

antena local

La revista de la comunicació local

Núm. 55 - agost 2007 - 3€



La nova era de la TV

Internet revoluciona els hàbits de consum televisiu

En mans de professionals

abertis telecom és el primer operador audiovisual amb presència a tot el territori nacional.

Aposta fermament per la TDT amb una xarxa digital de 147 centres.

Ofereix solucions audiovisuals adequades a cada client, d'àmbit local, autonòmic i nacional.

Garanteix la qualitat del seu servei amb l'àmplia experiència dels seus professionals.

abertis telecom és un referent internacional en el mercat audiovisual i de telecomunicacions.

Forma part d'**abertis**, la corporació privada líder a Espanya en la gestió d'infraestructures de transport i comunicacions.

abertis **telecom**

Invertint en la seva seguretat



Antena Local

La ràdio a la TDT

Un país petit com Catalunya, amb una llengua que sobreviu a la potent onada globalitzadora (amb l'anglès i el castellà sempre disposats a guanyar terreny) té la immensa fortuna de disposar de mitjans de comunicació locals i comarcals que actuen com a autèntics agents revitalitzadors del nostre idioma: el català. És evident que la globalització té molts elements positius, sobretot econòmics, per als més desafavorits. Però seria irresponsable negar que també hi ha riscos per a aquelles cultures petites amb identitat pròpia. Un dels antidòts que s'ha demostrat eficient contra el risc uniformitzador és la premsa, la ràdio i la televisió locals i, evidentment, Internet. Els mitjans de proximitat, tantes vegades tractats com a productes menors, actuen en un doble sentit: cohesionen el territori i creen comunitat i, amb tecnologies com Internet, projecten a l'exterior, al món globalitzat, la nostra identitat, la nostra catalanitat. És una evidència que la millor garantia per no quedar diluïts en un món tant obert és tenir mitjans de comunicació de proximitat públics i privats sòlids. Als públics cal exigir-los transparència, pluralitat i diversitat; i als privats, vocació de servei, responsabilitat i viabilitat.

Durant molt de temps la televisió, en tots els seus àmbits, ha estat la nineta dels ulls dels nostres governants nacionals i locals. Fins a cert punt és lògic i comprensiu. La televisió és un mitjà de masses molt important i llaminer. Però el que cap governant hauria de menystenir és el paper de la ràdio i, singularment, el de la ràdio local pública. El III Congrés de la Ràdio Municipal del novembre passat va significar a la pràctica la voluntat del sector de reivindicar-se. El *Llibre Blanc*, que s'està elaborant i que fotografiarà per primer cop la realitat de la ràdio a través de l'objectiu de les institucions (ajuntaments), dels professionals i dels oients, servirà per dibuixar el camí de futur que ha d'emprendre.

Malgrat tot, fins que no arribi aquest moment, i atesa la importància passada, present i futura de la ràdio municipal per al país, seria força convenient que no es perdés cap oportunitat per potenciar-la. Ara, quan s'estan començant a vestir els múltiplex de la TDT local, caldria aconseguir que l'oferta de les ràdios municipals fos també present al canal addicional de dades. És a dir, que es poguessin escoltar a través del descodificador de la TDT. No s'ha de desapropiar cap oportunitat per fer-se visible. La base del relançament de la ràdio municipal passa per la seva major presència a les ones. Ser present a la TDT resoldria molts problemes de sobrepotència, interferències i, a més, li garantiria una visibilitat envejable.

Comunicàlia
SERVEIS PER A LA COMUNICACIÓ

President: **Josep Pont**.
Director General: **Josep M. Torrent**. Gerent: **Joan Bril-li**.
Adjunt al Director General: **Rafael de Ribot**.
Director Comercial: **Francesc Tubau**

Direcció: **Sònia Maza**.

Redacció: **Vanessa Gálvez, Carlota Vallès, Diego Muñoz** (fotografia) **Daniel Muñoz** (il·lustracions). Col·laboradors: **Antoni Asensio, Eduard Berraondo, Frederic Cano, Josep Cartanyà, Àlex Fernández, Josep Ma Guerra, Gaspar Hernández, Jordi Llavina, Antoni Moragues, Vicent Partal, Eduard Ràfols**. Correcció lingüística: **Mercè Batlle**. Disseny: **Daniel Muñoz**. Maquetació: **Fotoletra**. Impressió: **Gràfiques APR**. Consell editorial: **Manel Ramon**, President de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya; **Francesc X. Villasevil**, President de la Federació de Televisions Municipals de Catalunya; **Manel Rius**, President de la Federació de Televisions Locals de Catalunya; **Francesc Rubió**, President del Fòrum Audiovisual Català; **Carles Flamerich**, President del Cercle Tecnològic de Catalunya.

