



JAUME FERRÚS, DIRECTOR GENERAL DE CANAL SATELITE DIGITAL

Text: SALVADOR COT / Fotos: JOSEP MARIA CASANA

"Polanco no és dòcil al govern actual"

Jaume Ferrús (Flix, 1943) parla, des de la primera fila, del crispat contenciós polític que José María Aznar ha obert amb el grup PRISA i que té el futbol com a protagonista principal, i acusa el govern d'haver elaborat una llei del futbol "intervencionista".

La portada d'*El Mundo* s'omple primer de suposades irregularitats comeses primer per Antena 3 i després per Canal +, que ha estat denunciat pel director de la revista *Època*, que alhora és columnista de l'*Abc*. Conseqüència: el propietari del grup PRISA, Jesús de Polanco, no pot sortir de l'estat sense comunicar-ho al jutge Gómez de Liano. *El País* acusa *El Mundo* no solament d'obeir les consignes del govern sinó de determinar-ne la política. Les tertúlies radiofòniques rebenten els timpans més sensibles a base de veritats, mitges veritats i veritats que ja aniria bé que fossin veritat. Què és informació? Què és publicitat interessada? El diumenge 2 de març, a la pàgina 41 d'*El País* hi ha un anunci: "Nace la televisión a la carta", a la 56 hi ha una informació: "Nace la televisión a la carta en España". La televisió digital ocupa portades i consells de ministres. Som a Madrid.

—Suposem que jo sóc lector d'*El País*, oient de la *SER* o abonat a Canal + i m'informo bàsicament a través d'aquests mitjans. Sé tota la veritat sobre plataformes digitals?

—...I que veu Antena 3.

—I que veig Antena 3...

—M'és molt difícil de dir-ho perquè no estic en una posició gaire equànime. Però fent un esforç d'objectivitat per la meua part, jo diria que sí que està vostè ben informat.

—I si sóc lector d'*El Mundo*, oient de la *COPE* i, a més, veig el *Telediario*?

—Doncs diria que vostè és una persona extremada-

ment manipulada per la informació que rep. Hi ha exemples que són molt fàcils. Veiem TVE, resulta que el dia que nosaltres vam presentar Canal Satélite Digital, TVE no en va parlar i, en canvi, va destacar la notícia d'una reunió de la plataforma digital de Telefónica. Això només és una de les anècdotes d'evident subjectivitat i de deformació de la realitat per part de TVE, però en trobaríem moltes més als altres mitjans. En canvi seria difícil que algú pogués demostrar alguna cosa en l'altre sentit.

—L'altre dia un amic em comentava que a la llibreria *Crisol* (una cadena vinculada al grup PRISA) figurava com a segon llibre més venut un de Juan Luis Cebrián, conseller delegat d'*El País*, i no tenia dubtes que això era mentida. Creu que el grup PRISA ha perdut la innocència que se li suposava?

—Aquí hi ha una qüestió de defensa de la posició dient la veritat. Dic veritat, no dic innocència.

—Ho dic perquè s'atribueixen a PRISA aspiracions monopolístiques a través de les seves inversions multimèdia i, en especial, gràcies a la televisió digital.

—Té molt poca credibilitat una opinió d'aquest tipus. Monopolitzar què? La televisió multicanal digital per satèl·lit és, fonamentalment, en-

treteniment. També informació molt segmentada. Al nostre projecte ara ja tenim 27 canals en marxa i volem arribar a 40 abans de finals d'any. N'hi haurà de documentals, de música, de cinema... I com a màxim n'hi haurà un d'informació que, per tant, continuarà quedant en mans de les televisions obertes i generalistes, de TV3, A3, TVE i Tele 5, fonamentalment. Per

"El dia que vàrem presentar Canal Satélite, TVE no en va parlar i, en canvi, va destacar la notícia d'una reunió de la plataforma digital de Telefónica. Això només és d'una de les anècdotes d'evident subjectivitat."



tant, quant a revistes, quant a diaris, quant a televisió no té sentit parlar d'aquest monopoli. És un discurs demagògic i fals.

—Justament aquesta és la tesi de Miguel Àngel Rodríguez per defensar la plataforma del govern. Sembla que tothom utilitza els mateixos arguments perquè no els acusin de monopolistes.

—Qui acusa a qui? Nosaltres no acusem ningú.

—Diuen que el Govern practica l'intervencionisme monopolista.

—Es que hi ha una intervenció real. La llei orgànica del futbol representa un nivell d'intervenció absolutament insòlit.

