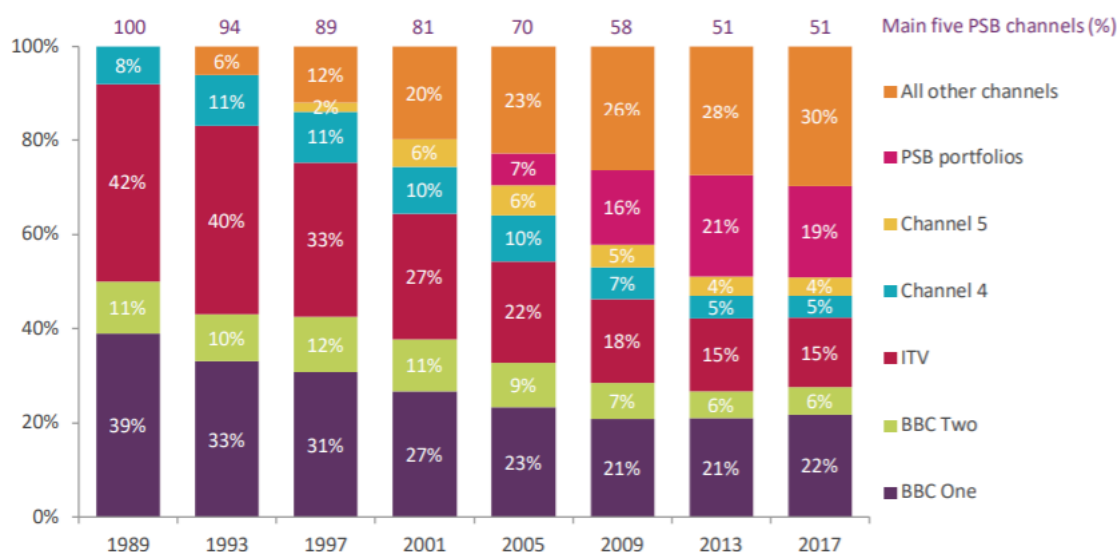
Tal com explicarem en aquest epígraf, el 2012 la BBC va plantejar actualitzar-lo i ampliar el seu àmbit d'aplicació. En efecte, l'informe *PSB prominence in a converged media world* va obrir un debat que encara es manté viu al Regne Unit. D'altra banda, és destacable que la Unió Europea hagi manllevat el concepte *prominència* en la nova Directiva europea de serveis en comunicació audiovisual (DSCAV), que es preveu entri en vigor a finals del 2018 o a inicis de 2019. Aquesta incorporació a la DSCAV fa que el principi de prominència sigui incorporat als ordenaments jurídics dels estats membres. A partir d'aquí, si se sap desenvolupar una bona estratègia jurídica i política, pot esdevenir l'anella des d'on penjar una normativa actualitzada de la política lingüística a Catalunya en l'audiovisual. Per això cal analitzar-ne, d'entrada, la genealogia del principi de prominència.

Al Regne Unit, la migració de la televisió analògica hertziana a la TDT es va iniciar l'octubre de 2007 i es va concloure l'octubre de 2012. El *digital switchover*, en terminologia anglesa, va anar acompanyat d'una mesura que assegurava la visibilitat dels canals de servei públic en el nou ecosistema comunicatiu. Davant la multiplicació de l'oferta televisiva digital i de la subsegüent fragmentació de les audiències, calia una mesura per mantenir l'impacte social del servei públic. Altrament, els beneficis socials d'un servei finançat amb diners i avantatges públics es veuria desvirtuat. Així, la CA 2003 i l'Ofcom van establir que l'oferta de TDT incorporés unes especificitats en les EPG (o guies electròniques de programació, que ofereixen a l'espectador el menú en pantalla dels canals disponibles per a un eventual zàping). En concret, les EPG havien de ser configurades per defecte amb els canals de servei públic en les primeres posicions del menú. En virtut dels articles 45(5), 73, 74(2) i sobretot 310 de la CA 2003, s'estableix el principi de la prominència del servei públic en el context multicanal digital. A partir d'aquí, l'Ofcom va determinar que “una ‘prominència apropiada’ permet una mesura de discriminació en favor dels canals de servei públic [*PSB channels*]” (Ofcom 2004).<sup>1</sup> Com diem, la mesura es pot considerar un cas d'èxit, ja que la migració de la televisió analògica a la TDT no va afectar considerablement les audiències dels canals de servei públic, com sí ha succeït de forma general en la resta dels països europeus (vegeu el quadre 5).

---

<sup>1</sup> Les traduccions dels informes o de la legislació europea que tenen com a llengua original l'anglès són de l'autor.

**Quadre 5. Quotes d'audiència de les televisions d'emissió terrestre de 1989 a 2017**



Font: Ofcom (2018).

El desembre de 2012, quasi 10 anys més tard de l'aprovació de la CA 2003, la BBC va publicar l'estudi *PSB prominence in a converged media world*, encarregat a la consultora Communications Chambers (Foster i Broughton, 2012). Aquest informe assumia l'èxit irreversible de la prominència del servei públic en l'entorn TDT, però advertia de nous riscos. L'ecosistema comunicatiu ja havia començat a mutar aleshores i es constataren noves formes d'accés als continguts. El consum audiovisual ja no es feia només mitjançant la televisió tradicional, sinó també i de manera creixent a través de les diverses modalitats de serveis a demanda. I aquest fet va tenir derivacions importants.

