



«D'ací a uns anys caldrà que les televisions europees arriben a un acord per a sobreviure».

grups europeus, com el nostre, en un 25% en els futurs canals privats. Nosaltres pensem en alguna participació del 5 o el 2,5, però com que ningú hi està obligat, és molt possible que no hi participem.

Amb tot, hi ha moltes maneres de pactar-hi la nostra presència. És pot ser copropietari, productor de programes, vendre drets de producció, ser concessionari de publicitat d'una o d'algunes cadenes... Les possibilitats són diverses i encara no hem acabat de perfilar el nostre paper a la TV privada de l'Estat espanyol.

—¿Que els va portar a l'acord amb TV3?

—El pacte amb la televisió de Catalunya demostra realisme per les dues parts. Berlusconi sempre ha dit que en el futur la televisió serà una gran família. D'ací a uns anys caldran acords entre totes les televisions europees perquè si no, no podran sobreviure davant l'enorme competència nord-americana.

Els dirigents de TV3 ho han entès i saben que els calen amics dins i fora de l'estat.

L'acord contempla també la coproducció de diferents programes que uns i altres podem proposar.

Voldria assenyalar també que sabem que TV3 ha obtingut premis internacionals i que és una televisió molt professionalitzada. Va semblar una barbaritat a molta gent que el govern català hagués gastat tants diners en un centre de producció tan modern com és el de Sant Joan Despí. Modestament, crec que va ser un encert perquè van pensar en el futur. La TV es desenvoluparà cada dia més i qui sap si d'ací a uns anys aquest centre de producció se'ls farà petit.

La meua opinió és que el producte que ofereix la televisió de Catalunya sintonitza perfectament amb la línia europea. Una televisió ha d'estar en sintonia primer amb el seu públic, i TV3 crec que ho està. Però Catalunya necessita una televisió de característiques europees si no es vol reduir a una oferta estreta. El treball dels dirigents de TV3 no és senzill, han d'assolir una televisió que sigui acceptada a casa i fora de les fronteres del país.

LA CORT CONSTITUCIONAL ITALIANA INTENTA FRENAR L'AMBICIÓS BERLUSCONI

La comunicació italiana, a judici

La propietat dels mitjans de comunicació és una qüestió que desperta recels en molts països. Els diaris i les cadenes televisives són la presa que ara cobegen els grans taurons financers.

Oscar Montferrer

La Cort Constitucional italiana promulgà l'any 1974 una sentència en la qual es donaven els primers criteris sobre la propietat dels mitjans de comunicació. En ella s'indicava que calia assegurar la lliure competència, el pluralisme de la informació i la transparència de la propietat en el sector periodístic i radiotelevisiu. Malgrat la bona voluntat que animà la Cort, no sembla que tot hagi sortit bé.

La mateixa Cort promulgava l'any 1976 una nova sentència en relació al mateix tema. Segons aquesta, els magistrats posaven en relleu que la posi-

—Ja que parlem d'Europa, ¿com és que la UR no accepta el Grup Berlusconi?

—Aquestes són les últimes bocades d'una UER molt ben controlada per la RAI. El Director de programes de la UER era el director de Relacions Exteriors de la RAI, Vittorio Buomi, que va morir. Les coses, però, continuen igual després de la seva mort. La UER està mal informada per la RAI i continuen negant a Fininvest el pa i la sal. S'ha creat una mena de por cap a nosaltres. Ho he comprovat sobretot als països nòrdics, que veuen Berlusconi com el perill atòmic de la UER.

Silvio Berlusconi és un esportista per naturalesa i una vegada dins la UER respectaria les regles del joc.

Quan posem el punt i final a la nostra conversa ens adonem que, damunt la taula, Lazarov té un facsimil d'ETB i que durant tot el temps ha puntualitzat les seves respostes amb una ploma a la mà d'aquest canal autòmic. Valerio ens diu que un acord semblant al contret amb TV3 és a punt de cristal·litzar amb ETB. Els advocats han de redactar el pacte definitiu i a primeries del mes de setembre el firmaran el director general de la Televisió Basca i Silvio Berlusconi en nom de Fininvest. □

ció de preeminència d'un grup privat retallaria la llibertat d'expressió dels altres socis i grups que no disposessin del potencial tècnic i econòmic necessari.

Des d'aleshores, hi ha un nom que s'ha pronunciat sovint en els escenaris de la comunicació italiana: **Silvio Berlusconi**. El potencial econòmic que el magnat italià té al darrere li ha permès esdevenir propietari de tres xarxes televisives estatals, a més d'exercir el control de quasi tota la publicitat que s'emet per les emissores privades.

L'opció zero

Aquesta situació d'oligopoli és el que ara es pretén trencar des del Par-

lament i el Tribunal Constitucional italians. Un dels arguments que més s'esmenten és el de la llibertat de competència. Si n'hi ha, no pot haver-hi trusts comunicacionals. Per això, s'apel·la a l'opció zero. Cal que hi hagi una separació radical entre la propietat d'un diari i la d'una xarxa radio-televisiva. No obstant això, **Francesco Saja**, president de la Cort Constitucional és el primer a trobar-hi els peròs. Segons **Saja**, «no es pot prohibir al propietari d'un diari que també tingui

pensar els ingressos publicitaris sense que ningú en surti malparat.

