

FINESTRA D'OPORTUNITAT per Víctor Solé i Carles Ferrés

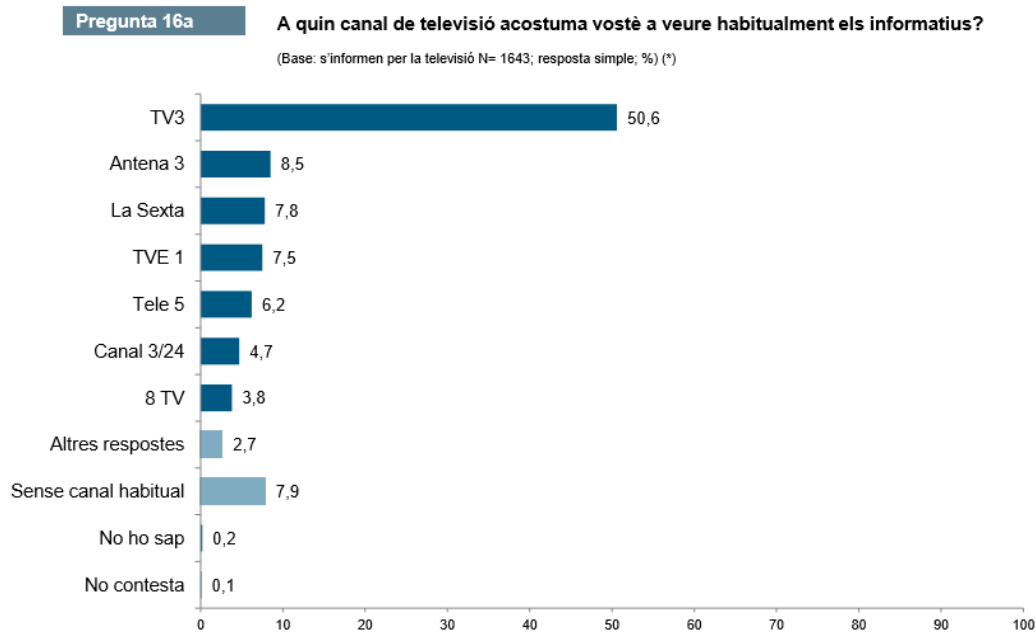
Els mitjans de comunicació a Catalunya: l'anàlisi a través del CEO

En les darreres setmanes s'ha fet pública la **Segona Onada del Baròmetre d'Opinió Pública** que anualment publica el **Centre d'Estudis d'Opinió (CEO)**, organisme autònom que depèn de la **Generalitat de Catalunya** i que el **Govern Central** de l'Estat Espanyol desitja tancar. Aquesta Segona Onada ha estat molt comentada i analitzada pel fet que mostra que una majoria de catalans (55%) votaria a favor en un referèndum d'independència de Catalunya. És, però, un Baròmetre molt més complet i hi ha un apartat que els mitjans de comunicació no han comentat: les audiències que tenen els mass media a Catalunya. Fa uns mesos vàrem fer un anàlisi dels *grups de comunicació privats a Espanya i a Catalunya*, observant en cada cas en quina situació es trobava i quin era el futur que li esperava. En aquest article tractarem de donar un pas més, depenent de quin mitjà tractem, i tenint molt en compte les últimes dades extretes de l'enquesta del CEO de fa unes setmanes.

La Segona Onada del Baròmetre del CEO de 2013 té una mostra de 2000 persones, amb un grau de confiança del 95%, mitjançant enquesta telefònica amb assistència d'un software especial d'ordinador. És doncs una enquesta àmplia i bastant legitimada.