Des de l'aparició d'Internet i l'extensió de la banda ampla, l'audiovisual i les telecomunicacions convergeixen en un nou macrosector on s'imposa la lògica de les telecomunicacions. Això vol dir que les prioritats en polítiques de comunicació passen a ser les relacionades amb la connectivitat, les infraestructures i la regulació de la competència entre operadores de xarxes. L'adveniment de la societat connectada, portadora d'una ultimíssima i renovada modernitat, no és políticament neutre. El servei públic audiovisual, un factor de vertebració social durant les darreres dècades, passa a un segon pla, junt amb tots els principis reguladors que porta associats. Així doncs, en aquest nou paradigma, quin és el lloc del servei públic?

En concret, l'informe de la BBC plantejava la seqüència argumental següent:

- En un ecosistema comunicatiu amb convergència de mitjans (audiovisual + telecomunicacions), canvien els patrons tradicionals de difusió i de consum.
- A més de la televisió convencional, els continguts es consumeixen mitjançant la connexió a xarxes electròniques (Internet).
- Aquestes noves formes de comunicació permeten l'entrada al mercat de nous operadors, circumstància que redueix la incidència del servei públic.
- Els nous intermediaris entre usuari i continguts (“*content gateways*”) tenen una importància creixent.<sup>2</sup>
- Les EPG tradicionals de la TDT deixen de ser l'única interfície usuari-contingut i s'hi afegeixen noves formes d'ordenar, presentar i promoure continguts als usuaris. En destaquen els sistemes de recomanació o els motors de cerca.

<sup>2</sup> Per “*gateway*” s'entén tot intermediari entre continguts audiovisuals i l'audiència. Els *gateways* ofereixen una selecció de continguts al públic mitjançant el disseny i l'organització d'un menú, una guia o qualsevol sistema de recomanació a l'usuari, que prioritzen uns continguts sobre uns altres. Entre els nous intermediaris destaquen les IPTV (o serveis audiovisuals oferts pels operadors de telecomunicacions, com Imagenio de Telefónica), els serveis de continguts a demanda (com Netflix), plataformes de distribució de vídeos (com YouTube) i les xarxes socials en la seva difusió de continguts audiovisuals (com Facebook).



- Com a curiositat, l'informe introduïa el terme “descobribilitat” (*discoverability*), un concepte propi de l'àmbit de la biblioteconomia i la documentació. Fa referència a la capacitat d'un contingut per ser descobert en un catàleg o base de dades molt extens, sobretot en repositoris digitals i altres instruments en línia (vegeu Somerville, Schader, i Sack, 2012). La BBC l'aplicava, sense definir-lo, a la capacitat que havia de tenir el servei públic a Internet.

Amb l'objectiu de garantir una prominència apropiada del servei públic en el futur, l'informe de la BBC remarcava que caldria una actualització de la CA 2003. Deixava clar que el sistema de prominència havia d'aplicar-se a qualsevol plataforma tecnològica i interfície, sigui una graella de canals de TDT o un menú de serveis a demanda. I que calia fer-ho de forma coordinada dins de l'àmbit europeu. En l'entorn d'Internet, el servei públic també ha de rebre un tractament apropiat com a servei que té un interès general. Així, en un context connectat, el servei públic hauria de tenir com a mínim una icona/botó en la primera pàgina de la guia o el seu equivalent (BBC, 2012).

El debat no va entrar en via morta. El 2016, el Departament de Cultura, Mitjans de comunicació i Esport (DCMS, de rang ministerial) del Govern britànic va obrir una consulta pública sobre la conveniència d'actualitzar la regulació de les EPG. “La descobribilitat (*discoverability*) serà un repte cada vegada més important per a la regulació, en tant que la convergència de serveis i funcions avançades de cerca permet a l'espectador una gamma més gran de maneres de trobar i explorar els continguts.” (DCMS, 2016). També observava que, a part de les EPG de la TDT tradicional, havien aparegut noves interfícies per a continguts d'accés temporal (*catch up*) o els continguts a demanda. Això incloïa plataformes digitals com Sky o YouView, i també fabricants de televisors intel·ligents (Samsung i Panasonic) amb la seva pròpia tecnologia d'accés a Internet. Una objecció a aquesta situació era que el nou sistema d'accés als continguts no estava subjecte a regulacions de prominència del servei públic i, doncs, es plantejava un cas d'assimetria reguladora dels mateixos continguts en funció de la tecnologia de distribució.

Al juliol d'aquell any, el DCMS va fixar la seva posició, que es podria resumir amb un “la qüestió és digna d'anàlisi i seguiment, però per ara no modificarem la normativa.” El govern acceptava la novetat de la situació i els seus riscos, però optava per no introduir canvis reguladors. La mutació era massa recent, el panorama tecnològic i d'hàbits de consum evolucionaven molt ràpidament i les mesures podrien comportar dificultats tècniques importants. A més, alguns dels nous *content gateways* com els fabricants de *smart TV* Samsung i Panasonic tenen una perspectiva de mercat global i una regulació unilateral d'un estat podria distorsionar aquesta realitat. *Wait and see*.

