

de la RTVV, el client virtual de l'edifici canvia i, per tant, el projecte d'utilització. La nova Direcció General de l'ens demana uns canvis en l'estructura de l'edifici que augmenten en 92 milions el pressupost i ocasionen un nou retard. Les modificacions, a banda d'algunes decisions puntuals d'Amadeu Fabregat, com ara canviar-se el despatx de la vuitena planta a la quarta, responen al fet de portar tota la direcció general de l'ens RTVV a l'edifici. Això implica una reestructuració del model de funcionament previst per Ma. García Lliberós (que preveia una Direcció General simplement coordinadora i dues societats autònomes ben fortes: TVV i Ràdio Autonomia Valenciana RAV), per un altre molt més centralitzat on la direcció de RTVV intervé en tots el processos, fins i tot en producció, i l'autonomia de TVV i RAV és només nominal. La reestructuració de l'edifici ha fet que alguns espais previstos com a ampliables en el projecte queden ja ocupats i que les instal·lacions queden utilitzades al màxim ja d'eixida. Els aparcaments han quedat ocupats per oficines i menjadors i mentre es construeixen els nous, els cotxes ocupen els marges dels accessos. □

TVV INTENTA FER-SE LLOC EN EL MERCAT PUBLICITARI

## Per un grapat d'espots

La publicitat, el manà de les televisions, obsessiona ja els directius de la TVV. Amb unes tarifes a la baixa tracten d'aconseguir un bon tros del pastís publicitari. Els estudis d'audiència, però, seran els encarregats de situar l'oferta al seu lloc.

Albert Vicent

Un automòbil de la marca Renault serà l'encarregat d'inaugurar l'autopista publicitària de la TVV el pròxim 9 d'octubre. Serà el primer signe públic que demostrarà que l'engrenatge comercial del canal autòmic està en marxa. Pels 45 segons que durarà l'espots, TVV ingressarà dos milions i mig de pessetes a càrrec de l'empresa madrilenya Iniciativas de Medios, la qual va guanyar l'adjudicació del primer anunci en subhasta, com ja va fer amb motiu de la inauguració de la televisió autònoma andalusa, Canal Sur.

Un preu excepcional que contrasta amb les tarifes de publicitat ordinària

que Radiotelevisió Valenciana ha establert per a aquesta primera etapa de funcionament. Així, el departament comercial de la TVV ha estipulat que 20 segons en les franges horàries de major audiència tenen un cost de dues-centes mil pessetes. Tota una ganga si les comparem amb les set-centes mil pessetes que pel mateix concepte factura actualment la TV3.

El sector de les empreses publicitàries no ha dubtat a qualificar aquestes tarifes de «salvatges», alhora que les justifiquen com una maniobra de l'ens autòmic d'introduir-se amb força en un mercat en el qual han de competir amb TVE, les companyies privades de ràdio i la premsa escrita. Un pastís molt ajustat que encara registrarà l'aparició de més aspirants quan les ca-



Centre  
**Carles Salvador**

### CURSOS PER CORRESPONDÈNCIA

#### 1. Llengua i Literatura:

- Curs d'Iniciació.
- Curs d'Iniciació (per a castellanoparlants).
- Curs Bàsic.
- Curs Progressiu de Llengua.
- Curs de Professorat.

#### 2. País Valencià:

- Geografia i Història del País Valencià.

Matrícula oberta tot l'any, tret del mes d'agost. Per a més informació, adreçe'u-vos al

**Centre Carles Salvador**

Moratín, 15, 6a. 46002-València



### CENTRE D'ESTUDIS D'ANGLÈS, FRANCÈS I INFORMÀTICA

- Cursos per a ADULTS i XIQUETS de 2 i 3 hores setmanals.
- Cursos INTENSIVS trimestrals de 6 hores setmanals.
- Preparació i matriculació per als exàmens lliures de l'Escola Oficial d'Idiomes.
- Horaris de matí, vesprada i nit.
- Grups reduïts.
- Professors nadius i titulats.

#### INFORMÀTICA

- Ordenador per alumne des del primer dia (IBM i compatibles).
- Grups de 2, 3 i 6 hores setmanals.
- Cursos de programació BASIC, PASCAL i COBOL.

