komunikazioa

Mikel Lejarza, durante la conferencia que ofreció el viernes en Zarautz. *Foto: N.G.*

Mikel Lejarza

PRESIDENTE DE ATRESCINE

"Me pregunto si ETB sigue siendo una plataforma para la gente que tiene veintipocos años, y sospecho que no"

Un reportaje de ***Carlos Marcos***

Mikel Lejarza, actual presidente de Atresmedia Cine, vinculado a la televisión durante muchos años ejerciendo destacados cargos directivos en EITB, Tele 5 o Antena 3, doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid y con un currículum tan amplio que daría para llenar por sí solo toda esta página, se acercó el pasado viernes hasta Zarautz invitado por la asociación ZarautzOn para dar una conferencia en torno al panorama audiovisual actual, los importantes cambios sufridos en los últimos años, los que están por llegar y las consecuencias que pueden tener los grandes grupos multinacionales ante la televisión generalista en abierto, las grandes y las pequeñas, como los canales autonómicos.

¿Son una amenaza estos gigantes? Lejarza, que formó parte del equipo pionero que puso en pie Euskal Irrati Telebista, quiso mostrarse optimista, sin vaciar por ello de crítica el papel de la televisión generalista y más en concreto de las televisiones públicas. "Euskal Telebista es mejorable", arreó en el primer golpe. "Me pregunto si para la gente que hoy tiene veintipocos años, ETB sigue siendo una plataforma, y sospecho que no", argumentó. "Me temo que aquel papel brillante que jugó ETB, hoy en día no es para tanto", insistió. Y retomó su reflexión defendiendo que "uno de los valores que tiene que tener una radiotelevisión pública es ayudar y dar oportunidades a aquellas personas de su marco geográfico que quieren trabajar en medios de comunicación. Me temo que eso ya no es así, que hubo una generación que cogimos esa ola, cuando empezó, pero temo que ya no es una plataforma para los que hoy tienen veintipocos años, como lo fue para nosotros", lamentó.

"Yo quiero para las nuevas generaciones de Euskadi las mismas oportunidades que tuve yo en ETB, así de claro, y estoy muy agradecido, pero sospecho que no las están teniendo", insistió en su petición.

LA 'MUERTE' DE LA TELEVISIÓN
El futuro con las plataformas

La pregunta surgió sola, ¿tienen hueco las televisiones públicas, las televisiones autonómicas, la televisión generalista ante esos gigantes que acechan como Netflix? "El año pasado se publicaron 14 libros que llevaban la palabra televisión y la palabra muerte en el título, es como para darse por aludido. Y, sin embargo, yo creo que la televisión en abierto tiene mucho futuro. Las nuevas plataformas como Netflix no hacen directo ni actualidad, hacen televisión enlatada, son fantásticos videoclubes y por lo tanto, la televisión generalista en abierto tiene que jugar más ese campo", señala. ¿Y si Netflix mañana decide hacerlo también? "Pues tendría un problema, su oferta es global, es difícil hacer actualidad vasca, inglesa, alemana, francesa... Pero sí, es un riesgo".

Precisamente, aclara, la fórmula que receta para las televisiones generalistas estatales es la misma que han venido usando con acierto durante años los canales autonómicos para competir: "La cercanía, contar lo que sucede aquí al lado". Y ahí sigue estando el papel de los canales autonómicos, "en lo que eres imbatible", apunta. "Hay cosas que hace ETB que solo hará ETB, como la información local vasca –que no tiene por qué ser solo información política, también social y cultural–, la pelota, la Vuelta Ciclista al País Vasco... Te tienes que hacer fuerte en aquello que es exclusivo tuyo y claro, me dirás que con eso no te da para llenar 24 horas al día. Pues no hagas 24 horas al día, no pasa nada, a una panadería que le va muy bien tampoco está abierta a las tres de la madrugada".

