

Com s'han preparat de cara a l'arribada de les privades

TV públiques, amb la guàrdia alta

Les cadenes de TV privades entren, o han entrat, ja en funcionament. Davant d'això, les televisions públiques s'han anat preparant per no perdre audiència. Ara, són els espectadors qui decideixen.

Antena 3 i Tele 5 són les dues televisions privades que s'han posat enguany en funcionament; Canal Plus, la que resta, esmola les armes a l'espera del seu torn. Davant d'aquest fet, les emissores que ja se sintonitzaven als Països Catalans, TV-3, Canal 33, Canal 9-TVV, TVE i TVE-2, han anat efectuant canvis a fi de rebre l'aparició de les televisions privades amb el mínim de perjudicis quant a la seva audiència. Això, dins d'un àmbit de forta competitivitat.

De fet, el procés de competència entre les televisions va començar quan TVE va perdre el seu ancestral monopoli, amb l'aparició de les TV autonòmiques. Entre elles, una de les primeres a emetre, i sens dubte la més eficaç fou, i és, Televisió Nacional de Catalunya, TV-3. Des d'un bon principi, la incidència de TV-3 en els telespectadors va ocasionar un fort sotrac a la supremacia de Televisió Espanyola, que va veure's ben aviat desbordada per una TV dinàmica, intel·ligent i innovadora. Amb una tàctica d'oferir qualitat—Adolfo Suárez, quan era president del govern espanyol, amb el temor que TV-3 acabés per convertir-se en una televisió digna i competent, ja va advertir, a les portes de la seva creació, que la TV autonòmica catalana no hauria de sobrepasar els continguts folklòrics—, pot afirmar-se que TV-3 va ser, des dels seus inicis, una de les pioneres en el camp televisiu a l'estat, liderat que, pel moment, no sembla que hagi perdut. Tant és així, que TVE va veure's obligada a replantejar-se de dalt a baix la programació i, en el cas més evident dels informatius, els *Telediarios*, a entrar en el joc de competitivitat que més tard les emissions de la resta de televisions autonòmiques, i ara les cadenes de TV privades, han acabat de definir.

Dins, doncs, d'un mercat televisiu

presidit per la competència, l'oferta de qualitat és el cavall de batalla de les emissions de les distintes cadenes, a fi d'aconseguir el major índex d'audiència que permeti atraure el nombre més gran possible d'anunciants. L'audiència, però, és sempre limitada, i segons les estimacions dels entesos, aquesta no pot augmentar, sinó que s'ha de repartir.

Allò que, contradient algunes suposicions pessimistes, s'ha incrementat—encara que amb les evidents limitacions—, ha estat el volum de publicitat a la TV. Segons un estudi efectuat per Media Control, amb l'entrada en antena de les TV privades, el 80 % dels anunciant tenen previst augmentar els seus pressupostos. El que busca l'anunciant és rendibilitzar al màxim la inversió efectuada, de manera que els espots de televisió són cada volta de factura més brillant, i el seu inseriment en la programació ve determinada per un estudi, com més va més específic, de l'audiència a qui va dirigit. En aquesta línia, i paral·lelament a les preferències dels espectadors, el volum de publicitat tendeix a distribuir-se en les distintes televisions, en funció de l'audiència que aconsegueixen aglutinar.

Les TV públiques—estatal i autonòmiques— són les que menys depenen de la publicitat. En les emissores privades, la necessitat és absoluta. La lluita, doncs, per l'audiència els resulta, a les televisions no públiques, un fet vital. Per aquesta raó, les dues cadenes privades, Antena 3 i Tele 5, s'han fet amb els serveis de prestigiosos professionals, capaços, pel seu propi nom, de reclamar l'atenció de l'espectador. És el cas de Luís Carandell, Mayra Gómez Kemp, Lydia Bosch, Juanjo Menéndez, José Luís Balbín, etc., a Antena 3. Per la seva banda, a part d'aquest sistema—Jesús Puente, José Luís Moreno, José Luís Coll...—, Tele 5 ha optat també per

emetre sèries de coneguda acceptació popular, entre les quals destaquen *Los ángeles de Charlie*, *Vacaciones en el mar*, *La abeja Maya* o *Lassie*. En aquest camp, Antena 3 compta amb *El Santo*, *Espacio 1999*, *Los hombres de Harrelson* o *Hospital General*.