Els articles d'opinió expressen únicament l'opinió dels seus autors. ANTENA LOCAL no es fa responsable del seu contingut.

Redacció i Publicitat, València, 231, 5è 2a. 08007 Barcelona. Tel. 93 488 10 08 Fax 93 487 40 04 redaccio@antenalocal.cat
www.antenalocal.cat. Dipòsit legal B-41946-96. ISSN 1886-4074


**CONSORCI LOCAL
I COMARCAL DE
COMUNICACIÓ**

Un col·legi al servei dels seus professionals

Si ja fa gairebé quatre anys que el Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya naixia al Parlament, ara, un cop passats aquests primers temps fundacionals, el CPAC pretén esdevenir ja una veu referent de les preocupacions i dels anhels del món audiovisual. I, sobretot, una eina útil per a les ràdios i per a les televisions, passant pel món de les productores audiovisuals, i arribant als nous mitjans electrònics; i també útil per a l'heterogeni i ampli ventall de professions que participen en l'obra audiovisual, des de productors i realitzadors, locutors, operadors de càmera, guionistes, tècnics de so, il·luminadors...

Més d'un es preguntarà si amb un sector tan divers, i ja prou madur pel que fa a l'existència d'associacions que l'integren sectorialment, un col·legi professional és necessari. I la resposta és sí. I ara més que mai. Vivim en un moment de grans canvis tecnològics, jurídics i, fins i tot, de consum cultural, que afecten radicalment el nostre futur; i l'existència d'una estructura representativa, neutra i transversal com és un col·legi professional es fa encara més necessària, per sumar energies i per acostar posicions.

Alguns d'aquests canvis són ben propers, i podem seguir-los en publicacions com ANTENA LOCAL. Parlem tant de la implantació de la TDT local, com de les futures legislacions en matèria de producció cinematogràfica; del concurs que es convocarà sobre freqüències de l'FM, o de la reorganització dels grans mitjans públics audiovisuals. En alguna d'aquestes qüestions importants, el CPAC ha començat a treballar, des d'un posicionament clar de defensa de la producció catalana i, per tant, en favor que el potencial creixement del món televisiu, cinematogràfic i radiofònic,

beneficïi directament les empreses d'aquí i els seus professionals.

D'altra banda, la creixent oferta d'estudis de comunicació audiovisual per part de les universitats, juntament amb el ja important col·lectiu de nous llicenciats i llicenciades, situa el sector davant d'un context ben paradoxal: que l'increment en la formació acadèmica coincideixi amb el manteniment, o fins i tot l'augment, de la precarietat laboral en alguns sectors de l'audiovisual. I és compromís del CPAC esdevenir un catalitzador de diàleg, consensos i acords, tant sobre la bona gestió de les pràctiques universitàries com per millorar les relacions laborals i contractuals.

Ara és també el moment d'aprofitar un creixent interès perquè les noves generacions de ciutadans i ciutadanes que tenim a l'escola surtin amb una bona formació en cultura audiovisual. I una primera expressió la trobem en els recents decrets d'educació de primària i secundària. És una oportunitat que se'ns presenta tant per veure millor reconeguda socialment la nostra aportació a l'univers de la cultura, com per obrir les portes a noves professions vinculades a la formació acadèmica.

I per ser més útils, hem de poder créixer. Aprofitem aquestes darreres línies per convidar-vos a formar part d'aquest Col·legi. El vostre ■



Daniel Condeminas
Degà del Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya

Reconeixement comarcal, ja tocava

Quinze anys després que els responsables d'unes quantes Emissores municipals de les comarques del Baix Ebre i el Montsià decidíssim crear una associació el 1992, ens ha arribat un merescut reconeixement. Durant aquests anys, amb més cor que recursos, hem anat tirant endavant tot un seguit de col·laboracions i espais radiofònics elaborats de manera conjunta, que han aconseguit consolidar-se i tenir una importància destacada a aquestes dues comarques. Inicialment formàvem part d'Emissores Municipals de les Terres de l'Ebre (EMUTE) cinc ràdios, ara som ja nou i tot sembla indicar que podríem arribar a curt termini a onze.

No ha estat, però, un camí fàcil. Als ja justos recursos que solen aportar les administracions locals, hem hagut d'afegir les dificultats tècniques per connectar-nos i poder emetre espais en xarxa o de manera conjunta. Després d'anys buscant procediments i operatius, Internet i les noves tecnologies ens han ofert aquesta possibilitat, que tot i ser pràctica per poder desenvolupar els nostres objectius, encara no és barata.

És per aquest motiu que, després de buscar i comptar amb la complicitat dels consells comarcals del Baix Ebre i el Montsià, finalment hem pogut aconseguir una part del finançament. Per a nosal-

tres, això significa un clar reconeixement a la nostra tasca de dinamització territorial de les Terres de l'Ebre.

