

**Quina solvència té
PricewaterhouseCoopers
per analitzar l'estratègia de la CCMA?**

La CCMA encarrega a PwC revisar el seu Pla Estratègic

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals –CCMA- va encarregar el **setembre de 2012** a PricewaterhouseCoopers -PwC- un estudi per analitzar el funcionament de les seves empreses, TV3 i Catalunya Ràdio. **PwC va guanyar el concurs per fer aquesta feina**, que consistia, segons el plec de condicions, en “procedir a una revisió de les conclusions del treball realitzat en la elaboració del Pla Estratègic [aprovat per l’anterior Consell de Govern de la CCMA] i l’**elaboració del Pla de Viabilitat que permeti la continuïtat del servei públic que té encomanada la CCMA**”.

El concurs el va obrir la CCMA el juny de 2012 amb un pressupost de 185.000 euros -PwC al final se’l va adjudicar per 150.000-, i en les condicions s’especificava que el “treball requerirà de: una anàlisi i reflexió sobre el Model Actual de la CCMA, i d’una comparativa amb el sector; la identificació de les oportunitats de millora de l’organització, dels recursos, dels processos i de la tecnologia; la definició del nou marc laboral; l’anàlisi econòmicofinancer actual i previst per al futur; i l’anàlisi jurídic i acompanyament per a l’execució del pla”. També s’hi marcava quin tipus de “solvència tècnica” havien de tenir les empreses aspirants, i ho havien de provar acreditant cinc anys d’activitat en consultoria, els serveis similars en els darrers tres anys, i els projectes similars en el sector audiovisual i en el sector públic.

Què és PricewaterhouseCoopers?

S’autodefineix com a “firma de serveis professionals”, i entre aquests serveis s’inclouen les auditories, però també tota mena de consultes “expertes” – financeres, de viabilitat, de control intern, de riscos tecnològics, etc-, a més d’assessoraments legals, fiscals, etc. És a dir, tant estudis sobre el funcionament intern d’empreses i institucions, com assessorament per a les relacions externes, per moure’s en els complexos móns de la legislació i la fiscalitat. **És la firma de serveis professionals més gran del món**, amb socis a més de 150 països i establerta a més de 700 ciutats, amb 150.000 persones treballant-hi, i un volum de negoci de ronda els 30.000 milions de dòlars anuals. Comparteix el lideratge mundial amb tres firmes més: Deloitte, Ernst & Young i KPMG.

Però aquestes firmes no són empreses multinacionals, sinó xarxes de despatxos que comparteixen una marca i unes metodologies de treball.

És a dir, d'una banda hi ha una empresa "mare" que no ofereix serveis, sinó que es dedica a a crear i a coordinar els patrons, els procediments i els materials amb què funciona la marca, i de l'altra hi ha els despatxos associats, que són els usuaris d'aquests patrons, procediments i materials i també els beneficiaris del prestigi mundial de la marca. Però establerts a cada país i a cada ciutat, **els despatxos són independents entre sí i no és fan coresponsables del què facin els altres**, en una estructura que recorda el funcionament de les franquícies.

En el cas de PwC la forma jurídica amb la que és relacionen els despatxos amb l'empresa "mare" és una "limited liability partnership" (LLP), una figura similar a la "societat limitada" (SL), però amb menys coresponsabilitat. Els responsables de l'estudi que s'està fent a la CCMA, doncs, no venen de fora, sinó que són locals, i són plenament autònoms, sense dependència externa. En concret, el contracte de la CCMA l'ha guanyat Landwell-PricewaterhouseCoopers Tax&Legal Service, S.L., (amb adreça a l'Edifici Caja de Madrid Avinguda Diagonal, 640 08017 Barcelona) un dels despatxos associats a PwC que hi ha a Espanya.

Què sap PwC de mitjans de comunicació?

PwC, en els seus propis documents tant a nivell mundial com a nivell espanyol, llista extensament les àrees en les quals es considera a si mateixa experta, però entre aquestes àrees no hi figuren els mitjans de comunicació públics. Pel que fa als mitjans de comunicació en general ofereix als seus clients l'anomenat "Global Entertainment & Media Outlook" –GEMO–, una mena d'informe en què s'analitzen les dades mundials del sector mitjançant eines informàtiques, i s'ofereix una previsió de tendències futures a quatre anys vista –ara mateix està vigent el GEMO 2012-2016- (<http://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/gemo-introduccion.jhtml>).