El capítol 3 de la Segona Onada del Baròmetre 2013 està dedicat a les *Actituds davant de la política* dels catalans. L'interès dels ciutadans de Catalunya cap a la política és molt o bastant alt (58%), i ha crescut des de febrer de 2012 (en què el interès molt o bastant alt se situava en un 48%). La desconfiança cap a la política persisteix, però; política entesa com a estructura d'institucions (*polity*) i com a polítiques públiques (*polity*), sense oblidar tot el conjunt d'institucions, persones i decisions i influències que conformen la política en sí mateixa (*politics*). Aquest grau alt de desconfiança i desencant no limita la freqüència amb la que els catalans parlen de política (que se situa en el 62%, amb forta crescuda des de febrer 2012, que presentava un també digne 53%). És clar doncs que la ciutadania catalana és políticament activa, tendeix a mobilitzar-se, des de les milers i milers d'organitzacions que s'engloben dins del capital social, fins a les organitzacions més lligades a les estructures de poder. I entrem, sempre dins del capítol 3 de la Segona Onada del Baròmetre 2013, dins de les audiències catalanes cap als *mass media*. La televisió segueix essent el mitjà més utilitzat

(82%) per a informar-se de política, seguit de premsa (60%), ràdio (40%) i internet (39%), tot i que a la xarxa es poden trobar milions de pàgines i blocs en català dedicats a la política, i és el català la llengua més piulada a Twitter dins l'Estat Espanyol.

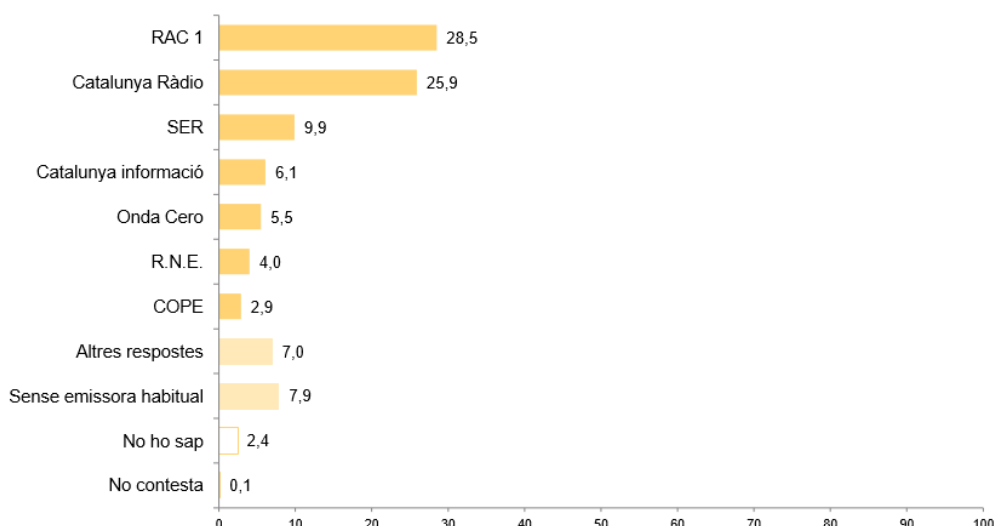


La televisió més vista és **TV3**, de **Televisió de Catalunya**, ens que depèn de l'òrgan públic **Corporació de Mitjans Audiovisuals de Catalunya**, amb un molt alt 50% si el comparem amb el percentatge de la segona televisió al rànking, **Antena 3** (8,5%), o la tercera, **la Sexta** (7,8%). Si ens passem a la ràdio, però, veiem que és la **RAC1** (28%), ràdio del **Grup Godó**, privada, i no la pública **Catalunya Ràdio** (27%), la més escoltada a Catalunya, segurament degut a la seva oferta més àmplia de contingut d'entreteniment amb programes com *La Competència* o *Versió Rac1*, o al carisma d'alguns dels seus locutors –**Jordi Basté**, **Toni Clapés** o **Joan Maria Pou**–. Els catalans, des de petits, són gent de ràdio i és freqüent escoltar discussions sobre programes de ràdio tant en les generacions més joves com en les més grans. Sorprèn, finalment, que el diari més llegit sigui **La Vanguardia** (31%), tant en la seva versió en llengua castellana (19%) com en la seva versió en català (14%), per davant de les versions bilingües d'**El Periódico de Catalunya** (11% i 10%) i del **Diari Ara** (9%).

