

enamorament sobtat, d'una força increïble, amb una jove que va conèixer en una festa, i que l'ha conduït a un procés de divorci, i a una disputa sobre el paquet d'accions que **Jesús Polanco**, per motius fiscals, havia posat al nom de la seua esposa. Si la seua dona decideix no vendre-li les seues accions, l'accionista majoritari podria passar a ser **Ramón Mendoza**, president del Real Madrid.



J. L. Cebrián: el seu diari ha estat l'escola d'«El Globo».

Amb la iniciativa de **Punset**, va nàixer *El Independiente*, una revista amb aparença de diari anglès, amb llargs articles sobre temes transcendents, i amb un gir al romàntic, i sobretot barat, blanc i negre, enfront de l'explosiu colorit de les altres revistes, i que, de moment, ha fet el seu petit grup de lectors de la important part que compra *El País*, mossegant lleument el pastís amb què somia *El Globo*.

Un projecte renovador

El Globo és, sobretot, un projecte renovador. Els seus responsables pensen col·locar en el mercat una revista de format petit, un paper distint i un tractament informatiu menys alegre que el dels actuals setmanaris. Serà, afirmen aquests responsables, un producte semblant al *Triunfo* dels temps gloriosos o al *Cambio 16* de la primera època, només amb un vernís de modernitat. Tanmateix, els directors del projecte duen el tema amb un secret que ha convertit la discreció en una obsessió quasi policial. Això no ha impedit que els responsables dels altres setmanaris hagen sabut moure les seues peces i hagen aconseguit, sorprenentment, els números zero de la revista d'*El País*. Així, setmanes abans de la data prevista de l'eixida del nou setmanari, les altres revistes han incorporat algunes millores per tractar de guanyar rigor i serietat en la publicació.

Ahora, *El Globo* és un projecte, si més no, d'entrada, poc perillós. És més, les males llengües diuen que la raó última per a engegar la revista no ha estat tant la d'alimentar la presència del poderós grup editorial en l'opinió pública espanyola, sinó per fer entrar al mercat un suport que permeta posar en circulació l'enorme quantitat de

publicitat i, per tant, de diners, que el diari *El País* ha de rebutjar cada dia per falta d'espai físic en les planes.

En qualsevol cas, *El Globo* ha de donar molta importància a la informació internacional i a la seua anàlisi, com cap altra publicació espanyola ho fa en aquests moments. Faran, a més, molt de periodisme d'opinió, incorporant el punt de vista

del narrador d'una manera explícita als reportatges, i intentaran posar davant els lectors, sense insistir en elements d'escàndol, la realitat marginal de la societat espanyola. A la manera del suplement que *El País* trau en les seues pàgines cada diumenge i que ha estat tota una escola per a *El Globo*, la revista vol introduir en el mercat un periodisme amb una marca de prestigi en uns moments en què sembla dur-se més certa dosi de frivolitat en la informació, fenomen no exclusivament espanyol.

Amb tot, la batalla entorn de la in-

formació setmanal no és més que un episodi de la guerra de la informació el punt àlgid de la qual serà en els pròxims mesos la sorda lluita per guanyar-se un lloc en el cel de les televisions privades.

L'actual batalla pels setmanaris s'entendrà d'una manera immediata a les grans cadenes de ràdio, sobretot després de l'ofensiva del grup Prisa per convertir la Ser, comprada ja fa alguns mesos, en un apèndix de les maneres i els conceptes informatius d'*El País*. Aquest procés, a més de provocar un fort malestar entre els treballadors de la prestigiosa cadena de ràdio, obliga ja les altres cadenes privades, Cope i Antena 3, a reforçar els espais informatius i a realitzar fitxatges cada vegada més espectaculars i cada vegada més cars, reduint, en canvi, costos a base dels baixos salaris que paguen en concepte de col·laboradors, becaris o contractats en pràctiques.