—I, segons vostès, està pensada per ofegar econòmicament el grup PRISA i les seves possibilitats d'expansió.

—Està feta per intervenir i anul·lar unes iniciatives empresarials d'avantatge que aquest grup ha fet respecte al futbol en lliure i fortíssima competència, com tothom sap. Unes operacions que culminen el dia 24 de desembre amb un acord entre els qui tenien drets. Perquè si jo tinc la meitat dels equips i tu tens l'altra, la meitat dels partits no els podrem donar ni tu ni jo. Ens hauré gastat 25 o 30 mil milions de pessetes i no els podrà emetre ningú perquè quan un equip teu juga contra un de meu els drets no els té ningú. S'arriba a un acord després d'una lluita ferotge de competència.

—Després de setmanes en què El País i El Periódico s'acusaven mútuament de mentir sobre la qüestió.

—Bé, sí. No sé, forma part del joc això. El que era evident és que aquests drets s'havien de posar en comú els tingués qui els tingués. Si algú els hagués comprat a l'Asensio o nosaltres els haguéssim venut abans hauria passat el mateix. Del que ens queixem és d'un nivell

d'intervenció que no té precedents en la història de la fase democràtica espanyola. Això és així.

—El que no té precedents és la politització d'un negoci fins aquest extrem.

—És un negoci que pot donar diners si se'n posen molts abans. És a dir, que no és un negoci fàcil. Però es polititza.

—Estem parlant de futbol. Que tots els mitjans de comunicació i fins i tot el consell de ministres dediquin el seu temps a això pot dur un país a la desolació més absoluta.

—Sí. Aquest és el debat, més que no pas si hi ha una lluita entre plataformes, que no és real. El debat que s'hauria de plantejar és precisament el grau d'intervenció i el que vostè acaba de dir: el grau de dedicació del govern a aquests afers tenint en compte tot l'altre catàleg de coses que cal resoldre o que cal engegare.

—Un mal general, doncs, perquè fa pocs dies Feli-

pe González va dedicar gairebé la meitat de la conferència de premsa posterior al comitè federal del PSOE a parlar d'aquest tema.

—Està a tot arreu, això.

—És inevitable la concentració de mitjans? Les noves tecnologies determinen l'agrupació d'empreses per estricta supervivència?

—El nivell d'internacionalització a què tendim i l'obertura dels mercats obliguen a tenir força per aprofitar l'oportunitat o evitar l'agressió de competidors externs més forts. Només cal veure els Estats Units, on s'uneixen autèntics gegants per fer-se més forts. Les unions de Disney amb ABC o la de Turner amb Warner van en aquest sentit. Aquí diuen que tenim massa força quan Antena 3 i Sogecable tenen unes dimensions absolutament ridícules en el context global que tenen aquests negocis.

—I en aquest context un mitjà local i empresarialment independent sobreviurà?

—Sí, no hi té res a veure.

—I un diari mitjà com El Mundo?

—Sí, suposo que sí. Els mitjans de comunicació periodístics poden sobreviure si troben el seu espai competitiu. Sempre han existit grans corporacions i, simultàniament, iniciatives de comunicació més reduïdes amb aspiració de mantenir-se. Ara, si es volen convertir en un conglomerat de sinèrgies en l'àmbit de la comunicació, aleshores és quan és necessària la dimensió.

—Per tant, cal arribar a acords. Buscar una corporació que faci de paraigua.

—Segurament El 9 Nou o El Punt, per exemple, poden sobreviure, però hi ha fórmules per enfortir-se i poder satisfer millor els seus clients buscant sinèrgies amb altres iniciatives de comunicació que no trepitgen el mateix espai i amb les quals poden compartir recursos

sense competir. En el terreny de la televisió, la col·laboració entre les autonòmiques ha funcionat molt bé fins ara. Podria sobreviure una televisió autonòmica sense la FORTA? Doncs, home, molt més difícilment. Jo crec que en els mitjans de comunicació locals hi ha molt camp per córrer encara.

—Quin accés tindrà el català a les noves tecnologies? Hi ha forma d'incrementar-ne la presència?

—No. Pel que fa a un increment proporcional de la presència del català, no sóc optimista. Ara hi ha un percentatge de consum de televisió català/castellà que és desfavorable al català a Catalunya. Però, en canvi, té una quota de qualitat. És a dir, jo crec que és al nostre abast mantenir una quota normalitzadora de la presència del català als mitjans de comunicació, fonamentalment a la televisió. Això ara és així, però és que no passa al cinema, ni a la premsa, ni a les revistes, només a la televisió.

