

serva MediaPro. Ara FlaixTV es diu UrbeTV, tota una declaració de principis. De fet, Vocento ha deixat clar que no garanteix la continuïtat de la programació i plantilla actual de la cadena. La seva intenció és fer un producte per a tot el territori espanyol, oblidant que teòricament ha de complir les quotes en llengua catalana establertes per llei. Sigui com sigui, el projecte que MediaPro tenia amb FlaixTV ha quedat escapçat: "Era una aposta per introduir el català entre els joves, però lamentablement no ha rebut mai el suport de l'administració. Havíem fet una inversió milionària en un horitzó que anava cap a la televisió digital, però considerant les pèrdues econòmiques, vam aprofitar l'oportunitat de vendre la Flaix analògica. Tot i això mantenim el projecte i el farem amb televisió digital", assegura Jaume Roures, president de MediaPro. Però, per què un grup com Vocento ha comprat sense garanties una emissora que té els dies comptats i paga per ella centenars de milions? Per facilitar el desplegament digital, ja que amb aquesta operació introdueix a Catalunya la seva xarxa de televisions locals, la qual cosa l'ajudará a lluitar per la TDT.

**Prisa també vol televisió local.**

L'any 2000, quan ja es parlava de la TDT, el Grup Prisa creava la filial Pretesa, que s'encarregaria de gestionar una xarxa de televisions locals del Grup (Localia). D'aquesta manera, s'assegurava la penetració en el món local a través de les televisions que anys després li servirien per liderar la TDT. El primer pas a Catalunya el va fer el 2002, quan va adquirir la televisió municipal de Viladecans. Naturalment, va començar a emetre part de la programació en castellà, integrada en una xarxa estatal, tot i mantenir programació pròpia en català. Avui Localia és implantada arreu dels Països Catalans, gràcies a la compra de televisions privades i municipals.

**L'Avui: veritable aposta comercial?** El cas de l'Avui és potser un punt i a part, però serveix com a exemple d'una polèmica permanent. Quan es tracta de dictaminar si un grup de comunicació establert a Catalunya és català o no, s'obre l'inevitable debat entre els qui consideren que Planeta, Godó i Zeta són grups espanyols que simplement operen

en territori català, sense un projecte comunicatiu català, i els qui pensen que la llengua majoritària dels seus productes, l'espanyol, no és un motiu per deixar de considerar-los catalans.

Aquesta polèmica va prendre especial força després que una aliança forçada entre Planeta i Godó, juntament amb l'Institut Català de Finances (Generalitat de Catalunya), s'adjudiqués al desembre del 2004 la propietat del diari *Avui*, en fallida econòmica. D'aquesta cursa, en va quedar fora el Grup MediaPro. Es constituïa aleshores una nova empresa, Corporació Catalana de Comunicació, SL. Ja feia anys que l'Avui estava en números vermells, i cap iniciativa empresarial o mesura governamental el va fer sortir d'aquest estat. Fins que, per a sorpresa de molts, l'ajut del ministre José Montilla va liquidar el deute històric amb la Seguretat Social i el Ministeri d'Hisenda i es va salvar el diari.

Per sortir del pas de les primeres crítiques sobre la propietat del diari, tant Planeta com Godó van assegurar que amb aquesta inversió volien posar les bases perquè l'Avui es convertís en "un projecte empresarial sòlid i perquè es consolidi com a diari de referència en català". Malgrat l'aclariment, hi ha sectors que posen en dubte que aquests grups vulguin fer realment un diari competitiu i de qualitat en català, que pugui robar mercat als altres diaris que controlen. Planeta obté amb l'Avui l'única participació en un mitjà de comunicació en català. És l'accionista de referència del diari espanyolista *La Razón*, té participació en Onda Cero i Antena3, i fins fa dos anys tenia l'11% de la Cadena COPE. Quant al grup Godó, ha fet un cert esforç, estrictament amb visió comercial, per desenvolupar productes en català, com la revista dels *Súpers* i les emissores Rac 105 i Rac1. En el sector de la televisió, Godó té CityTV, un model de televisió local en què s'utilitza la llengua catalana de manera absolutament irregular.

El president de MediaPro, Jaume Roures, conclou que hi ha un denominador comú entre els casos de l'Avui, FlaixTV i Ona Catalana: "L'administració no ha tingut mai un projecte definit pel que fa als mitjans privats, ni abans ni ara, perquè parteix de la base que cadascú s'espavili pel seu compte."

*Gemma Aguilera*

**A**l sector dels mitjans de comunicació en català, li sobra cultura de la resistència i li falta visió empresarial?

—Històricament, els mitjans en català han estat propostes més voluntaristes que empresarials, o més o menys impulsades per l'administració pública. Aquesta escassa perspectiva empresarial ha donat com a resultat projectes poc consistents en general.