En qualsevol cas, *El Globo* ix d'ací a poc i l'empresa, Prisa, que amb *El País* s'ha convertit en un símbol de modernitat, progressisme, saber fer i espill de tantes avantguardes, haurà de demostrar que l'expectació és justificada. Cal no oblidar que en altres projectes, com en el de Ràdio El País, s'han trobat amb un fracàs estrepitos. □

«ELS MITJANS SÓN INDEPENDENTS PERQUÈ TENEN LA CAPACITAT ECONÒMICA DE SER-HO»

Eugenio Galdón, cap d'un imperi d'ones

Director de la major empresa privada de radiodifusió de l'estat, la cadena SER, Eugenio Galdón du entre mans la modernització del que és a hores d'ara la part del lleó del holding Prisa.

E. Sòria

Eugenio Galdón és director de la Cadena SER —90 emissores, 55 anys de sintonia, audiències multimilionàries i centenars de treballadors— des de l'any 85, any en què el grup Prisa, format a partir del periòdic *El País*, passa a controlar-ne la majoria de les accions. A més, és president de l'Associació General de Radiodifusió Pri-



Eugenio Galdón, la part del lleó.

vada. Maneja, doncs, informació, a tongades i de primera mà. I també la genera, amb discreció però sense recança. Té aspecte d'executiu jove, llest, civilitzat i difícilment combustible. Parla amb velocitat i abundància, però no s'esvara un pèl. Sap posar un gra de sal o seguir una broma quan toca. No defuig cap qüestió i no s'hi xafa els dits. Creu que la SER té ben conquistat el dret a l'ambició i defensa, és clar, la propietat privada. S'estima l'eficàcia, però amb classe. L'èxit l'acompanya. Acaba de presentar el nou director de Ràdio-València, Luis María Landaluce, als mitjans propis i aliens. El pes de 24 hores de radiomania no li ha gelat, gens, el somriure.

—Comencem per un tema inevitable, senyor Galdón. Vostè ha declarat més d'una vegada que l'actual projecte de televisió privada és poc menys que inviable. ¿Ens ho voldria detallar una mica?

—Sense dubte. Jo no sóc qui per dir si és inviable o no, si ho enunciem així. El que he manifestat és una opinió absolutament personal: crec que el projecte inclou moltíssims defectes i en detallaré tres: el projecte és intervencionista a fons. Ho és en els aspectes tècnics, n'impedeix molts, quant a la instal·lació, que entenc que caldria deixar-los al lliure arbitri dels operadors, i ens introdueix en una estructura de costos, que és la de l'ens públic, d'una eficàcia dubtosa des del punt de vista econòmic. En segon lloc és discriminatori pel que fa als mitjans de comunicació. En la primera versió —ara sembla que n'hi ha d'altres— resulta que un mitjà de comunicació estranger, o una fàbrica de xoriços, pot posseir un 25 per cent de les accions d'una empresa de televisió privada, mentre que un mitjà de comunicació constituït a Espanya no en pot ser propietari més que d'un 15 per cent. Això em sembla discriminatori i, en aquests termes, inacceptable.

També em pense que és inviable econòmicament, ja que no es pot formar majories de govern amb les estructures de capital a què el projecte obliga. Així esdevindrà molt difícil dirigir unes societats que per elles ja serien prou complicades de gestionar, si partim de la base que actuarien en termes de competència fortíssims i que la televisió espanyola actual és, de fet, una televisió comercial consolidada. Si una empresa privada no és rendible, no sobreviu, això és obvi, i tampoc no hem d'oblidar que, almenys tal com estan muntades les coses en aquest hemisferi, els mitjans de comunicació privats són independents justament perquè tenen la capacitat econòmica de ser-ho.

—Vostè entra a la SER l'any 85 amb una fama vistosa de reflatador d'empreses amb tràngols i d'ajustador de dispersions, com en el cas, ja en el camp radiofònic, de la cadena COPE ¿Com s'ho fa, això? ¿Té alguna fórmula per a l'èxit, si no és indiscreció?