El 2018, el regulador britànic Ofcom va relançar el debat amb el seu document *Public service broadcasting in the digital age. Supporting PSB for the next decade and beyond* (Ofcom 2018). El punt de partida d'aquest informe és la constatació que la prominència del servei públic en les EPG de la televisió convencional és una regulació prèvia a la generalització dels nous serveis audiovisuals en línia (com per exemple l'oferta a demanda de Netflix i els *smart TV* de Panasonic o Samsung). Amb tot, és cert que al Regne Unit l'oferta de servei públic en entorns connectats és ben visible, però això no es deu als efectes d'una regulació, sinó al resultat de negociacions comercials entre els mateixos prestadors de servei públic i les plataformes. Mentre hi hagi interès per part de l'audiència a accedir a aquests continguts, és raonable que aquesta situació es mantingui així. Però això és circumstancial. Per tant, mentre la societat i el poder públic considerin que el servei públic té un valor que cal preservar més enllà de les dinàmiques del mercat, cal desplegar una regulació.

En el futur immediat, la prominència del servei públic a les EPG continuarà sent important, observa el document de l'Ofcom. Però tanmateix, el regulador britànic es planteja una revisió de la normativa per a finals de 2018. Seguint les disposicions de la nova Digital Economy Act de 2017 (i en especial, del seu article 95), l'organisme plantejarà les recomanacions per a una possible extensió de la normativa vigent als serveis a demanda, que caldrà seguir d'a prop. “Si el Parlament considerés que la prominència en serveis a demanda és crucial per a la salut futura dels prestadors de servei públic i només pogués aconseguir-se mitjançant la regulació, seria necessari [fonamentar-la] en legislació primària”. L'Ofcom admet, però, que aquesta iniciativa s'hauria d'inserir dins d'un debat internacional i, en aquest sentit, es fa ressò del debat actual a Alemanya i la proposta de la Bund-Länder-Kommission per a la convergència de mitjans. Aquesta



proposta inclou un nou marc legal que ampliaria la prominència del servei públic a les noves plataformes, amb l'objectiu de garantir la varietat i la pluralitat de continguts (vegeu Bund-Länder-Kommission, 2016). En qualsevol cas, però, després del Brexit aquesta coordinació internacional esdevé més complicada per al Regne Unit.

## 2.2 El principi de prominència salta a Europa

El més destacat de tot el procés d'elaboració de la prominència del servei públic a Internet és que aquesta idea política va saltar les fronteres i es va instal·lar en les institucions europees. El 2013, el Parlament Europeu va publicar l'informe *Report on Connected TV*, en què assumia la necessitat d'una regulació favorable al servei públic en un entorn connectat. La novetat d'aquest informe era la introducció d'un concepte afí a prominència, la "trobabilitat" (*findability*). És un terme provinent del disseny de webs i de l'arquitectura informacional, que denota la capacitat dels usuaris per identificar un lloc web apropiat i navegar per les seves pàgines, per descobrir i recuperar recursos d'informació rellevants (Morville, 2005. Spagnolo, Bolchini Paolini, i Di Blas, 2010). En l'informe, el Parlament Europeu aplicava la trobabilitat (*findability*), sense definir-la, als continguts de servei públic en l'entorn il·limitat d'Internet.

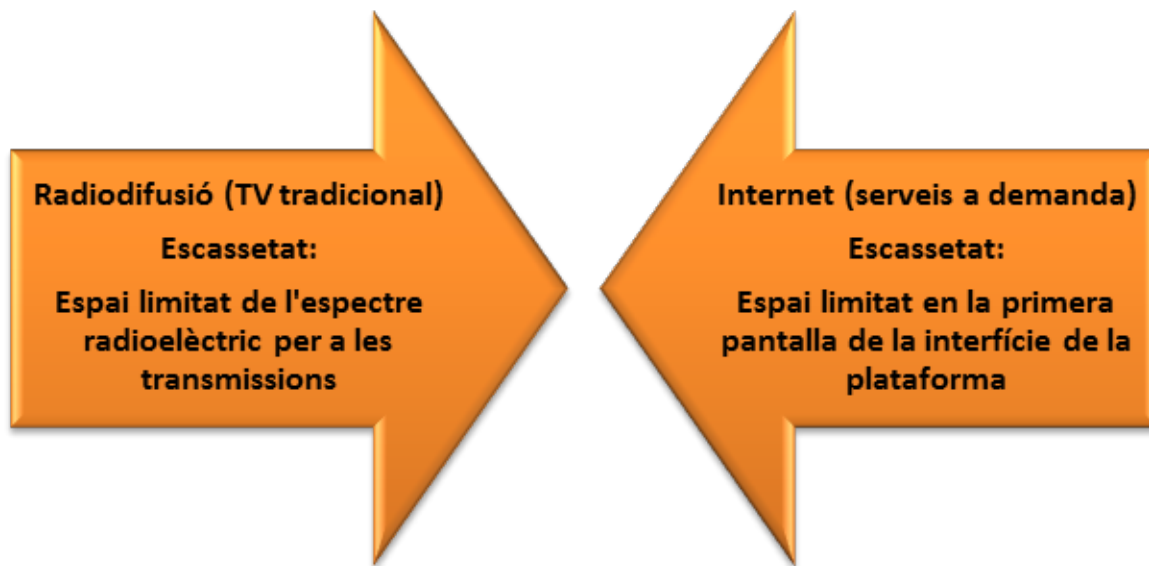
Les actuals normes *Must-carry* han de ser complementades per normes *Must-be-found*. S'ha de donar un estatus apropiadament privilegiat ("*appropriately privileged status*"), en relació amb la trobabilitat (*findability*) en plataformes híbrides (inclosos els portals, les *home pages* i les EPGs), a aquells proveïdors de continguts a qui els estats membres assignin una funció de servei públic, que ajudin a promoure objectius d'interès públic, com ara el pluralisme dels mitjans i la diversitat cultural, o que es comprometin a mantenir la qualitat i independència informativa i promoguin la diversitat d'opinió. (Parlament Europeu, 2013).