Pregunta 16b

A quina emissora de ràdio acostuma vostè a escoltar els informatius habitualment?

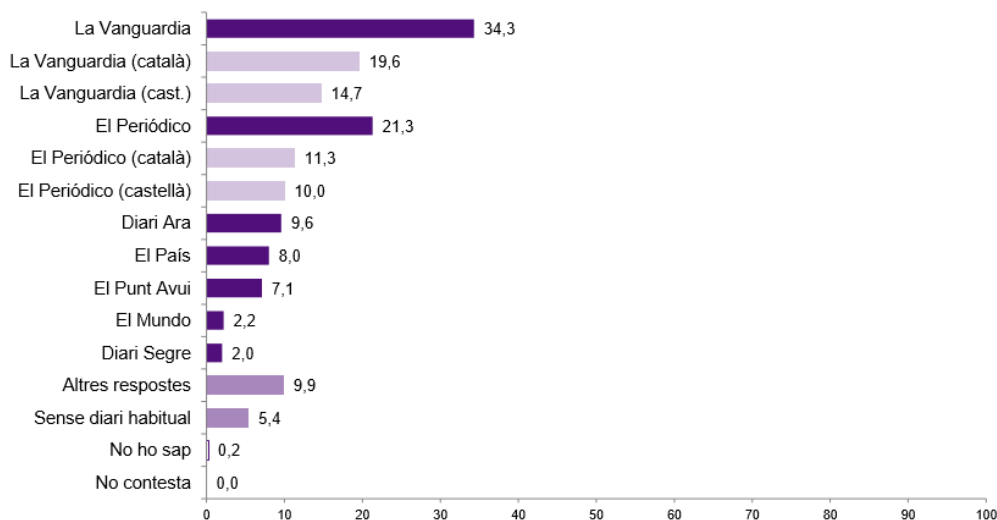
(Base: s'informen per la ràdio N= 805 ; resposta simple; %) (*)



Pregunta 16c

Quin diari llegeix amb més freqüència?

(Base: s'informen pel diari N= 1216; resposta simple; %) (*)



Font: SEGONA ONADA DEL BARÒMETRE D'OPINIÓ PÚBLICA DE CATALUNYA DEL CEO. JUNY 2013

A Catalunya els *mass media* més vistos, escoltats i/o llegits són, doncs, aquells que utilitzen el català com a llengua vehicular. Com hem vist, la televisió més seguida és la TVC, ja que si li sumem l'audiència mitja del **Canal 3/24** (4,7%) a la mitjana de TV3 (50%), ens trobem amb que la confiança dels catalans cap a les teles públiques que depenen de la Generalitat és molt alta, molt més que la que dipositen a les televisions d'àmbit estatals, tant públiques (**La 1** de **RTVE**) com privades: Antena 3 i laSexta del Grupo Antena 3; **Telecinco** i **Cuatro** (aquesta última no apareix a l'enquesta) de la italiana Mediaset. La televisió privada més gran de Catalunya, **8TV**, propietat del Grup Godó, segueix pujant, gràcies a una gamma de

programes –*Arucitys, 8 al dia*– que han anat fidelitzant el públic de mica en mica, amb la mateixa parsimònia i voluntat amb la que RAC1 s’ha convertit en la ràdio més escoltada.

A nivell televisiu, com hem apuntat anteriorment, a Catalunya podem extreure que TV3 és la cadena primordial dels catalans, ja que acumula 11 mesos de lideratge. I si tenim en compte quin és el canal que triem per veure les notícies, un 50% escull els *Telenotícies*. No fa falta recordar que TV3, dins de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), es troba en període de conflicte intern per culpa de l’**ERO** que podria arribar a afectar fins a **312 treballadors**.