"No sóc optimista quant a un increment proporcional de la presència del català. A Catalunya hi ha un percentatge de consum de televisió català/castellà que és desfavorable al català."

—Paradoxalment, la situació anòmala és la televisió, doncs.

—Ara, qui vulgui consumir la major part del seu oci televisiu en català, ho pot fer. Però comença una nova era d'increment fortíssim de l'oferta que condueix a la segmentació. I aquesta segmentació obliga a anar a mercats més amplis. I si hi ha mercats més amplis s'ha d'ultrapassar l'àmbit del català.

—Solucions?

—Hi ha fórmules —si el país ho vol— per mantenir aquest aspecte normalitzador com a mínim en els gèneres clau perquè el ciutadà català pugui veure, per exemple, un canal de documentals en versió catalana. Aquí la tecnologia perjudica perquè obliga a plantejar-se públics globals, però al mateix temps ajuda perquè és fàcil introduir una versió catalana addicional en la transmissió.

—Així, és impensable, un canal de western en català?

—Probablement, no tindrà versió catalana. Però s'ha de fer l'esforç polític i social perquè un bon canal de cinema o de dibuixos animats sí que pugui tenir aquesta versió, perquè són pilars dins de la segmentació temàtica. En canvi, un canal de caça i pesca que nosaltres tenim en marxa, i que és molt segmentat, serà en castellà.

—Sobre això, no hi ha consciència social.

—La qüestió és que es faci un esforç polític i col·lectiu perquè les cadenes temàtiques que treuen la major part de l'audiència de la televisió segmentada i multicanal tinguin versió en català. Això és assumible. Ara, si pensem que la televisió oberta amb publicitat i dedicada a públics molt generals necessita suport perquè sigui digna, hem de tenir en compte que la televisió temàtica també en necessitarà. Vull dir que no ens pensem que serà un negoci fer versió catalana en un canal prestigiós de documentals.

—Bé, però les grans corporacions s'expansionen a través d'inversions enormes que no sempre són rendibles. Vostès han anunciat una inversió de 45 mil milions en la Lliga de futbol. És un negoci segur?



—Com afrontarà Canal Satélite Digital la qüestió de l'oferta en català?

—Inicialment, tenim previst introduir versions catalanes en les retransmissions esportives en 'pay per view' sempre que juguin equips catalans. També tindrem una versió catalana del canal de dibuixos animats. Aquí fem una aposta nosaltres, sense esperar el suport de ningú, sinó com un detall d'actitud. Però l'ampliació a d'altres gèneres no està prevista.

sia política. Podem parlar d'italianització?

—Es l'estratègia dels mitjans que sí que són dòcils. Potser és una qüestió de cultura general, això de la personalització. Moltes vegades es diu "la plataforma del senyor Polanco" quan el seu grup només és el propietari d'un 20 per cent. Probablement aquesta personalització forma part d'una manera de fer que potser passa més als mitjans de Madrid que no pas als de fora.

—Uns mitjans que en pocs mesos han perdut la calma amb dos "segrestos". El de Martín Prieto i el de Diario 16.

—Sí, és desconcertant aquests últims mesos. Realment no sóc capaç de llegir tots els dossiers de premsa que m'arriben. És una experiència que el cos no pot assimilar en poc temps.

—Potser necessita unes vacances al Carib...

—No necessito anar al Carib. Anant un cop per setmana al Mediterrani en tinc prou.

—Depèn de la llei orgànica. Amb la legislació vigent hi ha risc, però es considera acceptable. Però els contractes que s'han signat amb els clubs de futbol són vàlids si es mantenen les condicions. És a dir, tenir uns drets sense restriccions val un preu i si hi ha restriccions en val un altre. Per tant, això pot afectar moltíssim.

—Però el govern ha de garantir els ingressos previstos als clubs.

—Doncs algú ho haurà de pagar. És difícil obtenir més publicitat per a les retransmissions en obert i potser s'hauran d'obtenir més diners a través dels impostos, com l'IVA o d'altres i, per tant, aquest preu el pagaran no els qui volen veure futbol, sinó tots els ciutadans.

—Tot això ha convertit Jesús de Polanco en un personatge central de la política en pocs mesos. A què atribueix aquesta personalització?

—Polanco és el president d'un grup de mitjans que no són dòcils al govern actual.

—El propietari del grup de comunicació més important de l'estat és al bell mig de la controvèrsia política. Podem parlar d'italianització?