Poc després, la Comissió Europea va obrir una consulta pública titulada *Green Paper – Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values* (Comissió Europea, 2013). És interessant repassar l'argumentari desplegat en les respostes de l'European Broadcasting Union (EBU, UER en les seves inicials en francès).<sup>3</sup>

L'EBU recordava que gràcies a Internet i a la convergència dels sectors audiovisual i de les telecomunicacions, se supera la limitació en la capacitat de transmetre continguts. Internet es basa en una tecnologia il·limitada, a diferència de la radiodifusió (*broadcast*), que usa un bé escàs i limitat com és l'espectre radioelèctric. Per tant, gràcies a Internet, ja no existeix el coll d'ampolla d'una capacitat finita i limitada en la distribució de continguts. Però ara ens trobem amb un altre coll d'ampolla, que és la dependència de l'usuari a interfícies que gestionen i ordenen la sobreabundància de continguts a la xarxa. En cercadors, OTT, portals web i EPG, la primera pàgina d'accés és fonamental. *Aquesta és la nova escassetat*. Degut a aquesta escassetat d'espai en la primera pantalla, sostenia l'EBU, s'ha de prioritzar aquells serveis i continguts que els Estats membres de la UE considerin pel seu valor social, cultural o polític. S'hauria d'evitar que els *gateways* redireccionin el consumidor a determinats continguts, per estrictes raons comercials, i bandegin l'oferta de servei públic. D'aquesta manera, una normativa en trobabilitat (*findability*)/prominència per a aquests continguts audiovisuals a Internet és una evolució lògica de les normes tradicionals *must-carry*. Finalment, l'EBU reclamava una regulació a escala europea sobre la trobabilitat (*findability*)/prominència dels continguts de servei públic en un context connectat (European Broadcasting Union, 2013).

<sup>3</sup> L'EBU és l'organització que aplega els mitjans audiovisuals de servei públic a Europa, un total de 73 membres de 56 estats. És destacable la seva funció com a *think tank* i *lobby* en defensa del servei públic. Com a representants d'Espanya, hi ha tres membres: RTVE, SER i Cope [Sic]. La CCMA no forma part de l'EBU més que través de Catalunya Música, que participa al projecte d'intercanvi de música clàssica.

## Quadre 6. Televisió tradicional vs. Internet: diferents models d'escassetat



Font: elaboració pròpia a partir d'European Broadcasting Union (2013).

Cal constatar que, com d'altres organismes, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya també va respondre la consulta de la Comissió Europea (2013), en sintonia amb l'esmentat informe del Parlament Europeu (2013). En les seves respostes, el CAC també va incloure una referència a la necessitat d'una regulació favorable al servei públic en un entorn connectat: "En el cas de Catalunya, la llengua ha de ser un criteri fonamental a l'hora d'establir quins són els continguts de servei públic i d'interès general que han de gaudir d'una visibilitat privilegiada. Així, els continguts en català han d'aparèixer com a primeres opcions per a l'usuari connectat a Catalunya en totes les plataformes de distribució" (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2013). Sobre com desplegar aquesta noció genèrica, dediquem el proper epígraf del present article. Abans, però, expliquem com ha evolucionat el debat i com el principi de prominència ha estat incorporat a la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV), tal com demanava l'EBU.

En efecte, al 25 de maig de 2016, la Comissió Europea va presentar la iniciativa de modificació de la DSCAV, en el marc de l'estratègia per al Mercat Únic Digital (Comissió Europea, 2016). La proposta inicial ampliava la jurisdicció de la Directiva: a més d'incloure la televisió convencional o lineal (com TV3, 8tv i els canals de radiodifusió tradicional) i els serveis a demanda (com TV3alacarta i Netflix), incorporava també les plataformes de distribució de vídeos (PDV, com YouTube). Les PDV no tenen responsabilitat editorial sobre els continguts que editen, però els emmagatzemen, organitzen, etiqueten i proposen als usuaris en funció del seu consum anterior mitjançant algorismes. En aquestes plataformes, la regulació proposada per la Comissió feia referència a la protecció als menors i a la persecució dels continguts que inciten a l'odi, a la violència o a la discriminació.

Hi va haver un cert debat sobre si calia incorporar també les xarxes socials, com ara Facebook, dins de l'àmbit d'aplicació de la nova DSCAV. En la seva aportació al procés, el Consell de la UE les va incloure explícitament, mitjançant l'afegit dels considerants 4, 5 i 6 (Parlament Europeu 2018). La proposta va ser acceptada per les dues altres contraparts, la Comissió i el Parlament Europeu. Així doncs, la Directiva modificada regula tot tipus de contingut audiovisual, sigui quina sigui la seva plataforma de distribució.