Tractem de veure aquesta nova situació des de totes les bandes: pot ser sorprenent que la **Televisió de Catalunya** tingui un nombre de treballadors que volta els **2100 treballadors** –i els més de **430 de Catalunya Ràdio**– i es pot entendre des d’alguns sectors que un aprimament per una sobreexplotació de plantilla potser no li aniria malament. D’altra banda, però, també és fàcil comprendre que els directius de la CCMA tenen un sous desorbitats –la xifra total dels 10 membres arriba a **1.098.071€ anuals**–. Si voleu fer un cop d’ull amb més deteniment podeu entrar a l’Informe: Evolució retribucions òrgans directius de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. En segon lloc, tot i que a partir de la temporada que ve ja no serà així, TV3 pagava com a patrocinador de Barça i Espanyol un conjunt de diners que voltava els 30 milions d’euros anuals. I per últim, molta gent considera innecessari la retransmissió d’alguns esdeveniments esportius que costen molts diners, tot i que l’audiència sempre els acompanya o fins i tot la no realització de programes que acaben sent de producció externa (però amb gran èxit entre el públic) i pels quals es paguen forces diners. El monopoli de la televisió catalana en català, doncs, comença a abandonar TVC i a encaminar-se cap a altres televisions, privades i encara petites, totes dins la capseta que engloba l’univers de la televisió digital terrestre (TDT).

Tot i aquesta situació complicada i on molta gent està implicada, l’aposta de TV3 com una televisió modèlica i d’exemple, amb programes d’un nivell molt alt, amb uns informatius que moltes cadenes podrien desitjar, i professionals de primera fila, són els principals motius de que es mantingui a dalt de tot. Com sempre, esperem que la situació es pugui resoldre de la millor manera possible –desitjant que no sigui necessari arribar a la situació d’execució de l’**ERO**– i que es pugui mantenint aquest model d’èxit de televisiu.

Els catalans són tradicionals quan es tracta de premsa escrita: són **La Vanguardia** –fundada al 1881– i **El Periódico de Catalunya** –nascut al 1978– els diaris més llegits: a moltes famílies catalanes els fills tendeixen a llegir el que llegien els seus pares i els seus avis. Aquest tradicionalisme, que podem trobar en altres societats europees amb diaris antics o que han aconseguit un grau prou alt de legitimació per part de la societat lectora, podria ser germà de la confiança conservadora que manté als canals de la TVC com als més vistos. Amb una gamma familiar i per a tots els públics, sense oblidar alguns programes famosos per la seva originalitat –*Polònia, Bestiari Il·lustrat...*– i amb uns programes informatius –*Telenotícies, Àgora, Singulars...*– que poden ser reconeguts com als més independents dins de les televisions públiques espanyoles, tant la TV3 com el Canal33 com el temàtic d'informació Canal 3/24 entren a les llars catalanes amb esma, i potser els catalans els segueixen gràcies a que per una part agraeixen aquest binomi d'autonomia –més normal en canals privats– i dependència de la Generalitat.

Hauríem de fer una petita reflexió sobre el **Grup Godó** i els seus productes. Si bé **8TV**, tot i poder ésser la veritable competència que TVC ha de tenir en compte dins de Catalunya, és encara una televisió residual, tant important com els múltiples canals catalans de la TDT (25tv, Canal Català, altres), **RAC1** i **La Vanguardia** són molt seguits. La línia editorial dels productes, però, canvia. Si bé 8TV podríem dir que té forts paral·lelismes amb La Vanguardia, amb uns continguts informatius que presenten normalment analistes i comentaristes que sorgeixen del diari i en el que tendeixen a desconfiar del “camí a Ítaca” que el Govern català ha endegat després de les eleccions de Novembre 2012, **RAC1** se situa com a ràdio catalanista sense fissures –tot i que tendeix a presentar tertulians, analistes i comentaristes que podem llegir a La Vanguardia i veure a 8tv–, amb uns locutors que s'han posicionat clarament dins del discurs sobiranista i que han tendit a col·laborar en les campanyes proindependència que de tant en tant apareixen. Aquesta dualitat catalanista, en què per una banda trobem més Durans a La Vanguardia (centre-dreta) i més Junqueras's a Rac1 (centre-esquerra), converteix al Grupo Godó en el principal grup mediàtic privat català; la puta i la ramoneta dels *mass media* de la Marca Hispànica. Diferentment del Grup Godó trobem el **Grup Zeta**, dels **Asensio**, que posseeixen **El Periódico de Catalunya**, amb una línia editorial que se situa al centre-esquerra federalista lligat tant al PSC com a ICV-EUiA, amb tics sobiranistes, però sense deixar mai d'ésser catalanistes.