Si bien, añade otro matiz sobre la televisión pública en general y cuál debe ser su papel: "No es lo mismo hacer televisión pública que televisión gubernamental y tengo la impresión, sin citar a nadie, que la televisión pública tiene una tendencia general muy clara de acabar haciendo televisión gubernamental, y hacer televisión pública no es hacer televisión gubernamental", defiende.

Sobre la situación de la TDT, con cada vez más canales y una audiencia más fragmentada, Lejarza es tan gráfico como claro: "La mantequilla no se puede untar en el pan rallado, necesitan un trozo de pan, y la televisión se está fragmentado tanto que empieza a tener un problema para untar la mantequilla, que es la publicidad. Y ahí entra la importancia de los grupos multimedia, que agrupan varios canales, para volver a aportar a esa publicidad un trozo de pan".

Además, pone en valor la producción de las televisiones generalistas frente a otras tan elogiadas en las nuevas plataformas de pago: "Si comparas las audiencias que consiguen esas series con la que consiguen esos programas denostados de la televisión en abierto son abismales", así que vaticina que el siguiente paso será poner en valor esas audiencias subiendo "el precio de la publicidad". Y da un paso más allá para subrayar el papel relevante que juegan las televisiones generalistas frente a las nuevas plataformas: "¿Cuál es el tema del que más hemos hablado el último año todos nosotros? De Catalunya. Y Netflix no le ha dedicado ni un segundo, bueno sí, tienen un documental", deja caer invitando a la reflexión sobre el relevante papel que siguen jugando los medios de comunicación en la sociedad.

Así, hasta llegar hasta hoy, divide la historia de la televisión en tres etapas: Primera, la Paleotelevisión: "Una televisión cuya característica fundamental era que prácticamente el 100% del producto que emitían lo producían ellas mismas. En el caso español sería el de RTVE hasta que aparecieron las televisiones privadas, o más concretamente hasta dos años después, el 92".

Después llegaría la Neotelevisión: "Las televisiones deciden que van a ser simplemente los empaquetadores de un producto que ya no van a producir, solo empaquetar. Esto provoca una enorme proliferación de productoras independientes", explica, que serían los que producían esos programas que hacen producían en solitario las cadenas. La etapa dura hasta la llegada de Internet.

> "Plataformas como Netflix no hacen directo ni actualidad, hacen televisión enlatada"
>
> "En la próxima década la competencia ya no va a ser entre canales sino entre plataformas"
>
> **MIKEL LEJARZA**
> Presidente de Atrescine

Y llegamos al presente, el momento actual, en el que Internet rompe con todo: "El valor que tenía la televisión antes era que teníamos una licencia, que era como tener un estanco o una farmacia, que no cualquiera podía. Pero con la llegada de Internet ya no es así. Se rompe el puente que existía y ahí está el caso de Netflix que no usa ninguna licencia", explica.

Y es así cuando el público empieza a decidir "qué ver, cuándo y dónde", y los canales tradicionales montan también sus propias plataformas online: RTVE a la carta, Atresplayer, Mitele de Mediaset... Y advierte, "cuando cambia un lenguaje, cambia también la sociedad que habla y utiliza ese lenguaje. De hecho, nuestros hijos no aguantan una serie con cuatro cortes de publicidad, igual que hay mucha gente que sufre sudores fríos viendo una película en el cine porque no pueden encender el móvil". Es lo que algunos llaman la Metatelevisión y otros la Hipertelevisión, donde vivimos rodeados de pantallas a nuestro servicio sin que ningún programador de la tele nos diga qué ver y cuándo hacerlo.

ONCE PLATAFORMAS MUNDIALES
La tele, como los móviles

Precisamente, Lejarza señala que la televisión empieza a ser como nuestros móviles: "Tenemos 50 aplicaciones y solo usamos cinco, pues tenemos un montón de canales y solo vemos unos pocos". Se avecinan nuevos cambios, alerta: "En la próxima década, en la cual espero estar felizmente jubilado, la competencia ya no va a ser entre canales, ni siquiera entre grupos de comunicación audiovisual, va a ser entre plataformas, que serán como centros comerciales donde haya de todo".

