

ALLÀ LA VOLIEN FOLKLÒRICA, ACÍ L'HAN FET MODERNA

## La línia europea

«Unà televisió de penetració directa, que busca la màxima audiència». Aquesta és la definició que fa de la TV3 el seu director, Enric Canals. Hem volgut seguir el model que la identifica i els mètodes de treball i els programes que li donen més popularitat.

Elisa Galangau

**T**V3 és una televisió jove, competitiva, agressiva i moderna. Això ho comparteix molta gent i ens ho diu el seu director, Enric Canals, que té trenta-tres anys. «L'edat de Cristo», comenta rialler, mentre un telèfon blanc i un altre de vermell no paren de sonar. No és un executiu agressiu. S'ha trobat fent el paper i el compagina com pot amb la seva imatge de sant baró i la seva alçada de sant Pau.

Des de la finestra del seu despatx, a les noves instal·lacions de Sant Joan Despí, es veu el flux continuat i ràpid de l'autopista. Aquest és el paisatge dels que fan TV3, cotxes i més cotxes entrant i sortint de la gran ciutat.

En aquest nou edifici, tot de vidre, és inevitable veure les màquines treballar per enllestir-ho tot al mes de maig, el mes que l'edifici s'ha d'estrenar amb tots els honors. Ara només hi ha pols. Enric Canals assegura que el dia X la gespa haurà crescut. I, com que fa d'executiu, tot i ser un periodista jove, segur que la gespa humida farà de catifa als qui vagin a tallar la cinta inaugural. No hi ha cap dubte, són molts reptes aconseguits. I, si no, que ho preguntin a tots els espectadors, que tenen les informacions puntuals, malgrat ells. Ells són els de TVE, els qui diuen que TV3 és una televisió pirata a mig Europa i Europa sencera. I fins i tot algun agosarat de prop del Manzanares, fent malabarismes amb la tècnica, se'ls mira amb un somriure malèvol, mentre veu plàcidament el millor futbol, el Barça-Juve.

### Penetració directa

«TV3 —ens comenta el seu director— és una televisió que va néixer quan s'apuntaven les televisions privades i s'anunciava la fi del monopoli de la televisió estatal, creat en els pitjors moments de la dictadura franquista i que va ser sostingut per aquest règim. Va ser un moment dolç, on tota novetat va tenir acceptació.



«Àngel Casas Show», dels de més audiència...

Vam fer una televisió de penetració directa, per buscar la màxima audiència. Paral·lelament, vam definir TV3 com una televisió informativa, amb uns espais àgils, dinàmics i competitius amb TVE, per guanyar-la amb audiència. Dos anys i dos mesos després, veiem amb satisfacció que hem aconseguit l'objectiu. Actualment hi ha un 47 per cent d'audiència acumulada».

L'audiència acumulada vol dir exactament que quasi la meitat del país veu la televisió catalana un mínim de mitja hora al dia. Una enquesta sobre el consum cultural, que ha sorprès per posar sobre la taula l'evidència que la televisió acapara el lleure dels catalans, ha donat com a resultat que un 63 per cent dels joves entre 15 i 24 anys només sintonitza TV3.

### Els gols de TV3

Diuen que el rei, durant la seva visita a Barcelona, va comentar a Joan Granados en un esmorzar d'amics al Club Marítim com s'ho podia fer per veure TV3 des de la Zarzuela. Aquests comentaris poden ben bé estar fonamentats en el dia que TVE deia que els reis arribarien a Moscou i TV3 ja havia passat les imatges en di-

recte, deixant perplex tot Torre Espana. I és que, com diu Enric Canals, «nosaltres no tenim la voluntat de quedar-nos tancats en l'àmbit català i volem ser considerats com una televisió d'un país de sis milions d'habitants que té relació amb totes les televisions del món, inclosa —si ho volen— RTVE. En aquest sentit, l'experiència de retransmetre el partit Barça-Juve a 300 milions de persones ha estat un primer pas».