Més enllà de TV3 també hi ha vida; la segona televisió (quasi) completament en llengua catalana, més vista, amb més audiència, és 8TV. La cadena del Grup Godó, després de rebre diversos noms i alguns intents fallits, sembla haver trobat el seu espai televisiu, tractant emular el model d'èxit de RAC1. Ja fa molts anys que apostà per l'entreteniment amb l'*Arucitys* d'**Alfons Arús** (creador, introductor i impulsor de models televisius no solament a Catalunya, sinó a tota Espanya, com els programes de zàpping o la paròdia esportiva), que podem dir que era el programa insígnia de la cadena fins que des de fa dues temporades **Josep Cuní** –el rei dels matins catòdics catalans durant més d'un lustre– va canviar TV3 per un nou projecte a aquesta cadena, aconseguint consolidar una audiència força fidel. Cuní, a més, és cap d'informatius de la cadena, que aposta fort per altres programes d'informació, com *Migdia* (conduït per **Ruth Jiménez**, esposa del publicista **Risto Mejide**) i *Equip de reporters* (liderat per **Pol Marsà**), sense oblidar les mensuals cites amb *La Competència en color*.

En el món de les ones radiofòniques, RAC1 s'ha consolidat com la primera ràdio a Catalunya, desbancant la pública i de vegades obsoleta Catalunya Ràdio, i la forçada **Cadena SER**. Una ràdio amb 13 anys de vida, RAC1 ha aconseguit al llarg de la seva curta vida que alguns dels millors professionals en el món de la comunicació hagin passat pels seus micròfons. El seu èxit pot basar-se, segons algunes veus, en haver aconseguit trobar un nou públic, amb un *target* força més jove del que escoltava habitualment la ràdio on l'esport i l'actualitat en molts casos barrejat amb l'entreteniment han estat cabdals en aquesta transformació. Cap a principis de la passada dècada, darrers anys de pujolisme i polaines, molts professionals van marxar de TV3 a RAC1, o si més no, van trobar l'equilibri per col·laborar-hi, com **Jordi González**, **Albert Om**, **Toni Soler**, en què van aconseguir revitalitzar la seva carrera, incloure sàvia nova dins la comunicació i l'entreteniment catalans. RAC1 va ser el primer pas cap a una xarxa d'emissores i televisions i diaris de titularitat privada a i de Catalunya, un aspecte que veiem créixer en els darrers anys gràcies a fresques iniciatives com el **Diari Ara**, que amb poc més de 2 anys ha desbancat el moribund **El Punt–Avui** com a diari més llegit d'exclusivitat en català i de la qual han aparegut rumors que estaria tractant d'iniciar un projecte radiofònic, on el ja ex-corresponsal de TV3 als Estats Units d'Amèrica, **Antoni Bassas**, podria tenir-hi un paper important.

Així doncs, veiem que a Catalunya encara hi ha futur per als *mass media* oriunds, o almenys molta vida, que anirà evolucionant. Potser arribarà un dia en què la TVC, que sempre ha vist la britànica BBC com a exemple a seguir, deixarà d'emetre tant publicitat com altres programes molt cars, deixant que aquests es traslladin a les seves cosines privades. Finalment, esperem de tot cor que els mitjans catalans segueixin creixent malgrat les dificultats i tots els seus professionals –alguns, genials– que es troben en una situació complexa resolguin ben aviat els seus problemes.