Y aumenta la apuesta: "Creo que va a ver diez, once plataformas en todo el mundo, como mucho doce". Y empieza el recuento: "La primera, clarísima, Disney, que acaba de comprar al gigante Fox, es un trasatlántico y a finales del año que viene van a sacar su propia plataforma, que la gente ha empezado a llamar Disneyflix, y que probablemente se llamará Disney Premium".

Y sigue el recuento, "Netflix, una máquina con cerca de 130 millones de abonados en el mundo que ha puesto patas arriba el negocio tradicional y quiere llegar a los 200 millones, aunque para eso necesita entrar en China y no lo va a tener fácil. Personalmente, es un modelo que me da miedo, me recuerda a los tiburones, que necesitan estar en movimiento continuo, porque han hecho del crecer sin parar su seña de identidad, y el día que no hagan más van a tener serios problemas".

Tercero, AT&T, que se acaba de convertir en un gigante al comprar Warner Bros. Cuarto, Comcast que ha comprado Universal Studios. Quinto, "el que yo creo que va a ganar", Amazon. "Tiene una ventaja competitiva brutal, además de saber la tele que veo saben la ropa que visto, los discos que escucho, los libros que veo, hasta la comida que me gusta, me conocen de arriba abajo, y tengo la impresión de que de momento solo están calentando motores, jugueteando".

Sexto, Google, "son los propietarios de Youtube, que tienen millones de vídeos y van a empezar a emitir películas gratis con publicidad". Séptimo, Facebook, "con más de 2.000 millones de usuarios, y ya están preparados para retransmitir vídeo". Octavo, el mundo musulmán en torno a Al Yazira. Noveno, los chinos. Décimo, los británicos "en torno a la BBC seguramente y aprovechando la lengua inglesa". Y undécimo, cada país importante tendrá su propia plataforma local: Francia, Alemania, Italia... En el caso español, se acaban de unir RTVE, Atresmedia y Mediaset en torno a LovesTV, abierta también a la participación de los canales autonómicos. Y a partir de ahí, pronostica una próxima década rica en fusiones entre estos grupos para hacerse aún más grandes y, antes incluso, la compra de empresas que han quedado fuera de estos gigantes, como Paramount o Sony "que sin entrar no pueden jugar la partida".

Centrado en el caso español, el directivo de Atresmedia matiza que la plataforma LovesTV está basada "no en la fusión, sino en la colaboración, en el acuerdo" entre RTVE, Atresmedia y Mediaset que, en su opinión, "si por fin se da algo de raciocinio" debería valerse del potencial de la lengua castellana y montar con el mercado Latinoamericano, "Televisa por ejemplo", una gran plataforma que multiplique por mucho la audiencia que se puede conseguir en España y ser uno de esos gigantes que van a jugar el partido mundial de las plataformas.

La transformación del panorama actual es tal, que ya ni siquiera se sentido en que haya una Academia de Cine por un lado y otra Academia de Televisión por el otro. "¿Qué sentido tiene? ¿No se han enterado de que Imanol Arias es el mismo cuando hace *Cuéntame* que cuando hace una película, y lo mismo el director de una serie de televisión y de una película de cine? ¿Por qué hacemos academias parciales? Es un reflejo clarísimo de que ha cambiado totalmente el panorama y sin embargo el sector no ha hecho los cambios para adaptarse a la nueva situación", subraya el presidente de Atresmedia Cine.