El text definitiu de la Directiva conté nombroses novetats, però la que ens ocupa aquí és el fet que la Comissió manlleva el concepte "prominència", el fa seu i l'aplica als serveis audiovisuals a demanda. I a partir d'aquesta proposta inicial, tant el Consell com el Parlament Europeu l'assumeixen. Així, una vegada la DSCAV estigui vigent, el principi de prominència quedarà fixat i consagrat, i els estats membres l'hauran d'incorporar als seus ordenaments jurídics. A partir d'aquí:

- Els estats de la UE hauran de donar prominència a les obres de producció europea en els serveis a demanda (considerant 35 i article 13 del nou articulat).
- Els estats de la UE podran pendre mesures per assegurar una “prominència apropiada dels serveis de mitjans audiovisuals d’interès general” (considerant 25 i article 7a) (vegeu el quadre 7).

**Quadre 7. Directiva modificada de Serveis de Comunicació Audiovisual (DSCAV): prominència de les obres europees i d’interès general, en serveis a demanda**

Prominència de les obres europees en serveis a demanda	Prominència dels continguts d’interès general
<p>Considerant 35</p> <p>Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual a demanda han de promoure la producció i distribució de les obres europees, i garantir que els seus catàlegs continguin un percentatge mínim d’obres europees i que es concedeixi a aquestes suficient prominència. S’haurà de promoure l’etiquetatge en metadades de continguts audiovisuals que els classifiquen com a obra europea, per tal que aquestes metadades estiguin disponibles per als prestadors de serveis de comunicació. La prominència es refereix a la promoció d’obres europees mitjançant la facilitació de l’accés a les mateixes. Aquesta prominència pot garantir-se de formes diverses, com per exemple creant una secció dedicada a obres europees a la qual es pugui accedir a través de la pàgina web inicial del servei, la possibilitat de buscar obres europees en l’eina de cerca disponible com a part del servei, la utilització d’obres europees en les campanyes del servei o promoure un percentatge mínim d’obres europees al catàleg, per exemple utilitzant anuncis o instruments similars.</p> <p>Article 13</p> <p>Els estats membres vetllaran perquè els prestadors de serveis de comunicació audiovisual a demanda que estiguin sota la seva competència judicial disposin d’un percentatge d’almenys el 30 % d’obres europees al seu catàleg i garanteixin la prominència d’aquestes obres.</p>	<p>Considerant 25</p> <p>La present Directiva ha d’entendre’s sense perjudici de la facultat dels estats membres d’imposar obligacions per garantir la prominència adequada dels continguts d’interès general conformement a objectius d’interès general definits, tals com el pluralisme dels mitjans de comunicació, la llibertat d’expressió i la diversitat cultural. Aquestes obligacions solament han d’imposar-se quan siguin necessàries per aconseguir objectius d’interès general clarament definits pels estats membres de conformitat amb el dret de la Unió. En els casos en què els estats membres decideixin imposar normes sobre la prominència adequada, han de limitar-se a imposar obligacions proporcionades a les empreses, per raons legítimes d’ordre públic.</p> <p>Article 7a</p> <p>Els estats membres poden adoptar mesures per assegurar la prominència apropiada dels serveis de mitjans audiovisuals d’interès general.</p>

Font: Parlament Europeu (2018).

Una altra aportació remarcable de la nova DSCAV és una consciència terminològica destacable. Tot sovint el trinomi prominència – trobabilitat (*findability*) – descobribilitat (*discoverability*) apareixia en els documents oficials de forma intercanviable. A vegades, també se n’hi afegia un quart, l’accessibilitat als continguts de servei públic. Això generava una polisèmia, ja que l’accessibilitat és principalment un principi d’inclusió per a les persones amb disminució sensorial, mitjançant subtítols, llenguatge de signes i audiodescripció. En aquest sentit, l’opció de la Directiva en aquest àmbit és clara: estableix com a únic terme la prominència i desterra descobribilitat (*discoverability*) i trobabilitat (*findability*), conceptes afins, però que eren emprats de forma intuïtiva i resultaven poc operatius des d’un punt de vista regulador. De fet, aquests dos mots no apareixen en tot el text definitiu de la Directiva modificada. El millor exemple d’aquest interès en fixar la terminologia el trobem comparant la proposta de la Comissió Europea i l’articulat que ha d’entrar en vigor (vegeu el quadre 8).

## Quadre 8. Fixació del terme “prominència” en la nova DCSAV

Text de la proposta de la Comissió Europea (2016)	Text definitiu de la DCSAV, acordat entre el Parlament Europeu i el Consell de la Unió Europea
<p>Considerant 38</p> <p>La present Directiva ha d'entendre's sense perjudici de la facultat dels estats membres d'imposar obligacions per garantir la <b>descobribilitat (<i>discoverability</i>) i accessibilitat</b> dels continguts d'interès general conformement a objectius d'interès general definits, tals com el pluralisme dels mitjans de comunicació, la llibertat d'expressió i la diversitat cultural. Tals obligacions solament han d'imposar-se quan siguin necessàries per aconseguir objectius d'interès general clarament definits pels estats membres de conformitat amb el dret de la Unió. Referent a això, els estats membres han d'examinar, en particular, la necessitat d'una intervenció reguladora contra els resultats de l'acció de les forces del mercat. En els casos en què els estats membres decideixin imposar normes sobre <b>descobribilitat (<i>discoverability</i>)</b>, han de limitar-se a imposar obligacions proporcionades a les empreses, per raons legítimes d'ordre públic.</p>	<p>Considerant 25</p> <p>La present Directiva ha d'entendre's sense perjudici de la facultat dels estats membres d'imposar obligacions per garantir la <b>prominència adequada</b> dels continguts d'interès general conformement a objectius d'interès general definits, tals com el pluralisme dels mitjans de comunicació, la llibertat d'expressió i la diversitat cultural. Tals obligacions solament han d'imposar-se quan siguin necessàries per aconseguir objectius d'interès general clarament definits pels estats membres de conformitat amb el dret de la Unió. En els casos en què els estats membres decideixin imposar normes sobre la <b>prominència adequada</b>, han de limitar-se a imposar obligacions proporcionades a les empreses, per raons legítimes d'ordre públic.</p>

[Nota: les negretes són nostres].