—Home, jo no tinc cap sistema. Deia Napoleó que, a més de bons generals, ell volia generals amb bona sort. Potser jo tinc aquesta segona característica. En tot cas, la situació en la COPE era completament distinta de la de la SER. Allí calia augmentar el nivell de notorietat i només es podia fer mitjançant la concentració de persones ben conegudes, fixatges espectaculars, etc. Aquesta fou l'estratègia que hi vaig seguir, i va funcionar raonablement bé. Quant a la SER, es tractava de la primera empresa radiofònica de l'estat i de la més antiga també, necessitada de reformes a fons en l'estructura empresarial, en la tècnica i en els nivells de programació. Vaig mamprendre accions en els tres àmbits i, com passa en aquestes coses, els resultats es veuran a poc a poc, però ja s'estan coneixent. El 86 ha estat l'any més brillant de la història de la SER econòmicament, en audiència i des de qualsevol punt de

vista. Esperem, doncs que segueixca la sort de cara. La veritat és que aquests anys són bons per al sector radiofònic.

—¿I com s'ha concretat aquesta necessitat de reformes del mastodont radiofònic SER?

—En la SER m'he trobat amb un equip humà excel·lent i ben dotat. Sens dubte, també amb el llast relatiu de l'antiguitat de l'empresa. El meu treball ha consistit a aplicar dues tècniques: reduir els aspectes negatius que es derivaven d'una llarga història, modernitzar-la, adequar els mitjans a les necessitats d'avui i, d'altra banda, tractar de motivar en aquest sentit uns equips humans que ja funcionaven molt bé.

—¿Ha estat dúctil a les noves directrius centrals una empresa de més de cinquanta anys i amb més de noranta emissores disperses a espais amb situacions ben diferents?

—És més dúctil, en qualsevol cas, que unes altres empreses, perquè en la ràdio no hi ha professionals tebis. O s'estimen apassionadament la ràdio o ho deixen córrer. L'orgull professional, la passió pel propi treball, prima sobre qualsevol altra consideració. Una vegada explicats els objectius, la necessitat d'adoptar unes mesures, he vist amb sorpresa i amb goig que es tracta d'un sector molt adaptable amb una condició: que s'entenga que ací el que importa són les persones i que aquestes han de comprendre perquè s'està fent això o allò.

—A partir de l'any 81, aquell 23-F, hi hagué un veritable boom radiofònic, potser perquè el mitjà va demostrar una rapidesa i una versatilitat enormes. ¿Ara s'hi manté aquesta expansió o s'hi detecten símptomes d'estancament?

—La ràdio gaudeix de molt bona salut. Tenim uns nivells d'audiència diaris entre els 19 i 20 milions sobre 37. És un cas únic, en cap altre estat d'Europa la situació no és comparable. Sóc membre de l'Associació Interna-

SOCIETAT CORAL «EL MICALET». C/ Guillem de Castro, 75. Tel. 332 07 86



AL TALL i MULUK EL HWA

Xarg-al-Andalus

Grup invitat:
SALPICAO

Davant la bona acollida del públic, es torna a presentar durant
3 ÚNICS DIES

Divendres 2 i dissabte 3, a les 23 h. / Diumenge 4, a les 19.30 hores

Venda anticipada al «Micalet» (14.30 - 21.00 h.)

cional de Radiodifusió i, quan en parlem, els de fora se'n sorprenen molt. És difícil pujar més en quantitat. Ara bé, s'hi manté un elevadíssim nivell professional que respon, i justifica del tot, aquest singular seguiment.

—*Vostè acaba de presentar el nou director de Ràdio València. S'ha comentat que la SER hi perd audiència davant d'altres emissores. ¿Representa el senyor Landaluce el banderer d'una nova estratègia SER al País Valencià?*



«El 86 ha estat el millor any per a la Ser, des de tots els punts de vista».

