

# Es compleix més o menys el guió previst

Per fi, els darrers mesos s'han engegat les iniciatives que han de portar a una profunda transformació dels sistemes comunicatius de Catalunya i d'Espanya, en paral·lel al què succeeix arreu dels països occidentals. Sense massa ensurts, les accions de les autoritats polítiques i dels agents privats condueixen a una modificació espectacular del mapa mediàtic, en el qual la televisió digital terrestre (TDT) és l'element més espectacular i sobre el qual pivoten moltes de les expectatives i decisions, però no és l'únic important. Les noves cadenes de televisió en obert, la consolidació dels gratuïts i d'internet com a mitjans de comunicació de masses, l'evolució de les audiències de ràdio i televisió, la recuperació publicitària, el desenvolupament de les noves lleis sobre l'audiovisual i l'assignació de canals de tot tipus, tot segueix el guió; fins i tot la sentència favorable a la COPE sobre el concurs de ràdio FM de la Generalitat convergent de 1999.

L'estrella informativa indiscutible de l'any és la TDT, un camí sense retorn que per força sortirà bé: l'apagada analògica té data i hora i tots els agents del sector s'hi han hagut d'adaptar. Per tant, d'aquí a tres anys ja no se'n parlarà. Però pel camí és previsible que quedin cadàvers, cossos desfigurats i també vencedors. De moment, i amb la lliçó apresada (desitgem) del primer intent de TDT sota el govern PP, des d'Espa-



Joan Corbella

**L'oferta dels grups televisius ha estat uns canals de molt baix cost, que difícilment poden resultar atractius si no se'ls aplica una dotació pressupostària més adequada. Quins d'ells quedaran d'aquí a tres anys està per veure.**

nya la consigna ha estat assegurar el tret: s'han adjudicat els canals als actuals protagonistes del mitjà amb el compromís que faran esforços per accelerar la migració de la població al digital, a canvi de no obrir el camp a nous jugadors, o quasi. Una diferència significativa amb el que s'ha fet a França, per exemple.

La resposta, passats els primers dies, és francament decebedora: l'oferta dels grups televisius privats i públics han estat uns canals de molt baix cost, que difícilment poden resultar atractius si no se'ls aplica una dotació pressupostària més adequada. Quins d'ells quedaran d'aquí a tres anys està per veure, i només els empresaris arriscats o amb molta visió de futur se'n sortiran, ja que la TDT potser arriba tard: la fusió dels principals operadors de cable de pagament a Espanya (Ono i Auna) fa que aquest suport pugui arribar a ser competitiu, però també hi ha la

televisió per ADSL (Imagenio comença a notar-se, com els seus equivalents en altres països) i el vídeo a la carta (*video on demand, VOD*) treu el nas a l'espera de la seva oportunitat, que serà aviat. Tot això, combinat amb els enregistadors digitals de televisió, permetrà deixar ben aviat el concepte de programació televisiva als annals de la història del mitjà.

Des de Catalunya, en aquest escenari TDT essencialment dirigit des del govern de Madrid, hi ha algunes coses a assenyalar. En primer lloc, la determinació de la Generalitat a intentar fer les coses bé, amb el mínim de danys possibles. Per això, a l'espera de com gestionarà el grup Godó els seus canals d'abast nacional (han d'engegar ja) concedits pel govern convergent, els responsables polítics han buscat les màximes cauteles per assegurar una televisió local pública i privada amb garanties de qualitat. Però aquí hi ha l'altre escull: hi ha poques possibilitats que empreses catalanes s'aventurin a liderar la TDT local, ja que són comptades les que poden tenir la capacitat econòmica suficient per afrontar la jugada. El resultat podria ser que els grans grups espanyols (Prisa, Vocento, sobretot) encapçalin la nova televisió local, amb socis minoritaris d'aquí.

D'altra banda, destaca el paper motor i promotor de la televisió pública catalana (TVC) per activar el desplegament de la TDT. Però els seus recursos econòmics no són molt alts, tot i haver recorregut a l'augment de l'aportació de diner públic, tal i com Joan Majó ha demanat a la Generalitat per al 2006. Les televisions públiques a tot Europa passen dificultats i s'estan reubicant en l'escenari audiovisual competitiu, però a Catalunya no són les empreses privades del país els seus competidors, sinó empreses molt poderoses de l'espai comunicatiu espanyol. Aquí rau el principal perill per al futur.