#### MECANOGRAFIA (només a la acadèmia de Campanar)

- Horari de matí, vesprada i nit. Grups molt reduïts. Atenció molt personalitzada.

Per a més informació crideu o personeu-vos en:

**Central:** Garrigues, 2, baix. 46001 València. Tel. 352 21 02.

**Sucursal:** Gravador Enguïdanos, 51

(cantó Vall de la Ballestera). Campanar. Tel. 347 12 84.



No falten les veus que critiquen el model de televisió que es pretén oferir, de competència difícil amb els canals estatals i privats.

denes privades de televisió comencen a emetre.

Així les coses, amb unes tarifes tan accessibles en comparació a la relació audiència-preu que ofereixen la resta dels *mass-media*, alguns anunciants no han dubtat a exclamar «¿Que la TVV paga per anunciar-se!?!». Tampoc és per a tant, però sí que és cert que les agències publicitàries han vist amb sorpresa la presentació d'unes tarifes excessivament baixes. Això no obstant, no és intenció de la direcció de TVV mantenir durant molt de temps aquests preus i als despatxos de Burjassot —seu de la direcció de la TVV— ja s'estudia una considerable pujada de les tarifes per a la pròxima campanya de Nadal. Un gest que no s'ha rebut gens bé en les agències, que veuen «una considerable manca de professionalitat» en aquest comportament.

El cert és que hi ha altres actituds que els professionals de la publicitat no veuen amb bons ulls. Com el fet que TVV haja entrat en contacte directe amb els anunciants saltant-se les agències i practicant una competència que aquestes qualifiquen de «deslleial». Tampoc falten veus que critiquen el model de televisió que es pretén oferir, amb una programació —segons el que s'ha previst— que difícilment podrà competir amb els canals estatals i pri-

vats que cobriran tot el territori. I ja se sap, sense una programació competitiva no hi haurà prou audiència per a resultar atractiva a les marques que destinen una considerable partida de milions de pessetes a publicitat televisiva.

Els estudis d'audiència seran els que marcaran l'evolució del tros del pastís publicitari que li correspon a la TVV. Així, per a Josep Segura, de TANGRAN, «en un primer moment el comportament de les agències és d'expectació, com ja va passar amb TV3».

Per a Segura, «serà necessari que passe almenys un any per a poder avaluar el comportament del canal autonòmic, si bé és previsible que durant dos o tres anys les agències es bolquen per a entrar finalment, en un període en el qual serà l'Estudi General de Mitjans el que, en funció dels estudis d'audiència, resitue el mercat en el seu lloc».

Com la resta de les televisions autonòmiques, la TVV se situa en la línia d'eixida amb la seguretat de comptar amb les campanyes oficials de la Generalitat. A banda d'aquest tractament preferent per part de les institucions autonòmiques, també es dona per segura la presència als espots de les grans empreses estatals, si bé aquestes escapen del control de les agències publi-

tàries valencianes ja que les grans empreses valencianes —aquelles que destinen més de 100 milions de pessetes al capítol de publicitat— operen mitjançant les agències de Madrid i Barcelona.

Diferent serà el comportament d'altres societats de capital valencià, com ara Mercadona, la Caixa d'Estalvis de València o Porcelanosa, que ja han estudiat les seues campanyes al nou canal televisiu. Finalment, el ventall es completarà amb l'aparició de nous anunciants de capital mitjà amb productes dirigits a ames de casa. Seran productes que no troben el seu espai publicitari als diaris i que ara interveuen en falques radiofòniques.

És difícil encara preveure quin impacte causarà en la resta dels *mass media* l'aparició d'una nova oferta publicitària. Per a Josep Catalan, de l'agència PIVOT, «seran les desconexions regionals de TVE les que sofriran el primer impacte de l'oferta de TVV. El fet de coincidir en territori de recepció farà que els anunciants es decanten pel canal autonòmic».

Al final, en el que tots coincideixen és a afirmar que l'audiència marcarà tant l'interès dels anunciants com les tarifes que l'ens autonòmic establirà. Per als publicistes el mercat sempre mana. □