Fonts: Comissió Europea (2016) i Parlament Europeu (2018).

El 2 d'octubre de 2018, el Parlament Europeu va aprovar la revisió de la Directiva 2010/13/EU (o Directiva de serveis de comunicació audiovisual, DSCAV) (Parlament Europeu 2018). Després de l'adopció formal per part del Consell, la Directiva entrarà en vigor al 20è dia després de la seva publicació al *Diari Oficial de la Unió Europea* i els estats membres tindran 21 mesos per transposar-la al seu ordenament jurídic.

És en aquest moment en què el Govern i el Parlament de Catalunya poden plantejar-se el desplegament d'una normativa audiovisual actualitzada i pròpia (incloent-hi qüestions de política lingüística), d'acord amb les seves competències actuals (o les eventuales futures) i respectant els preceptes de la Directiva.

### 3 Conclusions: la prominència dels continguts en català a Internet. Oportunitats jurídiques i polítiques

El principi de prominència ha estat incorporat al cabal comunitari mitjançant la modificació de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual. Això representa establir una intervenció política sobre els algorismes que gestionen els continguts d'una plataforma de serveis audiovisuals a demanda.

Així mateix, suposa reconèixer i cristal·litzar que l'univers d'Internet té dues capes de regulació: d'una banda és un mercat d'accés i requereix una legislació en qüestions com les infraestructures i la interconnexió. Però per sobre d'aquest nivell es desenvolupa un mercat de continguts audiovisuals. Aquesta realitat bicèfala d'Internet (xarxes de telecomunicacions i continguts audiovisuals) és peculiar respecte d'altres mercats d'accés, com podria ser l'energètic. I això és rellevant per a Catalunya, sigui quin sigui el marc politicolegislatiu de què disposi en el futur per dissenyar i executar polítiques digitals pròpies. Tant si es manté l' statu quo del Règim de 1978, com si hi ha una reforma de la Constitució Espanyola per blindar les competències culturals i

lingüístiques de la Generalitat, com si es proclama una república independent, la prominència del servei públic a Internet lligat a la llengua catalana és un element nuclear. Malgrat el seu caire tecnològic, és un aspecte fonamental de les polítiques culturals i lingüístiques de la Generalitat, i ha de quedar clar que forma part del seu corpus competencial sistèmic, sigui quina sigui l'estructuració de poder que s'escometi en el futur.

En principi, amb l'estatu quo polític, el Govern de Catalunya hauria de poder definir un servei públic propi, incloent-hi l'àmbit dels serveis a demanda. La Constitució Espanyola (article 149.1.27) estableix que les competències en l'audiovisual són repartides entre l'Estat (que aprova la legislació bàsica) i les comunitats autònomes (que la despleguen). Aquesta opció requeriria una lectura generosa de l'esmentat article de la Constitució vigent, acompanyada d'una legislació bàsica del Govern espanyol inclusiva i sostinguda en el temps en relació amb les competències de la Generalitat en la matèria. Però veient com s'han desenvolupat diversos processos en l'audiovisual a Espanya, com per exemple la migració de la televisió analògica a la TDT, no sembla una via plausible.<sup>4</sup>

Si considerem un eventual blindatge constitucional com a hipotètica sortida del conflicte Espanya – Catalunya, hauria de quedar clar que les competències en llengua i cultura integren totes les formes culturals, i molt especialment les noves formes de consum audiovisual. Això inclou els serveis audiovisuals a demanda, les plataformes d'intercanvi de vídeos, els continguts audiovisuals de xarxes socials i tots aquells serveis equivalents que puguin sorgir en el futur. Aquestes competències, a més, no serien solament de disseny i execució de les polítiques dins de Catalunya, sinó també de participació de la Generalitat en els fòrums europeus i internacionals on es debaten i s'aproven els acords que després cauen en cascada sobre els estats. El procés de modificació de la DSCAV és un bon exemple d'aquesta necessitat, però no és l'únic.

Sigui quin sigui, doncs, l'esdevenidor polític de Catalunya (statu quo, reforma o ruptura) serà necessària una expertesa aguda en l'actualització de la normativa de l'audiovisual com a motor de la llengua. Perquè la definició i implementació d'un model de servei públic a Catalunya topa amb diversos obstacles. En primer lloc, Catalunya s'insereix dins del model comunicatiu mediterrani, condicionat per mancances en la consolidació del mercat de les comunicacions, en la professionalització periodística, en les garanties d'independència dels mitjans en relació al poder i sotmès a processos de “desregulació no controlada” del sector per part de l'estat (Hallin, i Mancini, 2007). En aquest context, trobem obstacles interns (la temptació dels governs de patrimonialitzar el servei públic) i relacionats amb Espanya (la inclusió de Catalunya en un estat sense una cultura reguladora independent que vetlli pel servei públic).