Els magatzems la Standa, última adquisició de Berlusconi

Silvio Berlusconi és conegut a Itàlia per l'espectacularitat dels seus negocis. Si bé en l'antigor els imperis es fundaven sobre un cavall, aquest italià està decidit a construir el seu a colps de talonari. Com a cap visible de la Fininvest, una companyia financera, Berlus-



Dalt, Silvio Berlusconi. A la dreta, les construccions de Milano 2 tenen totes les característiques d'una zona residencial de primera categoria.

una cadena de televisió sense tenir en compte les circumstàncies».

A tants per cent

Aquesta situació no sembla tenir una solució a curt termini. Per això, la Cort ja ha avisat que la reforma s'ha de fer aviat. Si això no es fa, l'actual legislació serà declarada inconstitucional.

El punt en què la Cort ha insistit diverses vegades és el de la transparència de la propietat i de les fonts de finançament. És necessari garantir una repartició equànime dels ingressos publicitaris entre televisió i premsa, per preservar la llibertat d'aquesta.

La solució passa pel tant per cent. Un compromís equilibrat permetria als propietaris de cadenes televisives nacionals la tinença de diaris de difusió local, de la mateixa manera que els propietaris de rotatius de molta difusió s'haurien de conformar amb emissores de televisió locals. Ara per ara, aquesta sembla ser l'única manera de com-



concentra ara la seva atenció en una nova faceta econòmica: l'adquisició de la Standa, uns grans magatzems amb força reputació.

La Standa era propietat d'una altra financera, la Iniziativa Meta, que l'any passat tancà l'exercici fiscal amb 770 milions de lires de pèrdues. Ara, amb els mil milions que Berlusconi ofereix, aquesta companyia eixugarà tots els seus dèficits, facilitant-ne la funció.

Pel que fa a Berlusconi, que paga



Milano 2, la ciutat de Berlusconi

L'any 1971 el constructor Silvio Berlusconi va començar a edificar una ciutat satèl·lit de luxe al nord-est de Milà. Uns 5 quilòmetres separen aquest nucli urbà de les primeres cases de la gran ciutat. L'any 1979 es va acabar de construir Milano 2. Hi viuen 10.000 persones d'un nivell econòmic mitjà-alt. Algunes multinacionals hi tenen instal·lades les seves oficines i les ge-

rències de les seves empreses a Itàlia. Fininvest hi té el centre de producció de programes de televisió, Video Time, al Palau del Cigne. Aquest és un edifici perfectament dissenyat i envoltat d'un paisatge que sembla extret d'una pel·lícula de Walt Disney. Els estudis de Video Time són a dos quilòmetres de Milano 2, al nucli industrial de Cologno Monzese. □

Rafaella Carra: un show exportable

Rafaella Carra va firmar un contracte de 16 setmanes amb Fininvest. Ha estat un dels espais més cars del grup Berlusconi. Durava dues hores i quart i es passava el dissabte a la nit. Tècnicament es realitzava amb els mitjans més moderns. Un plató de 1.250 metres quadrats, nou càmeres telecomandades i utilitzant la tecnologia més moderna.

Fininvest ha venut el programa a tot Amèrica central i del sud, als canals llatins dels EUA, i a alguns països de l'est europeu on la Carra té molta acceptació. Pel que fa a l'Europa Occidental, Alemanya, Grècia i França també han vist el show.

TV3 va comprar 7 programes que duraven una hora i trenta minuts. Valerio Lazarov considera que és difícil exportar els programes de varietats perquè tothom se'ls vol fer a mida. Per això, i també per catalanitzar-lo, Fininvest va suggerir a TV3 que introduís en el show de la Carra artistes catalans. A partir del pròxim gener, Rafaella Carra farà un altre tipus d'espai a la televisió de Berlusconi. Lazarov considera que l'experiència d'aquest show ha estat positiva ja que no s'ha d'oblidar la competència



fortíssima de la RAI, que a dos quarts de 9 del vespre de dissabte, l'hora d'emissió del show, la televisió pública ja té assegudes davant del receptor entre 12 i 14 milions de persones que miren el noticiari exclusiu de la RAI. Si 5 o 6 milions d'espectadors canvien el canal per veure la Carra, això és un bon resultat.

per la Standa el doble del seu actual valor a la borsa, l'operació és un tràmit amb el qual aconseguirà nous beneficis. El magnat ja ha encarregat que es creï un producte que només es pugui

vendre en grans magatzems, oblidant-se voluntàriament dels detallistes. I si amb això no n'hi ha prou, el control de la publicitat que es faci en el diari i en les cadenes televisives que posseïx

serà l'eina decisiva. Com a aula de la comunicació, pot pressionar perquè els fabricants que vulguin treballar en els seus magatzems s'anunciïn en els seus mitjans.

No passeu de l'arg, entre

● COMERCIALS EN PASSEIG MARÍTIM ● HABITATGES EN PLANTA BAIXA
 ● DÚPLEXS I ÀTICS ● HABITATGES PLATJA ● VIL·LES UNIFAMILIARS ● AMARRADORS

PORT SAPLAYA

● INFORMACIÓ i VENDA: Autopista València-Barcelona, Km 4,5 (EIXIDA 2). Tel. 371 36 11 ● I en FICSA: Pau, 11. Tels. 332 34 02/3/4.

EIXIDA 2
 4,5 Km.
 VALENCIA ● AUTOPISTA BARCELONA ● PORT SAPLAYA

PLA PARCIAL APROVAT PER O.M. 21-1-76