Aquesta eina, però, està centrada en els mitjans comercials, i pel que fa a la televisió, només n'analitza dues dimensions: la televisió de pagament, i la publicitat en televisió. És a dir, **PwC es limita a analitzar la televisió com a negoci, i, a més, en cap cas no ofereix una visió experta dels mitjans en la seva vessant comunicativa**, ni dels seus continguts, ni molt menys de la funció social que fan. Si tenim en compte la formulació de l'encàrrec inicial, que diu que la consultora guanyadora ha d'assumir "l'elaboració del pla de

viabilitat que permeti la continuïtat del servei públic que té encomanada la CCMA”, **aquesta firma NO té el perfil adequat per fer aquest estudi.**

L’orientació de PwC a Espanya és coherent amb aquest perfil general: el soci responsable de l’àrea d’entreteniment i mitjans –i també de telecomunicacions, tecnologia i energia- **és en Manuel Martín Espada**, un llicenciat en matemàtiques que llueix un currículum de més de 20 anys al sector –entre altres, ha treballat també amb Deloitte-, **i que es presenta a sí mateix com a expert en reducció de despeses i externalització de serveis** -per exemple, en centres d’atenció telefònica- (<http://www.pwc.es/es/sala-prensa/biografias/lideres-sectoriales.jhtml>).

PwC i la RàdioTelevisió Valenciana

Els despatxos associats de PwC a Espanya ja tenen experiència en un cas concret directament relacionat amb els mitjans de comunicació públics: **són els autors de l’informe fet a la RàdioTelevisió Valenciana –RTVV-, enllestit el juny del 2012.** En aquell cas el concurs el va guanyar PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L., amb seu a València capital. L’informe que va fer aquest despatx està servint de única base per a l’ERO que s’hi vol aplicar, i que preveu acomiadar uns 1100 treballadors d’un total de 1660.

Aquest informe, però, ha estat impugnat durament per un contra-informe elaborat per un catedràtic i dos professors de periodisme de la Universitat de València, que han analitzat les conseqüències que pot tenir la seva aplicació per a l’activitat periodística de RTVV (<https://docs.google.com/file/d/0Bxlv-t6271GpdIhqWTEzMEc0cDQ/edit>). L’informe, titulat “Biaix i mancances de l’informe de PwC sobre RTVV a propòsit de la qualitat periodística”, obra de Josep Lluís Gómez Mompert, Carolina Moreno Castro i Francesc A. Martínez Gallego, destaca que **PwC no ha tingut en compte cap de les especificitats que ha de complir un mitjà públic**, afegeix que la proposta que fa és inviable des del punt de vista de la qualitat periodística, i remarca que s’ha limitat a justificar una reducció dràstica de les plantilles establerta prèviament per la direcció de RTVV.

El comitè d’empresa de RTVV assegura que els responsables de PwC que van fer l’informe van admetre, enmig d’una reunió, que **els directius de RTVV els van marcar, abans de començar a treballar, quin havia de ser el resultat**

final, quanta gent havia d'anar al carrer, i com s'havia d'externalitzar la producció. Aquests condicionants, però, no apareixien al plec de condicions fet públic en el seu moment.

Un detall força significatiu mostra la manca de rigor i de professionalitat d'aquesta firma: els sindicats denuncien que PwC va fer un primer informe d'acord amb un ERO d'unes dimensions més reduïdes, i que quan els responsables de RTVV van decidir ampliar-lo, PwC no va tenir cap inconvenient a fer-ne una segona versió d'acord amb els nous "requisits". L'informe mateix reconeix que ha estat elaborat en dues etapes -diu, literalment: "Este informe es resultado de los análisis realizados durante los meses de diciembre de 2010 a abril de 2011 y mayo/junio de 2012 sobre la base de información facilitada por RTVV y las reuniones mantenidas con la Dirección de RTVV"-, dades i dates que coincideixen amb els canvis denunciats pel comitè d'empresa de RTVV.

