Se clausura en San Sebastián la asamblea anual de la cadena SER

Cebrián pide imaginación y creatividad para hacer frente a la reconversión de la radio

J. M. L., San Sebastián

Entre lo universal y lo local, lo planetario y lo doméstico, la radio en España vive tiempos de transformación y desarrollo. Y para hacer frente a los nuevos desafíos, más que nuevas tecnologías disponibles en el mercado, lo que hace falta es talento, imaginación y creatividad. Ésa es la opinión de Juan Luis Cebrián, consejero delegado de PRISA y vicepresidente de la SER, que ayer clausuró en San Sebastián la asamblea anual que la Sociedad Española de Radiodifusión ha celebrado en la capital vasca.

Durante cuatro días, los directores y cuadros directivos de todas las emisoras integradas en la cadena SER han analizado la situación de un sector al que no son ajenas la revolución tecnológica y la reconversión industrial que vive toda la sociedad europea. La cadena SER, que mantiene un claro liderazgo en el mercado, seguirá su política de una mayor especialización en la oferta radiofónica, con formatos claros y perfectamente reconocibles por la audiencia en un mercado que, sin duda, va a conocer profundas transformaciones en los próximos dos años. La cadena SER, además de su programación convencional, lidera el mercado de la radio musical, con la cadena 40 Principales, la Cadena Dial y M-80, en colaboración, ésta, con Antena 3.

Javier Díez Polanco, consejero delegado de la SER, y Augusto Delkáder, director general de la cadena, analizaron las perspectivas del sector de la radiodifusión con un mercado publicitario deprimido que debe soportar la creciente competencia generada por la guerra de tarifas de las televisiones privadas y públicas. Así, por ejemplo, las televisiones autonómicas que se financian con importantes subvenciones públicas compiten cada día con mayor fuerza en mercados publicitarios hasta hace poco reservados a las radios.

Inversión publicitaria

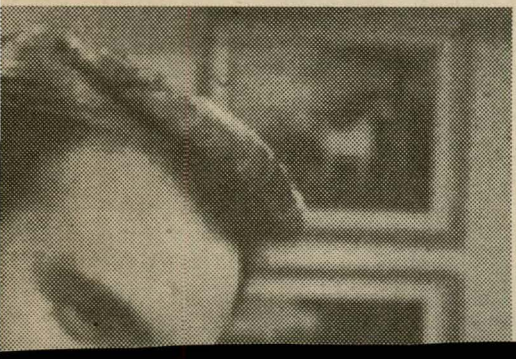
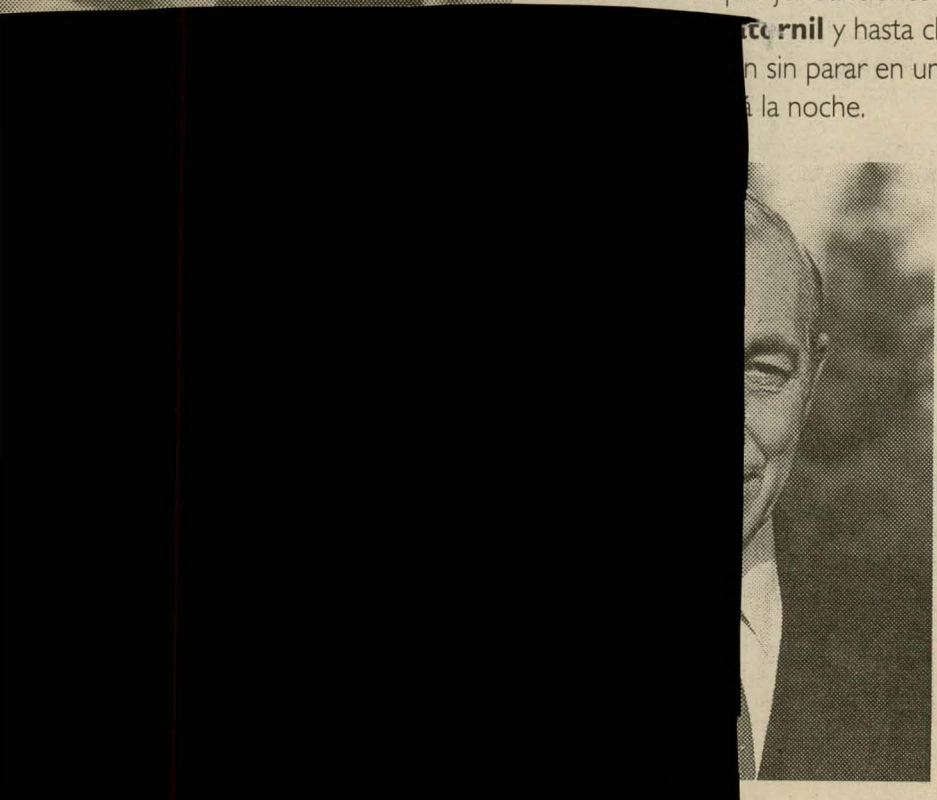
El descenso de la inversión publicitaria en los medios de comunicación ronda el 12% en lo que va de año y quiebra una tendencia alcista de los años 1990 y 1991. La radio, sin embargo, no ha sido el sector más perjudicado por la crisis, ya que, frente a un 10% de descenso en su facturación publicitaria, el sector de las revistas ha experimentado una caída del 35%; los diarios, de un 20%, y la televisión, de un 6%, según los datos manejados por los analistas del sector.

El caótico modelo audiovisual español, sus carencias y posible evolución fue analizado por Juan Cueto, director de Canal +, que asistió a la asamblea como ponente. Cueto describió el impacto que en un futuro próximo tendrán en el mercado de la comunicación las nuevas redes de telefonías integradas, que abastecerán a domicilio con ofertas de ocio y cultura hoy inimaginables. José María Martí, director de Radio Barcelona, explicó las nuevas tendencias de la radio en Europa y Estados Unidos, y Jaime Polanco, que dirige la empresa GDM, habló sobre la política comercial de la cadena.

Para luchar contra la crisis del sector, los directivos de la cadena se mostraron partidarios de una fuerte renovación empresarial con una importante inversión en capital humano para reestructurar la actual radio generalista, que consideran que está anclada en fórmulas que duran ya más de una década. Los directivos de la SER decidieron que la próxima asamblea de la cadena se celebre en Sevilla.

mingo

TELE 5



Esta noche de domingo te invitamos al más sabroso sandwich. **Manolo Escobar** emparedado en un Hotel de Buenos Aires entre dos bandas rivales. Unos y otros buscan la magnífica esmeralda "Alejandra" que, sin saberlo, Manolo tiene entre sus tarros de maquillaje. Canciones de Escobar, **rnil** y hasta chistes de n sin parar en una película á la noche.