En aquest sentit, cal destacar la Resolució 3/VI del Parlament de Catalunya sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya (Parlament de Catalunya, 1999). Aquest és el document fonamental per a les reformes legislatives posteriors, de fundació del CAC com a autoritat independent de regulació (Llei 2/2000), de la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya (Llei 22/2005) i de la Llei de la nova CCMA (Llei 11/2007). Pel que fa al servei públic, la Resolució establia dos principis bàsics: un sistema de governança independent i transparent, basat en la gestió de professionals experts, d'un banda, i un model de finançament estable, sostenible i pluriennal, de l'altra. La Resolució 3/VI, doncs, va ser un pas per canviar la cultura políticocomunicativa de Catalunya, inserida en la tradició mediterrània descrita per Hallin i Mancini.

A banda, la definició del servei públic té una dimensió europea. També aquí és una qüestió complexa, que s'insereix en la dificultat generalitzada per definir i actualitzar el servei audiovisual públic, element vertebrador de les societats europees del segle XX, en la nova societat global connectada. En qualsevol cas,

<sup>4</sup> Sobre la migració digital a la TDT, citarem l'*Informe de l'Audiovisual a Catalunya 2016*, presentat pel CAC al Parlament de Catalunya. En el seu resum executiu, es llegeix:

“L'any 2000, hi havia dos canals de cobertura i llengua catalanes (TV3 i 33), per cinc canals espanyols (La1, La2, Antena 3 TV, Telecinco i Canal+). Ara bé, el desenvolupament de les competències exclusives [en telecomunicacions] de l'Estat espanyol en planificació de l'espectre radioelèctric (article 149.1.21 de la Constitució espanyola) ha desequilibrat encara més el panorama televisiu a Catalunya. Actualment, després de la migració digital cap a la TDT, hi ha 8 canals d'emissió catalana per 32 d'abast espanyol. Si sumem les audiències de tots els canals, veiem que la digitalització ha reduït visiblement l'audiència de les televisions catalanes: l'any 2000, la quota de TV3 i el 33 sumava 26,1 %, mentre que el 2016, el percentatge total de les televisions en català es va reduir al 18,7 %. Una cosa ben diferent ha succeït en les televisions espanyoles a Catalunya: el 2000, l'audiència acumulada d'aquelles cinc cadenes era del 69,0 %. El 2016, els 32 canals fruit de les llicències successives atorgades pel Govern central van sumar un 70,4 % de l'audiència.” Les competències exclusives en telecomunicacions, en aquest cas la planificació i assignació de l'espectre radioelèctric, han fet que l'Estat espanyol legislés en una determinada direcció (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2017).



però, hi ha consens que el servei públic es fonamenta sobre quatre pilars: continguts, informació, llengua i cultura, i indústria i tecnologia (vegeu el quadre 9).

#### Quadre 9. Pilars del servei públic audiovisual

<p>Continguts</p> <p>El servei públic ha de proveir continguts innovadors i de qualitat, sense perdre la vocació d'un servei universal, transversal i massiu. En un mercat fragmentat, el servei públic manté la missió de generar comunitat entre els individus de la societat.</p>
<p>Informació</p> <p>El servei públic és bàsic per una ciutadania crítica i informada i per això ha d'informar de forma plural i veraç. També ha de ser particularment gelós en l'aplicació del principi de responsabilitat editorial.</p>
<p>Llengua i cultura</p> <p>El servei públic ha de suplir les carències del mercat en la producció i difusió de continguts en la llengua pròpia. En mercats audiovisuals mitjans o petits, el mercat no sempre garanteix la provisió de continguts en la llengua pròpia en totes les plataformes de distribució. Això succeeix en la llengua catalana, però també en altres casos de llengües de la UE. Aquesta fallada de mercat (<i>market failure</i>) justifica una intervenció pública a gran escala, mitjançant el desplegament del servei públic i la seva regulació, per garantir aquest dret no satisfet pel mercat.</p>
<p>Indústria i tecnologia</p> <p>El servei públic ha de ser motor de la indústria audiovisual pròpia, així com motor de recerca aplicada en noves aplicacions tecnològiques en l'àmbit de producció i distribució de continguts audiovisuals.</p>

Font: Elaboració pròpia a partir de Petit (2017).

Ja hem mencionat que en la consulta de la Comissió Europea (2013), el CAC ja va apuntar que “la llengua ha de ser un criteri fonamental a l'hora d'establir quins són els continguts de servei públic i d'interès general que han de gaudir d'una visibilitat privilegiada en un entorn connectat” (CAC 2013). I ho va ratificar en el *Llibre blanc de l'audiovisual a Catalunya*, presentat al Parlament el 23 de gener de 2017, i que exposa un conjunt de mesures per a les polítiques audiovisuals a aplicar en el futur immediat. En el capítol 4 d'aquest document (“Estratègies de desenvolupament”) es llistaven 53 actuacions estratègiques, que es concretaven en un total de 135 accions/recomanacions. I una d'aquestes feia referència a la prominència de continguts en català en les pantalles connectades (vegeu el quadre 10).