**—Per què no s'ha creat encara un gran grup de comunicació privat en català?**

—El Govern mai no s'ho ha plantejat, perquè els governs i els polítics en general sempre estan més impressionats pels grans grups, al marge de la procedència. L'administració en general no aplica criteris empresarials per potenciar grups, sinó que, aquí i a tot el món, l'ajuda es fa amb criteris de simpatia política.

**—Aquesta anàlisi també és aplicable en la política de repartiment d'ajudes i subvencions?**

—Les administracions estan més seduïdes pels grans grups, i pels mitjans públics, és clar, i històricament també s'ha reflectit en les ajudes que dona.

**—Com a empresari del sector de l'audiovisual, creu que les iniciatives privades no reben prou atencions?**

—Als governs els preocupen els seus mitjans. Un dels problemes que té el sector audiovisual a Catalunya és que l'administració anterior i l'actual estan més preocupats per TV3 i Catalunya Ràdio que pel sector en conjunt. Si no, per què es fan lleis sense que el sector les conegui i sense consultar-li res? Per no parlar de la política de concessió de llicències de ràdio i televisió...

**—En pot parlar...**

—La concessió de les llicències determina el mapa comunicatiu audiovisual, i aquí s'han concedit a grups que estaven establerts a Catalunya, amb un projecte més o menys català, o gent que no és nacionalista. I el Govern ho ha enfocat tot des del punt de vista de la proximitat, com demostra la concessió a Godó del múltiplex de televisió privat, o la concessió a Godó i Planeta del diari *Avui*.

**—Un Govern ha de tenir un projecte de comunicació nacional?**

—No sé si l'ha de tenir o no. Les eines de comunicació per a Catalunya tenen a veure en primer lloc amb la llengua, i, lògicament, qualsevol administració ha



## “Una indústria de comunicació només en català no pot existir”

Jaume Roures és president de MediaPro, una de les productores multimèdia més potents del sector audiovisual. Amb una llarga trajectòria vinculada al sector audiovisual, va participar en la creació i desenvolupament de TV3. Després es va lligar al sector privat.

de tenir clar com vincula la llengua pròpia als mitjans de comunicació.

— **Aquesta fenja s'està fent correctament, al seu parer?**

— Parcialment, perquè només es veu des de l'òptica dels mitjans de comunicació públics. La llengua té un paper molt destacat, però no pot ser l'únic paràmetre que cal tenir en compte. Posaré un exemple molt clar: per què històricament no s'ha fet cinema a Catalunya? Doncs perquè si només es perfila des del punt de vista de l'idioma, no es pot generar una indústria. Si tinguéssim una indústria cinematogràfica al país, fins i tot es podria fer cinema en català...

— **Una empresa que vulgui créixer i ser sostenible econòmicament pot viure només del mercat en català?**

— Una indústria de comunicació autòctona, que només té com a mercat el territori de parla catalana, no pot existir. Penso que l'única perspectiva viable se-

riosa és una empresa que faci cinema, ràdio, televisió o premsa en català, però que a més treballi amb altres llengües.

— **Així, la possibilitat de crear un grup de comunicació en català no té sentit per a vostè...**

— Tal com està el mapa comunicatiu actual, en què els mitjans públics són l'única prioritat, és del tot impossible.

— **TV3 i Catalunya Ràdio en són l'impediment?**

— L'existència de TV3, les seves dimensions i les inversions que rep fan molt difícil que aquesta indústria privada es pugui desenvolupar seriosament més enllà del voluntarisme d'uns quants. TV3 impossibilita el desenvolupament d'una televisió privada catalana, perquè es menja el mercat comercial de proximitat. I el mateix passa amb Catalunya Ràdio i les ràdios privades.

— **Redistribuir la publicitat de TV3 i Catalunya Ràdio en altres mitjans modificaria el panorama?**

— No ho crec, perquè aquesta publicitat, en el cas de TV3, en comptes d'anar als mitjans privats teòricament en català, se n'aniria a les privades espanyoles. Pel que fa a la ràdio, potser sí que enfortiria altres alternatives en català. I la premsa en català no té publicitat per a altres consideracions, potser perquè no respon exactament a allò que la gent espera, o perquè no té prou difusió.

— **Què podria fer un Govern davant d'aquest panorama?**

— És cert que si no treus publicitat a TV3, d'alguna manera sacrifiques una possible televisió privada catalana. Però llavors l'administració hauria d'esforçar-se per portar a Catalunya una televisió d'abast espanyol que potenciés la indústria audiovisual i afavorís la concentració al sector, i no tindríem aquesta dispersió actual, que no beneficia l'audiovisual com a sector estratègic a Catalunya.

— **MediaPro també volia la gestió de l'Avui, ara en mans de Godó i Planeta. Aleshores vostè va dir que apostava per un diari en català al marge de l'Avui. Els continua interessant?**

— Hem canviat de prioritats. Estem immersos en un concurs per a una nova televisió, i si ens en sortim, amb els nostres recursos i dimensions, ens dedicarem a aquesta televisió, per tant, de moment el diari queda descartat.

*Gemma Aguilera*