### Obrir-se al món

«Hi ha un element important, TV3 no ha volgut fer una televisió antropològica, sinó competitiva, i en aquest sentit fa una informació en la línia de les cadenes europees —afirma Enric Canals—. Tenim algunes dificultats motivades per TVE de cara a la integració amb la resta de televisions europees. Per això, les nostres informacions de l'extranger passen per un acord amb la TV francesa, que ens permet de connectar amb tota la xarxa internacional. Les imatges d'agència, les rebem a París, com també les altres obtingudes amb acords unilaterals o les que tenim per cobertura pròpia. A París tenim una delegació amb sis persones, que, a més de cobrir la informació francesa, coordinen aquesta tasca. Així, és més fàcil connectar en directe amb tot el món que amb la resta de l'estat».

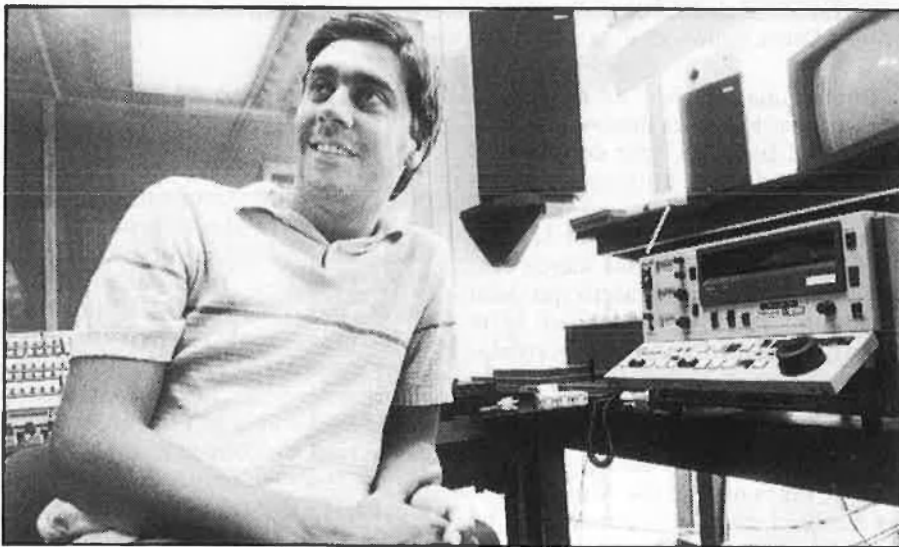
A la redacció hi ha calma aparent. Mitja plantilla fa vacances, és setmana santa. Libia fa anar de cap el personal. Tot i així, August Puigarnau deixa el món uns minuts per explicar-nos amb detall que vol dir ser oberts al món: «La informació internacional de TV3 ha trencat alguns esquemes de la que es fa des de Madrid. És evident

que s'han obert unes expectatives professionals en aquest terreny, però sobretot hi ha un fet remarcable: fer la informació del món des d'una perspectiva catalana. Catalunya és un país que té uns interessos clars cap a Europa i uns altres cap al nord d'Àfrica, perquè som un país mediterrani. Això fa que, per la nostra situació, les informacions d'Europa tinguin més prioritat que les d'Amèrica Llatina, que ens queden mes llunyanes, la qual cosa no vol dir que les oblidem, sinó que tenim en compte l'interès que poden generar en el nostre país».

A part dels Telenotícies, TV3 té un espai de reportatges —«30 minuts»— que dirigeix Joan Salvat i que en dedica cada setmana un a Catalunya i un a internacional. Joan Salvat explica que, sobretot, es basen en material propi i que la temàtica no està estrictament lligada a l'actualitat de la setmana, ja que així poden aprofundir més en els temes. A través de l'espai «30 minuts», TV3 està vinculada des setembre passat a l'organització Internacional Interomag, que agrupa vint-i-tres televisions del món (Europa, Canadà i EUA), que tenen l'acord d'intercanviar-se material

l'espectacular informació sobre la Sida a l'Àfrica, i també hi ha oberta la possibilitat de fer coproduccions.

