



La comercialització de la televisió i la ràdio pública catalana

Vicenç Navarro

31/05/10

Han aparegut darrerament diversos estudis als Estats Units sobre els mitjans de comunicació d'aquell país que tenen gran rellevància per a Espanya (veure el número especial d'Extra', sobre la televisió pública als Estats Units). Alguns d'aquests informes s'han centrat en els mitjans televisius i el que detallen sobre les diferents cadenes, tant privades com públiques, als Estats Units, té plena vigència per a les televisions a Espanya. Una de les observacions que aquests estudis fan és que el finançament de les cadenes televisives, per part de companyies que promocionen els seus productes en els seus espais, tenen gran influència en la configuració del contingut i l'orientació de la majoria de programes que emeten, sent la seva influència major fins i tot que la que els correspondria pel temps comprat per anunciar els seus productes. Els equips directius de les corporacions televisives, així com els dissenyadors de programes, són plenament conscients dels interessos, no només particulars i específics de cada companyia que promociona els seus productes, sinó també dels interessos generals que aquestes companyies tenen com a part d'una classe empresarial que treballa en un determinat sector. Per exemple, es va veure clarament que hi havia una relació entre anunciants de productes específics alimentaris i el tractament de la cadena

televisiva cap a la indústria agroalimentària, excloent qualsevol tipus de crítica de tal indústria en els seus canals. D'aquí l'escassíssim nombre de programes crítics amb tal indústria en les majors cadenes de televisió, havent-se produït i emès anàlisis crítics cap a aquesta indústria només en cadenes televisives públiques, mancades de suport financer per part de tal indústria.

Aquesta situació té una enorme rellevància en el debat que s'ha produït al nostre país sobre si la televisió pública a Espanya i a les seves comunitats autònomes haurien d'estar finançades, en part, pels anuncis comercials. L'evidència existent mostra clarament que el finançament privat inhibeix l'actitud crítica de la cadena cap als grans grups empresarials que s'anuncien en aquestes cadenes televisives, com ho testifica la manca de programes i actituds crítiques, no només a les televisions privades, sinó també en la televisió pública, finançada en part privadament (com ho és la televisió pública catalana, TV3), cap a la indústria agroalimentària o sobre la indústria farmacèutica o sobre la Banca (o sobre les Caixes) o sobre les companyies energètiques i de telecomunicació, per citar quatre dels sectors que tenen més anuncis a TV3. Tal televisió pública catalana té no només una "crosta nacionalista", com molt bé ha dit Joan Ferran –dirigent del PSC–, sinó també una "crosta neoliberal" (veure el meu article "[Les entrevistes de Mònica Terribas i TV3](#)", El Debat, 18.04.10), que es reflecteix constantment en els principals programes de tal televisió. L'últim d'una llarga llista d'exemples és un programa on es van discutir les mesures a prendre per sortir de la crisi que –com era d'esperar– es van centrar a baixar els salaris, reduir el sector públic i disminuir els costos de l'acomiadament, amb un únic economista present en el debat, promovent el dogma neoliberal. L'actitud crítica cap a grups de poder econòmic i financer brilla per la seva absència, en contrast amb la televisió pública espanyola que, a base de finançar-se públicament, ha començat a

emetre diversos programes crítics sobre algunes vaques sagrades a Espanya, com El Corte Inglés. És fonamental que, per tenir una televisió pública plural, aquesta deixi de dependre d'aportacions de grans grups empresarials. És sorprenent i profundament erroni que un govern d'esquerres, com ho és el de la Generalitat de Catalunya, i amb un Parlament en què les esquerres són majoria, afavoreixi la comercialització de la cadena de televisió pública.

Una altra conclusió dels treballs publicats als Estats Units sobre els mitjans esmentats anteriorment, és que cada mitjà radiofònic o televisiu configura la seva pròpia audiència, la qual cosa explica el to partidista encaminat a mobilitzar-la. Això apareix clarament a TV3 i Catalunya Ràdio, on un gran nombre de programes emfatitzen un nacionalisme conservador i neoliberal molt accentuat, que ha creat la seva pròpia audiència. Una audiència que no és representativa de la totalitat de la població a Catalunya que, per cert, és la que, a través dels seus impostos, contribueix a finançar aquesta cadena televisiva. Aquesta "audiència captiva" explica que quan Antoni Bassas, el director del programa "El matí de Catalunya Ràdio", profundament nacionalista conservador-neoliberal de TV3, va deixar la direcció del programa, la seva audiència va baixar significativament. D'aquesta manera, les audiències es creen i es configuren segons els interessos de la ràdio o de la cadena televisiva. I tal com aquells estudis documenten, si aquesta ràdio o cadena és privada o està finançada parcialment amb fons privats s'intenta configurar una audiència de capacitat adquisitiva superior a la mitjana, ja que és la que atreu major nombre de grans grups empresarials que volen anunciar els seus productes. I això és el que passa en els nostres mitjans públics o privats.

Una conseqüència d'aquesta comercialització de la televisió pública és la dilució de la funció pública, avaluant-se l'èxit de la televisió pública

per l'audiència aconseguida, més que per la utilitat social del programa televisiu. Això ha arribat a l'extrem que programes de gran valor informatiu, com 'Millennium', o documentals especials, com 'Els Espies de Franco' es facin a altes hores de la matinada, quan la majoria de la població treballadora està dormint, o a hores que no són de fàcil accés per a la gent que treballa. D'aquesta manera la televisió pública va adquirint característiques de la privada, centrant-se en l'entreteniment, amb la diferència que sigui en català. L'objectiu d'aquesta cadena pública, TV3, es converteix primordialment a promoure el català. Un objectiu lloable. Però hi ha moltes maneres de fer-ho, i tal com s'està fent, reproduïx un pensament conservador i neoliberal nacionalista, que el govern i el Parlament no s'han atrevit a canviar, ja que el poder corporativista de la Televisió i Ràdio Catalanes és enorme i ni les esquerres, ni la majoria de la intel·lectualitat a Catalunya, s'han atrevit a denunciar, el que és, d'altra banda, àmpliament conegut. Tothom ho sap, però pocs ho denuncien. I així va el nostre país.