## ELS AGENTS DE LA TELEVISIÓ ES MOUEN

Mentrestant, el Govern espanyol no ha dubtat a modificar l'*statu quo* televisiu convencional. Ha acceptat la conversió de Canal+ en la gratuïta Cuatro, a la qual ha seguit l'operació de Prisa per integrar una Sogecable més o menys redreçada econòmicament (si més no sobre els balanços), i l'operació *La Sexta*, colada enmig del pacte amb els altres operadors privats per la TDT i la reestructuració de RTVE, anunciant una reducció de la seva capacitat de recaptació publicitària.

L'operació *Cuatro*, de moment, ha generat alguns damnificats: la pròpia Sogecable, amb uns resultats mediocres en l'audiència dels seus inicis, però també Telecinco, que ha perdut el lideratge del mercat

**Joan Corbella**  
és professor del  
Departament de  
Periodisme i  
Comunicació  
Audiovisual de la UPF

en favor d'Antena 3, les autonòmiques més o menys *progressistes* com TV3 i els canals temàtics de pagament. A canvi, el grup PRISA diversificarà el risc i les fonts d'ingressos amb la integració de Sogecable, a més d'ampliar les seves inversions a l'estranger: amplia la participació a *Le Monde* i entra a la televisió privada de Portugal.

També l'operació *La Sexta* deixa i deixarà d'altres damnificats. Al davant d'aquest nou canal analògic operatiu abans de l'estiu de 2006 (i amb drets a TDT) hi ha

## L'operació *Cuatro* ha generat damnificats: la pròpia Sogecable, amb uns resultats mediocres en l'audiència, però també Telecinco, que ha perdut el lideratge en favor d'Antena 3, les autonòmiques més o menys *progressistes* com TV3 i els canals temàtics de pagament.

l'imperi mexicà Televisa i un seguit de productores, obert encara a incorporar d'altres socis. Mediapro i Globomedia, que esperen l'autorització per fusionar-se, porten la veu cantant, tot i que ja han deixat clar que seguiran servint productes als seus nous competidors (que ho veuen amb recel). Entre els damnificats potencials hi ha l'espai comunicatiu català: Mediapro tindrà capacitat suficient per ser un agent clau del paisatge català? (Té un pacte per fer alguns dels canals de Godó en la TDT nacional). També –potencialment– Antena 3 i TVE, si *La Sexta* té un mínim d'èxit amb la seva proposta de televisió familiar. Però el principal perjudicat del moment és el grup Zeta: l'editorial que va publicar *El Periódico* arran de la concessió de *La Sexta* explicitava una amargor i contrarietat per haver-se quedat sense la possibilitat de liderar la nova cadena privada només comparable a la que va manifestar quan l'any 1989 va perdre el concurs de les primeres televisions privades, en mans del govern socialista de Felipe González.

Amb tot, hi ha encara un escenari de futur a tenir en compte: els guanyadors d'avui, ho seran també a mig termini? Les televisions privades van tenir uns resultats el 2004 molt bons, i els de 2005 es preveuen immillorables, per l'augment espectacular de la publicitat. Però els experts preveuen que això ja no tornarà a passar, i les dades de 2006 ja no seran tan bones: la publicitat ja no seguirà creixent amb dos dígits, els altres mitjans apreten de valent, la competència és cada vegada més grans dins del mitjà i l'actuació interna sobre la reducció de costos ja no pot donar molt més joc. A banda de les públiques, amb una crisi que s'arrossega de fa anys, les privades ja han tastat el xarop: fins que es va materialitzar el canal *Cuatro*, les accions d'Antena 3 i Telecinco van baixar en borsa. Després s'han recuperat, quan s'ha vist que l'enemic no ho era tant, però queda com a avís del que pot passar aviat. I és que, com als EUA, no hi ha mercat per a tots: quedaran algunes generalistes amb recursos suficients perquè mantin-

dran una audiència potent, però la resta s'haurà de repartir les engrunes del pastís publicitari televisiu de poc més de 3.000 milions d'euros a Espanya.