L'equilibri a l'hora de la programació sembla haver estat una de les claus de la televisió de Catalunya. A part una política clara d'informatius, s'ha cobert tot el ventall d'interessos de



Cares conegudes dels telenotícies de la TV3.

útil. Això provoca una forta interrelació i, per ara, és cert que TV3 ha venut més que no ha comprat. Un reportatge sobre la boda gitana, on s'explicava en detall el rite de la virginitat assegurada, ha estat venut a nou televisions europees. També s'han venut uns quinze reportatges més, des d'un de la *Jet Set* a Marbella fins al dedicat a Sendero Luminoso del Perú, que ha comprat la BBC.

També a partir d'aquest acord els espectadors de TV3 han vist filmacions fetes per altres televisions, com

l'audiència. Des de l'èxit de sèries prou conegudes com «Dallas» fins a l'avantguardista programa «Arsenal», cada ciutadà de Catalunya pot trobar el seu espai. Això potser és el que fa dir amb contundència al director de TV3: «No hem anat a fer una televisió catalanista —entre cometes— sinó a fer una bona televisió amb bons informatius i bons programes. Estic convençut que hi ha un espectre de gent que veu TV3, malgrat ser en català, perquè la programació és del seu interès. I tot i així, es pot dir

que al mateix temps hi ha molta gent que aprèn català mirant TV3».

El primer impacte de TV3 van ser el seus telenotícies, que sortien amb una imatge totalment diferent i innovadora, sense vicis. Els seus conductors van ser els primers a ocupar el *ranking* de popularitat: Maria Gorgues i Enric Calpena van ser i són els encarregats de donar el to seriós i una mica elegant a l'informatiu del vespre. Al migdia, Salvador Alsius, acompanyat de Mònica Huguet i ara d'Àngels Barceló, donen el to més amistós i proper, adient per fer la digestió amb calma. Tots dos espais, acompanyats pels homes del temps, que són els conductors més famosos de TV3. Realment, han aconseguit tornar-se familiars i fins tot reben trucades d'espectadors preocupats personalment per ells.

Un dels programes més premiats de TV3 ha estat l'espai «Curar-se en salut», dirigit per Josep del Hoyo i que tracta tot tipus de qüestions relacionades amb la medicina i la sanitat, i es fonamentalment divulgatiu. Igualment destaca «Àngel Casas Show», un dels programes, també, que des dels inicis va acaparar l'interès del públic.

En el camp dels concursos, «Vostè Jutja» està assolint un alt grau de popularitat i, sobretot, de penetració. El *savoir faire* de Josep M. Puyal, acompanyat per l'interès que susciten els temes de debat, fan que de dissabte en dissabte els àpats familiars s'hagin convertit en fòrums de discussió.

### Un estrany esperit contra la burocràcia

La tecnologia i el disseny han estat claus a l'hora de donar la imatge de modernitat. La implantació de la càmera Betacam, en el país on fins fa dos anys veure fer una filmació televisiva era veure un joc de dos cossos connectats per un cable, ha representat una gran novetat, que ha revertit en una més gran agilitat i ha aconseguit millor rendibilitat.

Un altre factor que destaca Enric Canals és el de la joventut de la plantilla, «que s'ha identificat amb el projecte de fer una televisió diferent. Hi ha un esperit que fa que la gent que treballa a TV3 estigui disposada a col·laborar». Per últim, Enric Canals no es pot estar de fer una valoració de la situació econòmica. «Actualment només se'ns subvenciona en un 27,6 per cent. S'ha potenciat la vessant comercial al màxim i l'any 1985 es va fer una recaptació publicitària de 4.000 milions». □