Finalmente, este amante de la televisión que cambió profesionalmente su ojito derecho por el cine hace nueve años –"tuve un infarto y me trataron tan bien en el hospital que después tuve otro", aclara– pone el foco en los iSports –"por los que Atresmedia ya ha empezado a apostar"–, la realidad virtual y los boots (robots) por el papel relevante que van a tener en el futuro. De hecho, concluye que lo que hoy copa el mercado, Amazon, Facebook, Youtube... ni siquiera existía hace 25 años. ●

komunikazioa

'The Graham Norton show' vuelve a mañana a Cosmo

Cantantes, deportistas y actores, los invitados del programa británico en su vigésimo tercera temporada

Graham Norton y dos secuencias de los invitados. *Foto: Cosmo*

BILBAO – Cosmo estrena hoy la última temporada al completo de *The Graham Norton show*. Los últimos trece programas estarán disponibles en los diferentes servicios de vídeo bajo demanda en cada uno de los operadores de televisión de pago.

Emily Blunt, Tom Holland, Dwayne Johnson, Martin Freeman, Ryan Reynolds, David Beckham, Benedict Cumberbatch, Matt Leblanc, Orlando Bloom, Emilia Clarke, Gloria Estefan, David Tennant, Chris Pratt, Jeff Goldblum o los cantantes Kylie Minogue, Roger Daltrey o Jess Glynne son algunos de los nombres que estarán presentes en la temporada 23 de este programa de entrevistas que se ha convertido en un éxito de audiencia en todo el mundo.

El artífice de este fenómeno mediático y principal razón por la que todos los famosos están dispuestos a contarnos aspectos poco conocidos de su vida y su trabajo es Graham Norton, su carismático presentador. *The Graham Norton show* se emite desde 2007 en la televisión británica y se ha convertido con el paso del tiempo en uno de los escaparates preferidos de las estrellas de cine, cantantes y deportistas.

La lista de invitados en esta temporada es muy extensa. Así, por ejemplo, en los nuevos programas los espectadores se encontrarán a la estrella británica de *El diablo viste de Prada* y *La chica del tren* Emily Blunt acompañada de John Krasinski. Los dos protagonizan juntos la película de terror *Un lugar tranquilo*, además de ser marido y mujer en la vida real. Entre los invitados en el sofá también está prevista la estrella de *Piratas del Caribe* y *El señor de los anillos* Orlando Bloom. Además, las mujeres tendrán un protagonismo especial ya que Graham reunirá a parte del equipo de *Ocean's 8*. Sandra Bullock, Cate Blanchett, Rihanna, Helena Bonham Carter y Sarah Paulson contarán cómo fue el rodaje de esta película. – ***R. Lakunza***

Cartel promocional de 'Superperdidos'.

'Superperdidos', a partir del próximo día 15 en TNT

BILBAO – *Superperdidos* vuelve a TNT de la mano de la tercera temporada en forma de maratón. Los próximos días 15 y 16, a partir de las 9.00 horas, los espectadores podrán disfrutar de cinco nuevos episodios cada día.

A partir del 17 la tercera temporada completa estará disponible a través de los servicios de SVOD de todos los operadores. Para completar el estreno, las dos primeras entregas de la serie también podrán verse desde el 1 de diciembre en SVOD. Los protagonistas de han sobrevivido a un accidente aéreo, a las perrerías de un grupo de temibles piratas y, ahora, se convertirán en náufragos que dan con sus huesos en la isla privada de un multimillonario. – ***R. L.***

Las telenovelas turcas enganchan a los de Mediaset para competir con Atresmedia

EN DIVINITY – Mediaset sigue la estela iniciada por Atresmedia con las telenovelas turcasy en breve emitirá *Sühan: Venganza y amor*. Tuba Büyüküstün y Kivanç Tatlitug, dos cotizados actores de la televisión turca, encarnan al dúo protagonista de este drama romántico que narra la apasionada historia de amor de dos jóvenes unidos por el destino. La serie ha estado nominada a los Emmy Internacionales recientemente entregados como mejor drama. Esta producción llega tras el gran éxito de *Kara Sevda*.