## ELS CANVIS EN LA REGULACIÓ

Per facilitar la vida als agents privats de la televisió, però, hi ha les actuacions de les autoritats públiques. La pressió de les empreses, disfressada d'impossibilitat de parar l'evolució tecnològica i cultural, ha portat la Unió Europea a relaxar les normes publicitàries de la televisió. A mitjans de desembre, la Comissió ha aprovat la reforma de la directiva Televisió sense Fronteres, que haurà de passar el filtre de l'Europarlament i dels 25 països abans de ser incorporada per força a la legislació dels estats membres. La reforma, que les cadenes privades consideren insuficient, advoca per reduir les restriccions publicitàries a la televisió convencional (la que es basa en una programació) quant a temps i intervals, acceptar noves fórmules publicitàries i sobretot autoritzar amb pocs refinaments l'emplaçament de productes en els programes (excepte infantils i informatius), una tècnica amb futur davant de la pèrdua d'eficàcia dels anuncis convencionals. A més, estableix que aquestes normes no siguin aplicables a la televisió per altres canals tècnics (descàrregues, internet, mòbil, etc.), amb la qual cosa facilita la seva implantació.

El regal europeu s'arrodona a Espanya amb l'acceptació que RTVE reduirà el seu temps per a publicitat, per facilitar l'existència dels nous i vells canals privats. El perill, des de Catalunya, és si aquesta norma s'acaba imposant a totes les públiques de l'Estat.

Aquesta mesura s'emmarca en el projecte de revisió de l'estatut de RTVE, que després dels retards s'anuncia ara per a l'estiu de 2006. Abans, però, caldrà resoldre els problemes econòmics i de projecte de TVE, a la qual cosa ja s'hi ha abocat el Govern espanyol. Es parla de reduir la plantilla i definir millor l'encàrrec de servei públic. Ningú no diu, però, que és una de les plantilles més reduïdes de totes les televisions públiques dels grans països europeus: el

## L'editorial d'*El Periódico* arran de la concessió de *La Sexta* explicitava una amargor i contrarietat només comparable a la que va manifestar quan l'any 1989 va perdre el concurs de les primeres televisions privades.

discurs habitual s'entesta a fer comparacions amb les dels canals privats espanyols, ajudat per una premsa amb clars interessos sobre el mitjà.

Mentrestant a Catalunya estem a punt de tirar endavant per fi la Llei de l'Audiovisual (quan el lector/a llegeixi aquesta crònica, previsiblement ja s'haurà aprovat), després de l'amenaça del PP de portar el text a revisió jurídica i endarrerir-la un parell de mesos més. En línia amb el projecte equivalent espa-

nyol, la principal novetat pot ser l'eliminació de la consideració de servei públic a tota la televisió, per reduir-la només als mitjans de gestió pública. Pel que fa a l'altre llei fonamental, la que ha de revisar la regulació de la CCRTV, es mantenen els esculls de sempre, sobretot la discrepància sobre la formació i funcions del consell d'administració. Per tant, el calendari de reforma de la televisió pública catalana és encara incert, malgrat la urgència d'emprendre-la.

## ELS ALTRES MITJANS

Més enllà de la televisió, però, hi ha vida mediàtica, i la premsa i la ràdio també aporten notícies, algunes més bones i altres no tant.

## Les televisions privades van tenir uns resultats el 2004 molt bons, i els de 2005 es preveuen immillorables. Però els experts preveuen que això ja no tornarà a passar, i les dades de 2006 ja no seran tan bones: la publicitat no seguirà creixent amb dos dígits.

A la premsa, s'ha de recollir aquí la informació que circula, de l'interès de diverses empreses d'abast català i d'abast espanyol per comprar el diari *Regió7*. Caldrà esperar les negociacions per veure si i com fructifiquen, i si després els arriba el torn a d'altres diaris locals encara d'empreses independents dels grups. En canvi, és una realitat ja imminent l'aparició d'un nou diari gratuït (amb el nom d'*ADN*) que vol revolucionar el sector. De la mà del qui fou home fort del grup Zeta, i amb el suport de Planeta i alguns grups editors regionals d'Espanya, pretén oferir una publicació amb més pàgines i una agenda temàtica comparable a la dels diaris de referència.