TV-3, MODEL A IMITAR

Les televisions públiques dels PPCC, a la vista de l'oferta televisiva que es gestava amb l'adveniment de les cadenes privades, han respost amb la mateixa moneda. És a dir, amb la contractació dels professionals que els garantissin una programació compacta i atractiva. TV-3, amb l'experiència ja d'anys, ha jugat sobre segur, i davant dels balbucesos en aquest aspecte de la relativament nova Canal 9-TVV, presenta un equip força popular: Joaquim Ma. Puyal, Josep Ma. Bachs, Miquel Calzada *Mikimoto*, Antoni Bassas, Jaume Pastallé, etc.

Per una altra banda, les sèries que s'emeten per TV-3 i Canal 9-TVV són també de les més prestigioses de la TV. *Roseanne* (TV-3-TVV), *Veïns* (TV-3), *Dallas* (TV-3), *George i Mildred* (TVV), *Sherlock Holmes* (TVV), entre altres. Televisió Espanyola no ha perdut el tren, tampoc, i s'ha curat en salut amb personatges de la popularitat de Concha Velasco, Chicho Ibáñez Serrador, Jesús Hermida, Mercedes Milá o Manuel Campo Vidal. I si TV-3 i TVV emeten *Roseanne*, una de les telecomèdies de més èxit internacional de la televisió, TVE no es queda enrere, amb sèries de la importància de *Cheers* i *La hora de Bill Cosby*.

Hi ha, però, un aspecte a considerar, sobretot quan es parla del liderat televisiu de TV-3 a l'estat espanyol, i és la imitació que ha rebut per part d'altres TV, en concret de TVE. En són exem-



ples, a part de la modernització dels informatius que va imposar TV-3 –amb un especial èmfasi en la informació meteorològica–, el *Tariro-tariro* de *La Trinca* –*No passa res* (TV-3)–; *Un dia és un dia*, d'Angel Casas –*Àngel Casas Show* (TV-3)–; *remakes* de programes consagrats de Joaquim Ma. Puyal –verbigràcia: *Tribunal Popular* (TVE) de *Vostè jutja* (TV-3)–; la compra per part de TVE d'espais de la producció pròpia de TV-3, com *Tres Estrelles*, d'*El Tricicle*; o el mateix to que han agafat les retransmissions esportives de TVE, sobretot de bàsquet i del món del motor –el futbol, a Televisió Espanyola, conserva el sabor ranci del madridisme a ultrança, derivat de l'escola franquista-grandiloqüent de Matias Prats, pare–. I com a circumstància curiosa, ressaltar que en l'actualitat els màxims dirigents de TVE són catalans i valencians: Jordi Garcia Candau, director general de RTVE, i Ramon Colom, director de TVE, entre altres.

TV-3, des del 8 de gener d'enguany, ha iniciat la segona *desconnexió*. Això és, que les redaccions de Televisió de Catalunya a les comarques de Barcelona, Lleida, Girona i Tarragona emeten, de manera simultània, distints informatius, els quals fan arribar als telespectadors de cada zona les notícies específiques de la seva comarca; la *segona* fa referència al fet que, des de l'any passat, la *desconnexió* es duia a terme sols al migdia, de les 13:40 a les 13:55 hores. Ara s'hi afegeix la segona, a les 20:00, que dura 2 minuts, i que s'efectua només amb caràcter publicitari.

D'aquesta manera, es possibilita que les empreses amb interès d'intensificar una campanya publicitària en unes comarques determinades tinguin oportunitat de fer-ho fragmentadament i, al mateix temps, que les petites indústries locals puguin accedir a la TV per a la difusió dels seus productes, sense que això els obligui a dur a terme una campanya a nivell nacional, més cara i no sempre coincident amb els seus interessos. TV-3 en surt beneficiada ja que augmenta el nombre d'anunciants, tot adequant les tarifes publicitàries a l'audiència i l'horari d'emissió.

COM UNA TV ESTATAL

Això no obstant, el més remarcable de Televisió de Catalunya ha estat la creació del segon canal, Canal 33, que,



Joaquim Ma. Puyal, Josep Ma. Bachs i Miquel Calzada Mikimoto, estrelles de TV-3

amb la seva aparició el passat 11 de setembre, permetia a la Televisió de Catalunya posar-se a l'altura d'una televisió pública estatal. Les previsions són que per abans d'octubre de l'any en curs, Canal 33 pugui rebre's a un 90 % de la geografia del Principat.

En ple procés de consolidació, ara fa quinze dies, el segon canal de Televisió de Catalunya va efectuar una enquesta telefònica —telèfon obert— en què sol·licitava a la seva audiència diversos suggeriments sobre la programació existent, i sobre la qual podria introduir-se pròximament en la citada cadena. La resposta dels telespectadors va ser prou satisfactòria, ja que es van comptabilitzar al voltant de 12.000 trucades.

