

TDT, fragmentació d'audiències i d'experiència col·lectiva?

L'arribada de Cuatro (i aviat de la Sexta) oportunament autoritzades abans de l'apagada analògica per poder situar en el taulell de les generalistes dues noves ofertes, ens mantenia esperançats. El Grup Prisa no tenia fins ara una plataforma de televisió en obert. Per tant, Cuatro significava una oportunitat d'innovació, de risc, amb l'experiència acumulada de negoci de les televisions privades ja existents a escala estatal –Telecinco i A3TV– que havia de suposar per a la resta d'operadors, sobretot els qui juguen la cursa de la competitivitat directa, una amenaça als seus lideratges, ara l'un ara l'altre, repartits alternativament en funció de la fortuna de les sèries de ficcions i els resultats dels formats de tele-realitats d'uns més que d'altres. De moment, Cuatro ha aterrat amb poques sorpreses. Cal tenir en compte, però, que la cursa de la televisió, contràriament al què marquen els audímetres, és de llarg recorregut, més encara per a un grup mediàtic com Prisa que emprèn aquest camí en un moment en què els beneficis econòmics produïts pels dos vaixells més consolidats, *El País* i *Ser*, són remarcables. A més, l'última onada de l'Estudi General de Mitjans indica que Prisa pot assumir canvis rotunds amb èxit com les substitucions en les franges matinals de ràdio, amb magnífics resultats tant de Carles Francino com d'Àngels Barceló, sense que trontolli res. Per tant, el grup Prisa es pot permetre el luxe d'anar a poc a poc, perquè com a grup mediàtic de comunicació a nivell d'Estat navega en solitari i a distància dels altres, de moment. Però l'arribada de Cuatro fa més evident encara la fragmentació de les audiències, que s'intensificarà amb la Sexta i un cop es produï-



Mònica Terribas

informatius de les televisions generalistes. ¿Tindrà sentit donar als informatius el pes estructural de graella que tenen ara quan els espectadors tenen ja i tindran canals 24 hores de notícies on es repeteixen continuament els continguts dels seus espais d'informació? És possible que la resposta en comportament d'audiència a aquesta pregunta faci variar algunes estratègies que fins ara semblaven intocables i que calgui una reestructuració de les programacions en els seus *prime-time*. Però la clau de la incorporació de desenes de canals, al marge de la riquesa o no de l'oferta, la repetició o no de continguts que es puguin produir, és què compartiran els espectadors del món que els arriba a través de la televisió. Es mantindrà, realment, aquest mitjà de co-

¿Tindrà sentit donar als informatius el pes estructural de graella que tenen ara quan els espectadors tenen ja i tindran canals 24 hores de notícies on es repeteixen continuament els continguts dels seus espais d'informació?

municació com a creador de referents col·lectius? Com a vertebrador social? Tindrà sentit mantenir la televisió com aquell mitjà a través del qual s'articulen els grans missatges socials i polítics a la ciutadania? Les cadenes generalistes continuaran jugant el rol de ser pal de paller o hauran de saber barrejar-se en un cúmul d'ofertes més o menys especialitzades?

Als Estats Units, l'oligòpoli que conformen les grans cadenes de televisió ha mantingut, malgrat les ofertes múltiples que arriben pel cable, el seu predomini sobre el mercat i sobre l'oferta. Però allà, les grans cadenes van ser les que van forjar ja un sistema de mitjans de comunicació radiofònics primer, televisius després, que ancorats en una estructura de xarxa, van convertir-se ja des de l'inici, en els monstres indiscutibles d'un mercat de quatre o cinc boques. Aquí, la consolidació de la multioferta de les generalistes és molt jove. No fa ni dues dècades que conviuen televisions privades i públiques. A més, aquesta incorporació ha anat acompanyada de l'enfortiment de la xarxa de televisions locals i la irrupció dels fenòmens de consum de proximitat que han contribuït, encara més, a diversificar els públics. A d'altres països europeus on les televisions públiques van compartir de seguida espai amb les privades l'evolució és diferent, però a l'Estat espanyol vam haver d'esperar

La cursa de la televisió, contràriament al què marquen els audímetres, és de llarg recorregut, més encara per a un grup com Prisa que emprèn aquest camí en un moment en què els beneficis produïts pels dos vaixells més consolidats, *El País* i *Ser*, són remarcables.

xi l'apagada analògica i ens despertem amb la TDT amb desenes de canals. Què passarà?

La fragmentació i diversificació d'ofertes té aspectes que poden resultar positius: cadascú tindrà opció de tenir més el què s'ajusti a les seves preferències i a les hores en què ho vulgui o ho pugui consumir. Això planteja, ja d'entrada, alguna incògnita com per exemple si la informació a través dels canals 24 hores mantindrà intacte la fidelitat als grans

Mònica Terribas
és periodista
i professora titular
dels Estudis de
Periodisme (UPF)

a la mort de Franco també per democratitzar l'oferta televisiva, primer amb l'aparició de les autonòmiques el 1983 i després amb l'aparició de tres cadenes privades, una de les quals en tancat, el 1989. Per tant, fa quatre dies que sabem què és la competència televisiva i hem viscut de manera accelerada un procés també de creixement industrial i de producció de continguts que altres països han pogut experimentar amb menys precipitació i que ara afronten les fragmentacions d'audiències amb la solera d'ofertes i *know hows* de formats molt consolidats.

A més a més, un altre factor que pot influir en la pèrdua de pes específic de l'experiència televisiva en la vertebració social i la consciència de col·lectivitat és que la irrupció –però sobretot la consolidació– de la TDT coincidirà amb la maduresa d'edat d'una audiència que ja ha crescut amb internet i amb altres alternatives d'oci i que no s'ha fet gran amb aquestes cadenes que ara encara dominen el nostre univers referencial. Valdrà la pena veure si amb l'arribada de la TDT sobreviu l'experiència col·lectiva, el compartir continguts, el considerar la televisió com un univers que permet a persones sentir-se part d'una col·lectivitat o si, d'altra banda, cada vegada es converteix més en un recurs pràctic on anem a buscar, com a les neveres, allò que necessitem per calmar la gana. Els grans àpats familiars on totes les persones que viuen en un mateix habitatge es troben al voltant d'una

taula i comparteixen converses són escassos perquè els horaris no coincideixen. Això mateix pot passar, de fet passa ja, en el comportament d'oci dels joves, amb l'ús d'aquest electrodomèstic que és la televisió. Com les neveres, les televisions proveiran del què toqui a cada moment i aquella tertúlia d'aquell programa emblemàtic o aquell documental imprescindible

Un altre factor que pot influir en la pèrdua de pes específic de l'experiència televisiva en la vertebració social és que la consolidació de la TDT coincidirà amb la maduresa d'edat d'una audiència que ja ha crescut amb internet i amb d'altres alternatives d'oci.

podrien arribar a convertir-se en una excepcionalitat com el dinar de Nadal o Cap d'Any. Llestos com són els polítics i el Rei, mantindran el seu missatge institucional per aquestes dates que seran, potser, les úniques en què a tots els canals repetiran aquell minut de reflexions col·lectives tan necessàries per afrontar els reptes de futur entre la repetició de *Les Sandàlies del Pescador* i *Quo Vadis*.

grup

naciodigital.com

estem fent
premsa digital
en català

SCG Aquitània SL
empresa d'Internet creada el 1995

naciodigital.com

diariforestal.com

osona.com

vallesoriental.com

elripolles.info

blocdefotos.com

emercat.com

osonatanga.com