—Anem a pams. Aquest plantejament és inexacte. A València patim una sèrie de deficiències tècniques que cal superar i poca cosa més. L'equip humà de Ràdio València és excel·lent i per aquest cantó hi ha ben poc a dir. Hi ha problemes de cobertura que solucionarem amb un nou equip, que passa de 10 a 50 quilovats de potència. També hi ha dificultats, que pateix Radio Minuto i tota la FM, perquè a València es produeix un autèntic abús del dial, un desgavell d'ones que esperem que serà resolt ben prompte. A banda d'això, a València com a arreu, estem realitzant un esforç per millorar la qualitat del so, que passa per canvis quasi revolucionaris, com un sistema d'emissió via satèl·lit, amb freqüències ultraaltes, que eliminen la pol·lució de la banda. Un sistema que som els segons d'Europa a incorporar i que representa un bot tan gran dins la radiofonia com el del compacte davant el disc plàstic. Es tracta de millores que afiancen un treball que ja és molt satisfactori.

—*Això del caos del dial toca, supose, l'espínol tema de les ràdios lliures.*

—Diguem les coses pel seu nom i parlem de ràdios pirates. L'existència de la pirateria dins un estat de dret és un absolut despropòsit. Fer ràdio implica pagar uns impostos, acatar la legalitat vigent i competir en condicions d'igualtat. El que no es pot fer és comprar-se un equip emissor i, sense respectar cap normativa, posar-se a dir el que a un li vinga en gana. Nosaltres hem defensat sempre que l'estat con-

rar pel que crec que és el millor camí, que és el d'enmig. Pense que cal assumir els fets lingüístics tal com són i no tal com nosaltres pensem o desitgem que siguen. Els nostres periodistes han d'acceptar l'idioma en què la notícia els ve i estan preparats per fer-ho. Sense preconcepcions ni prejudicis de cap mena. Nosaltres no podem rebutjar gent dels receptors, ni dels micròfons, ni per raons de llengua ni per cap altra classe de raons.

Aquest és un criteri que vam posar en marxa a Catalunya fa dos anys i que era molt novedós —les altres emissores, en general, es decantaven en un sentit o en l'altre— i n'hem anat comprovant el funcionament en els índexs d'audiències. Els resultats trobe que són ben satisfactoris. Doncs avant. D'altra banda, Luis María Landaluce ve de Ràdio Sant Sebastià, on aquests temes, em pense, són una mica més tenclosos, per dir-ho així. És un gran professional i crec que pot merèixer una absoluta confiança.

—*¿Què demana, ara, el públic a la ràdio?*

—Cal dir que el públic en uns anys ha madurat molt. La transició ja ha acabat i l'oient ja no necessita ni càtedres ni púlpits doctrinaris. El que vol és informació. Saber què passa de la manera més transparent possible, sense que li ho masteguen. Vol mastegar-s'ho ell i formar-se la seua pròpia opinió. La ràdio, en general, és encara molt opinativa, s'hi pontifica massa. Crec que cal anar a una informació menys condicionada pel filtre emissor, més exhaustiva, participativa i, sobretot, més fiable.

—*Per acabar, ¿vostè sent la ràdio?*

—I tant. L'escolte quasi les 24 hores del dia. Pot ben creure-s'ho. Mire (i trau de la butxaca un aparell minúscul i llis com una hòstia daurada, amb un auricular a mida), duc aquest «instrument» sempre damunt. Inclús quan sóc al despatx, prem aquest botonet, s'encèn aquesta llumeneta i no para de fer soroll. L'escolte fins a la desesperació de la meua dona. Al començament no estava acostumat a treballar, i a viure, amb açò en marxa, i m'era difícil, però després de cinc anys ja canvie d'emissores automàticament. Crec que sóc un consumidor de ràdio com n'hi ha pocs. Una volta, per pura casualitat, vaig ser entrevistat a una enquesta d'audiències, l'entrevistador em preguntà quins programes sentia, pobre... Quan vam acabar, per la cara que em feia, es devia pensar que jo era boig o que li prenia el pèl. Ja m'agrada, la ràdio, afortunadament. □