Si ho compleix, pot fer furor ràpidament, a la vista dels competidors i de la crisi que travessen els diaris de pagament. Malgrat el darrer informe triomfalista de la patronal AEDE, que destaca el *rècord* de 2004, mesurat en termes de difusió controlada per l'OJD, l'augment dels beneficis del conjunt de diaris espanyols, i el creixement de l'audiència global segons l'Estudi General de Mitjans (EGM), hi ha la percepció universal que el negoci dels diaris no va bé. Si no fos per l'impacte de les promocions i mecanismes de venda en bloc, difícilment el paisatge seria diferent dels que travessen els altres països: crisi dels diaris, nul·la incorporació dels joves com a lectors i inevitabilitat de la integració de la difusió per internet com a via de futur imprescindible. A més, les darreres dades d'OJD per als diaris de Catalunya no són favorables per a la majoria, mentre que els diaris d'abast estatal es defensen molt millor.

Pel que fa a la ràdio, des de Catalunya hem de consignar la materialització del desmantellament progressiu d'Ona Catalana, amb un repartiment de les emissores per les cadenes de la SER, semblant al qual es

produí quan la fusió entre SER i Antena 3 Ràdio. La pèrdua d'un soci mediàtic com el grup Zeta, que li aportava promoció, va marcar l'inici de la fi, deixant el grup Godó amb Rac1/Rac105 com a guanyador entre les propostes noves sorgides del concurs d'emissores de FM de 1999. D'aquell concurs, a més, n'ha sortit triomfant la COPE, que sis anys després veu reconeguts pels tribunals el seu dret a mantenir les emissores que llavors va perdre.

Pel que fa a les audiències de la nova temporada, poca novetat es pot oferir amb el darrer EGM de 2005. Com era previst, Catalunya Ràdio manté el seu lideratge sense problemes, malgrat els cants de sirenes i les campanyes destructives que ha sofert, i que han beneficiat RAC1 més que ningú. La proposta radiofònica del grup Godó, coherent i tranquil·lament ambiciosa, segueix avançant i se situa en tercer lloc, sense inquietar la ràdio pública nacional ni la SER. Per sota, les altres cadenes privades i públiques espanyoles, però ja a molta distància tot i el soroll sobre una COPE que a Espanya aglutina els oients que busquen empara en la veu conservadora i escandalosa. La resta de la ràdio catalana perd o manté posicions, ben lluny de totes les anteriors.

## ESCENARI INTERNACIONAL

Moltes coses es podrien consignar aquí de l'escena internacional, però no hi caben totes. Per això, destaquem com a fets més rellevants, pel que tenen d'indici, la fusió dels principals operadors de cable al Regne Unit i l'inici de les converses per a la fusió de les plataformes digitals per satèl·lit a França. Una i altra s'han de situar en el context de l'amenaça dels operadors de telecomunicacions per apoderar-se, després del fracàs dels anys noranta, de la televisió en les seves noves fórmules (video a la carta, descàrregues).

Per això no és d'estranyar que a Espanya s'hagi resolt per fi la fusió dels operadors de cable, com ho van fer abans els de satèl·lit. I és d'agrair que a Catalunya hagi sorgit una iniciativa reclamant més presència del català a la televisió per cable (que lluny queden les polítiques que es discutien fa deu anys sobre la impor-

## Malgrat el darrer informe triomfalista de la patronal AEDE, que destaca el rècord del 2004 en difusió, l'augment dels beneficis dels diaris espanyols, i el creixement de l'audiència, hi ha la percepció universal que el negoci no va bé.

tància estratègica que Catalunya tingués capacitat d'intervenció sobre el sector).

Més coses. A França es mostren preocupats per l'entrada massiva i inevitable de canals de televisió dels EUA a les plataformes de pagament, paral·lela a l'interès dels empresaris d'aquella banda de l'Atlàntic (Liberty, sobretot) per controlar les xarxes de cable europees.