#### Quadre 10. Recomanació del *Llibre blanc de l'audiovisual a Catalunya* en relació amb la prominència dels continuts en català en les plataformes digitals

<p>4. Estratègies de desenvolupament</p> <p>A. Eixos d'actuació estratègics</p> <p>Actuació A.1.5.</p> <p>Vetllar perquè les normatives europees i els acords internacionals de la UE reconeixin la necessitat de preservar i promoure la diversitat lingüística en l'era de la comunicació digital per assegurar el necessari desenvolupament de polítiques públiques de foment de llengües minoritàries reconegudes com el català o l'aranès.</p> <p>Accions/Recomanacions:</p> <p>(...)</p> <p>Assolir el reconeixement de l'estatus apropiadament privilegiat de llengües com la catalana en relació amb la seva prominència i visibilitat (<i>findability</i>) en les plataformes digitals, per tal que els continguts en català apareguin com a primeres opcions per a l'usuari connectat a Catalunya en totes les plataformes de distribució dels serveis audiovisuals a demanda (AVAD).</p>
---

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2016: 267).



Els elements estan sobre la taula, doncs, per iniciar el desplegament legislatiu i regulador que garanteixi que les expressions culturals en català del segle XXI estiguin degudament tractades i rebin la prominència deguda en les pantalles connectades. Ens trobem en el moment idoni per engegar-ho. Encara que molts prevèiem que els fets evolucionarien altrament, podem afirmar que ens trobem en un moment fundacional, tant a nivell intern (per repensar el país que volem per a les properes dècades), com a nivell europeu (amb una DSCAV nova amb sorpreses favorables per a la regulació a Catalunya). Els passos enunciats per l'Ofcom per al futur immediat sens dubte seran, una vegada més, una referència a seguir. A més de l'expertesa tècnica, però, caldrà l'impuls polític per començar a concretar, a Catalunya, les mesures aquí plantejades.

## BIBLIOGRAFIA

- Bund-Länder-Kommission (2016). [\*Bericht: Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Centre d'Estudis d'Opinió (2018). [\*Òmnibus de la Generalitat de Catalunya, núm. 27, 2017-2\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Channel Four Television Corporation (2017). [\*Britain's Creative Greenhouse: Key Facts about Channel 4\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Comissió Europea (2013). [\*Green Paper – Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Comissió Europea (2016). [\*Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services in view of changing market realities\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2013). [\*Answers from the Catalan Audiovisual Council \(CAC\). A: Comissió Europea. Consultation on the Green Paper “Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values” – Read the contributions. Punt 16 “EU Regulatory Authorities \(AV and others\)”\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2016). [\*Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2017). [\*Informe de l'Audiovisual a Catalunya 2016\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2018). [\*Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya \(BIAC\). Núm. 9. Tercer quadrimestre del 2017\*](#). Barcelona: CAC. [Consulta: juny 2018].
- Consell de la Unió Europea (2017). [\*Outcome of Proceedings\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Consell de la Unió Europea (2018a). [\*Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services in view of changing market realities - Analysis of the final compromise text with a view to agreement\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Consell de la Unió Europea (2018b). [\*Audiovisual media services: agreement on a directive to protect minors, boost competitiveness and promote European content\*](#). [Consulta: juny 2018].
- DCMS (2016). [\*The balance of payments between television platforms and public service broadcasters consultation report: Government Response 5 July 2016\*](#). [Consulta: juny 2018].
- European Broadcasting Union (2013). [\*EBU reply to the European Commission Green Paper – Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Foster, Robin; Broughton, Tom (2012). [\*PSB prominence in a converged media world\*](#). BBC, Communications Chambers. [Consulta: juny 2018].

- 
- Garrahan, Matthew; Daneshkhu, Scheherazade; Nicolaou, Anna (2017, 17 de novembre). Advertising companies struggle to adapt to a new world. *The Financial Times*. Consultat el juny del 2018, a <https://www.ft.com/content/3081a2ee-c955-11e7-ab18-7a9fb7d6163e>. [Consulta: juny 2018].
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo (2007). *Sistemas mediáticos comparados: Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- Morville, Peter (2005). *Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become*. Sebastopol, CA (USA): O'Reilly Media.
- Ofcom (2004). [\*The regulation of Electronic Programme Guides\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Ofcom (2015). [\*Public Service Broadcasting in the Internet Age: Ofcom's Third Review of Public Service Broadcasting\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Ofcom (2018). [\*Public service broadcasting in the digital age: Supporting PSB for the next decade and beyond\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Parlament de Catalunya (1999). [\*Resolució 3/VI del Parlament de Catalunya sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Parlament Europeu (2013) [\*Report on connected TV\*](#). [Consulta: juny 2018].
- Parlament Europeu (2018). [\*European Parliament legislative resolution of 2 October 2018 on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services in view of changing market realities \(COM\(2016\)0287 – C8-0193/2016 – 2016/0151\(COD\)\)\*](#). [Consulta: octubre 2018].
- Petit, Martí (2017). *Comunicació, xarxes i algorismes: Per una política digital pròpia a Catalunya*. Barcelona: Angle.
- Somerville, Mary M.; Schader, Barbara J.; Sack, John (2012). [\*Improving the discoverability of scholarly content in the Twenty-First Century: Collaboration opportunities for librarians, publishers, and vendors, A SAGE White Paper\*](#). Los Angeles, CA: SAGE Publications Ltd. [Consulta: juny 2018].
- Spagnolo, Luigi; Bolchini, Davide; Paolini, Paolo; Di Blas, Nicoletta. [\*Beyond Findability Search-Enhanced Information Architecture for Content-Intensive Rich Internet Applications\*](#). *Journal Of Information Architecture*, 2 (1). [Consulta: juny 2018].
- Zenith (2018). [\*Media Consumption Forecasts 2018\*](#). [Consulta: juny 2018]. [Nota: l'informe és de pagament].