L'estudi de PwC sobre la RTVV descriu el sector audiovisual com un mercat en transformació que ara es basa en nous models de negoci i en noves formes de "consumir" televisió, sense fer en cap moment cap mena de distinció entre els mitjans públics i els privats. Els paràgrafs principals de l'argumentari estan directament copiats d'un document anterior de RTVV: el plec de condicions del concurs per contractar l'assistència jurídica per executar l'ERO, fet públic el gener de 2012.

L'anàlisi econòmic és un prodigi de síntesi: es limita a una pàgina, i es redueix a dir que els costos de personal passaran de 72 a 18 milions d'euros, i a constatar que caldria comparar els costos globals de l'antic model amb els del nou model, però que no ho poden fer perquè "els costos d'externalització són significativament sensibles al grau d'agrupació dels serveis inclosos en els contractes", i RTVV no ha definit com haurà de ser això.

Per fer aquest informe de 80 pàgines més aviat esponjades PwC va cobrar 180.000 euros. És una mostra clara de mala praxi professional -i possiblement de malversació de fons públics-, però també **evidencia un desconeixement profund del que s'està analitzant**. Això darrer, però, és molt coherent amb el que s'ha vist abans sobre aquesta firma.

PricewaterhouseCooper a Catalunya

Pel que fa a **PwC a Catalunya, el gener de 2011** -poc després de la victòria de CiU a les eleccions autonòmiques de 2010- **va fitxar Joaquim Triadú com a soci responsable del sector públic**. Triadú, que també és vice-president del

Public-Private Research Center -un lobby que propugna la privatització d'empreses i serveis públics i que està ubicat dins l'escola de negocis IESE- va ser conseller de diversos governs de Jordi Pujol i un dels homes de confiança d'aquest, fins que va abandonar la política activa un cop Artur Mas va desplaçar-lo en la cursa successòria al capdavant de CDC.

Aparentment, però, a PwC no li calien més ponts cap a CiU: **el soci director a Catalunya és en Xavier Brossa, que és membre del Cercle d'Economia, vice-president del Banc Sabadell i patró de la Fundació FemCat**, el lobby empresarial impulsat el 2005 entre altres per proconvergens notables com Andreu Mas Colell o Carles Sumarroca, que n'és l'actual president. Brossa, a més, convida regularment Artur Mas als actes de PwC, en els quals es reserva ell mateix el paper de presentador.

Sigui pel fitxatge de Triadú o pels contactes de Brossa, **el resultat és que PwC ha aconseguit els últims 2 anys bona part del pastís del sector**, en concret, 15 contractes de la Generalitat per un total de 1.600.000 euros (<http://www.elconfidencial.com/espana/2011/11/12/mas-da-15-contratos-a-la-auditora-que-ficho-a-un-ex-consejero-de-pujol-87594/>) L'estiu del 2011 va haver-hi un rebel·lió en el sector de les auditores catalanes perquè el govern de la Generalitat va començar a exigir com a condició per accedir als concursos que les firmes tinguessin un volum de negoci mínim de 100 milions d'euros (<http://www.elconfidencial.com/espana/2011/07/30/los-auditores-amenazan-con-denunciar-a-mas-en-bruselas-por-favorecer-a-algunas-empresas-82090/>), requisit que només complien tres o quatre firmes, entre elles PwC i Deloitte -on treballa un altre pes pesat (de gran influència sobre la presidència de la Generalitat) David Madí-. A pesar que aquesta clàusula es va acabar eliminant dels concursos, això no ha impedit que aquestes dues firmes s'estiguin enduent el gruix de la contractació de la Generalitat. Per exemple, les auditories de la CCMA del 2011 al 2013 es van adjudicar a... PwC. Precisament aquest concurs va ser el primer en què es va incloure la clàusula dels 100 milions.