Canal 33, en la mateixa línia de la primera cadena, TV3, tracta d'oferir a l'audiència programes caracteritzats per la seva qualitat, avalats en la major part per noms de prestigi. En aquest aspecte es pot equiparar al segon canal de Televisió Espanyola que, seguint la mateixa política, va fer el salt el novembre passat, en estrenar la nova programació. Entre els primers —Canal 33— s'ha de destacar Àngels Barceló (*Actual*), Maria Gorgues (*Tres, catorze, setze*), Salvador Alsius (*La caixa sàvia*) i Josep Cuní (*A debat*). Respecte a TVE-2, destaquen Joaquín Arozamena (*La doce en punta*), Fernando García Tola (*Corazón*) i Joaquín Prat (*El precio justo*).

Per a dur a terme el procés de consolidació de Canal 33, i per dotar a TV-3 d'una programació de màxima qualitat, el pressupost de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) per a l'any 1990 s'ha situat a 26.321 milions de pessetes que, tenint present que l'any anterior aquest va ascendir a 18.418 mi-

lions, ha significat un augment d'un 42'9 %. Quant al finançament per publicitat, s'espera per a 1990 que Televisió de Catalunya recapti al voltant de 12.000 milions de pessetes, xifra que representa un increment d'un 20 % respecte a l'any anterior. En aquest apartat s'ha de remarcar que el global de publicitat a emetre enguany per TV-3 i Canal 33 sofreix un increment d'un 11 % en relació a 1989.

TVV, ¿I LA PUBLICITAT?

Per la seva banda, Canal 9-TVV va presentar un pressupost per a 1990 de 8.054 milions de pessetes, de les quals demanava una subvenció a la Generalitat valenciana de 6.544 milions. Això no obstant, segons es va saber la setmana passada, la Generalitat, d'acord amb la seva política d'austeritat, sols va aprovar una subvenció de 4.261 milions. La Conselleria d'Hisenda va criticar també la gestió d'Amadeu Fabregat al front de RTVV, ja que els ingressos de publicitat de Canal 9-TVV pujaven només a 1.500 milions, xifra que cobreix una part molt nímia del pressupost.

L'explicació que es dona des de Canal 9-TVV respecte a la poca quantitat de publicitat emesa, respon a criteris d'infraestructura, ja que va optar-se des d'un principi per comercialitzar la publicitat des d'un departament propi de TVV. Malgrat les baixes tarifes publicitàries de la Televisió Valenciana —de 160.000 a 300.000 pessetes els 20 segons—, els anunciants no semblen haver reaccionat davant de l'ocasió de promocionar els seus productes per pocs diners. Això és degut, principalment, al fet que quan Canal 9-TVV va iniciar la seva emissió, els anunciants ja havien

confeccionat els pressupostos per aquest any, i gran part d'ells havien anat a parar a mans de les TV privades, de cobertura estatal. D'altra banda, els anunciants locals, que era sobre qui es pretenia incidir amb el baix preu de les tarifes publicitàries, no han reaccionat en la mesura que s'esperava.

Segons s'ha fet públic aquest febrer, l'Estudi General de Mitjans atorga a Canal 9-TVV una audiència d'1.002.000 espectadors, aspecte que encara fa més incompreensible la baixa xifra d'ingressos en concepte de publicitat. D'altra banda, també quant a l'audiència, l'EGM demostra amb xifres l'estratègia duta a terme per Televisió de Catalunya i Televisió Espanyola de potenciar —o crear, en el cas català—, els respectius segons canals. És a dir, que guanyen audiència tot repartint-la.

TV-3, respecte a 1988 perd uns 70.000 espectadors, baixa que queda exiguda pels nous telespectadors adquirits per Canal 33, sobre els 270.000. L'audiència de TV-3 queda fixada en 2.435.000 espectadors. Televisió Espanyola, pel seu costat, va perdre, en el mateix període de temps, més de mig milió d'audiència; en canvi, TVE-2 va passar de 8.261.000 telespectadors el 1988 a 12.864.000 l'any passat.

Segons s'apunta, aquesta tendència tendirà a accentuar-se al llarg de 1990, ja que la incidència de les TV privades no s'espera que sigui gaire important en la configuració de l'actual mapa televisiu, si més no durant aquest any. En aquest sentit, Antena 3 ha denunciat el mal senyal ofert per Retevisión, que en dificultava la recepció a diverses zones de la capital d'Espanya, i Tele 5 es pot veure a penes a Barcelona i Madrid.

Eduard Company