

L'ORGANITZACIÓ AMPLIA ELS SEUS PROJECTES INVERSORS

L'ONCE, ara grup de comunicació

El món de la comunicació ha centrat els últims projectes inversors de l'ONCE. A més de la seua participació en premsa diària i el canal privat de televisió, Gestevisión, l'ONCE prepara posar en marxa pròximament una agència de notícies i una emissora de ràdio pròpies.

J. Hernández

El nom de l'ONCE, tan associat de sempre als cecs, a la venda del cupó, a l'ajuda a minusvàlids, sobretot amb problemes de visió, s'ha convertit en els últims anys en sinònim de puixança econòmica, de capacitat de presidència en els nivells més importants de la vida política espanyola, de patrocinador de projectes de comunicació de masses i d'empresa amb una capacitat inversora enorme i fora de tot dubte. El popular cupó, una gestió moderna i eficaç i la reconversió organitzativa dels anys 70 convertí l'ONCE en una màquina de fer diners i ara és una de les grans protagonistes de la vida socioeconòmica espanyola.

El gran estrateg de l'ONCE és el seu president, José Miguel Durán, un arribat home de negocis que ha arribat a entrellaçar, movent el capital de la institució, un intricat teixit d'interessos en el qual l'ONCE és el centre i on estan implicats els més importants bancs i institucions financeres. Si Mario Conde, de Banesto, i Sánchez Asiaín, del BBV, són adversaris en les operacions financeres de les seues empreses, tots dos coincideixen en distints projectes amb l'ONCE, si el grup editorial Zeta i Silvio Berlusconi es disputen un canal de televisió privada, ONCE és sòcia de tots dos en diferents projectes. Aquesta posició ha col·locat aquesta organització en la part més avantatjosa de la plataforma de llançament.

En el terreny de la comunicació és justament on l'ONCE ha centrat tots els seus projectes per als pròxims anys, al marge de les seues operacions per a donar rendibilitat i solidesa a l'enorme capital que ha acumulat.

Per a dur endavant aquests projectes de comunicació de masses, els dirigents de l'ONCE han desplegat una estratègia que passa per participar en la gestió i l'immediat llançament de mitjans de comunicació diària. Això explica que participen en distints diaris,

un dels quals és el *Diari de Barcelona*, o que hagen invertit en la preparació del llançament d'un nou diari a Madrid, *El Sol*. Si en el cas del diari català tenen com a socis l'Ajuntament de Barcelona i Antonio Asensio, amo de Zeta, en el segon estan associats amb Germán Sánchez Ruipérez, que amb

fornamental ja que han concertat aliances amb socis diferents i enfrontats entre ells mateixos.

De moment, tot sembla indicar que l'ONCE es convertirà en un dels grans mentors de la comunicació de l'estat. En uns moments en què la credibilitat dels mitjans de comunicació travessa



Tot sembla indicar que l'ONCE es convertirà en un dels grans mentors de la comunicació espanyols.

Berlusconi i la mateixa ONCE aspiren al canal privat de televisió anomenat Gestevisión.

La segona base de l'estratègia de l'ONCE és aquest canal de televisió. Aliant-se amb un sector de l'empresariat directament relacionat amb el PSOE, els dirigents de l'ONCE estan segurs que seran importants empresaris d'aquest sector, entre altres coses perquè aporten la part més dinàmica del capital i perquè la immensa liquidesa és la que dona solidesa als projectes en els quals participen.

El tercer pas es posar en marxa una estructura comunicativa pròpia, una emissora de FM i una agència de notícies sense socis, que els permeta garantir una independència que consideren

hores baixes, malgrat que paradoxalment estiguen apareixent nous mitjans cada dia, els màxims responsables de l'ONCE creuen que hi ha una possibilitat d'oferir nous productes que tinguin acceptació popular.

A Espanya ha arribat el moment dels grans projectes de comunicació i, encara que tot sembla indicar que algun d'ells es quedara pel camí, la moda entre empresaris, banquers, financers de tot tipus i fins i tot la d'alguns posseïdors de diners negres és posar diners en el mitjans de comunicació.

L'ONCE, el gran descobriment financer dels 80, no podia ser menys i es prepara per a desembarcar amb totes les seues forces en el terreny del negoci de la comunicació. □