PwC a Espanya, però, ha rebut recentment una molt mala notícia: **ha estat condemnada pel Tribunal Suprem a pagar més de 20 milions d'euros als afectats pel cas Torras**. El 1990 Coopers&Librand -ara dins PwC- va auditar el grup Torras, llavors controlat per Javier de la Rosa a través de KIO, i el Suprem ha considerat provat que l'auditora va manipular els comptes, reflexant 4 mil milions de pessetes de benefici, quan ja hi havia més de 100 mil milions en pèrdues (<http://www.expansion.com/2012/10/30/empresas/1351612074.html?a=e3887e6667354d74390541b8f22a5a5d&t=1353000687>) La firma, però, ha aconseguit que el procés hagi durat 20 anys. **Una altra mala notícia va ser el fitxatge de Jaume Matas per PwC a Nova York el 2009** com a assessor expert en energies renovables (sic), i que a principis del 2010 va dimitir un cop ja estava imputat pel cas Palma Arena (<http://www.elmundo.es/elmundo/2009/06/26/baleares/1246003357.html>).

En definitiva, a l'espera que es coneguin les conclusions de l'informe de PwC sobre les empreses de la CCMA, **els detalls que es coneixen del perfil de la firma, de la seva història recent i dels seus responsables, a més de la**

seva escassa –i poc encertada- experiència en el sector, no només no ofereix cap garantia, sinó que fan témer que al resultat final no s’hi arribi per un procediment professional, expert, rigorós i independent, i que l’encàrrec sigui una simple pantalla per amagar intencions pre-establertes, i que no seria estrany que fossin molt poc respectuoses amb el servei públic que ofereix la CCMA.

La necessitat de valorar amb rigor el servei públic de la CCMA i la seva fragilitat

L’octubre de 2012 es va fer públic l’informe “La necessitat de valorar amb rigor el servei públic de la CCMA i la seva fragilitat”, signat per 56 prestigiosos investigadors de comunicació social de Catalunya.

En l’informe els investigadors alerten sobre l’error de comparar l’eficiència de la CCMA amb les televisions privades, ja que “la missió de servei públic transcendeix les consideracions economicistes de rendibilitat i costos per incloure conceptes més complexos, fonamentalment, la rendibilitat social i cultural, que obliga a cercar la pluralitat de continguts, la combinació de la producció pròpia amb la col·laboració de la indústria privada i l’assoliment de la satisfacció de la població més enllà dels indicadors d’audiència propis del mercat (quota de mercat). Per això totes les corporacions públiques de radiotelevisió d’Europa compten amb unes estructures de funcionament lògicament més grans que les dels operadors privats.”

Els investigadors en comunicació també alerten sobre el suposat “gegantisme” des mitjans públics de comunicació de la CCMA (Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio), pel fet que la CCMA té més treballadors que les televisions privades generalistes d’àmbit estatal. A diferència d’aquestes la CCMA té un model que es basa en la producció pròpia i no en l’externalització generalitzada de la producció, però la relació cost/resultat evidencia l’eficiència del model de la CCMA: amb 440 milions d’euros (al 2011), la CCMA competeix amb èxit amb una televisió estatal pública de 1.000 milions d’euros i amb dos grans grups privats de 700 i 840 milions respectivament.

El pressupost de la CCMA se situa entre els més baixos de les corporacions europees de mitjans audiovisuals de països de dimensions semblants a Catalunya, i al 2008-2012 el seu pressupost s’ha reduït en 100 milions d’euros

(-20%), l'oferta s'ha incrementat amb 3 canals més, i l'audiència de TVC ha crescut un 0,7%.

L'informe dels investigadors de comunicació social de Catalunya alerta finalment sobre la necessitat de preservar la missió de servei públic de la ràdio i de la televisió a Catalunya, garantint la seva independència política del govern i dels partits polítics, i **rebutja la idea que és necessari “aprimar” la CCMA o sotmetre-la a canvis estructurals profunds, ja que pot posar en perill el fràgil equilibri actual** i generar una espiral de pèrdues de qualitat, d'audiències i d'ingressos que pot acabar destruint, de manera irreversible, el model de la CCMA, un model d'èxit durant tres dècades

Sobre els autors d'aquest document

El present informe ha estat elaborat pel Col·lectiu Informació i Transparència.

Amb ell volem alertar la ciutadania catalana sobre els riscos de deixar l'estratègia dels mitjans de comunicació públics de Catalunya, i dels altres serveis públics, en mans de consultores sense cap mena de solvència en el sector i amb procediments de treball poc rigorosos, que sovint viuen de fer documents que portin a les conclusions demanades a priori pels seus clients.