La tasca d'EMUTE ha estat fonamental a l'hora de fer entendre als nostres pobles i als ciutadans d'aquest territori algunes de les problemàtiques conjuntes. A més, s'ha contribuït de manera determinant a la vertebració territorial, tant des de l'àmbit polític, com el social o el cultural.

És per això que esperem a la resta d'emissores municipals de Catalunya a seguir el nostre exemple. A d'altres indrets com a les Terres de Ponent ja ho han posat en pràctica ■



Francesc Callau
Director de La Cala Ràdio
President d'EMUTE

La TDT ja no és una opció



Gemma Domènech

Directora general de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals de la Generalitat

En aquest i en altres mitjans hem llegit totes i cadascuna de les dificultats del procés d'implantació de la TDT a Catalunya. No els trec la raó. Al contrari, qualsevol el descriuria de forma similar en saber que l'Estat espanyol el 1997 volia ser dels primers estats en digitalitzar la televisió per ones i, en canvi, el 2007 el percentatge de llars adaptades és el que és. I més encara: el 2007 una nova televisió analògica d'àmbit estatal ha antenitzat pràcticament tot el país. Aleshores què és (què representa) la TDT?

El ciutadà no entén de TDT, no sap si la televisió és analògica o digital. El ciutadà vol (si així ho decideix) veure la televisió: un aparell que connecta i on accedeix a múltiples canals. El ciutadà no sap si aquesta diversitat d'oferta és fruit d'una compartició de senyal entre públics i pri-

vats d'un mateix canal múltiple (entre no-saltres anomenat MUX). Però el ciutadà ha de començar a entendre que la TDT ja no és una opció. El 2010 la televisió analògica estarà apagada. I és un procés que no té marxa enrere.

Les administracions implicades, en l'exercici de les seves competències i responsabilitats, han fet públics els motius, i ens agradi o no el 2010 esdevé com en el cas de l'euro una data en què una transició, la de l'analògic al digital, haurà d'haver-se fet.

L'èxit de l'apagada, però, és sobretot responsabilitat de l'Administració de l'Estat. És en benefici de l'optimització de l'espectre radioelèctric, titularitat de l'Estat, que és digitalitza la televisió per ones.

Quin és el benefici -oportunitat- de l'Administració catalana? La legalització de la televisió local.

Tot just iniciada la meua nova responsabilitat, en aquest mitjà llegia les incògnites de la TDT. No els trec la raó. Qualsevol hauria fet una llista similar. Aquest era (i és) el repte de l'actual equip del Govern amb responsabilitat en l'àmbit de la comunicació audiovisual. Prendre possessió del càrrec sabent que el primer que hauràs de fer és liderar un procés complex i on tens la sensació que hi ha pressa, i a més tu hi arribes tard. Però, quina és la principal contradicció que ens trobem? Que l'apagada de la televisió d'àmbit estatal i nacional està prevista per al 2010. I, en canvi, l'apagada (i encesa) de la televisió local es preveu per al 2008. En aquest cas, també, qualsevol en diria que «això no s'aguantarà». Difícilment el més feble pot ser motor del canvi. Per tant, el repte era i és: apropar la data del 2010 a la del 2008 (o a la inversa, com es vulgui). Amb quin objectiu? Amb l'objectiu de sincronitzar la TDT (estatal, nacional i local) en cadascuna de les demarcacions (és a dir, en cadascuna de les àrees de servei de la televisió local definides en el Pla tècnic de la TDT local).

Què volem dir per sincronitzar la televisió? Conciliar els plans de desplegament de la xarxa perquè tots els canals de televisió d'aquella demarcació puguin tenir els mateixos nivells de cobertura i definir uns nivells mínims d'instal·lacions adaptades a la TDT que ens permetin considerar que

«El veritable valor afegit de la TDT a Catalunya és normalitzar l'oferta de TV en cadascuna de les demarcacions»

només en aquestes condicions la TDT és una realitat.

Només així el ciutadà entendre aquest procés amb normalitat. Aquest és el veritable valor afegit de la TDT a Catalunya: normalitzar l'oferta de televisió en cadascuna de les demarcacions. Una oferta de canals diferenciats ja no per les legals i les al-legals (però necessaris, per propers), sinó una oferta de televisió d'àmbit estatal, català i de la demarcació (de proximitat o local). El ciutadà no sap si els canals són analògics o digitals, però l'Administració sí que sap que aquesta sincronització només es pot fer en digital.

Com podem fer-ho per poder disposar d'un calendari? Una política liderada des de l'àmbit de cultura i mitjans de comunicació amb la complicitat i la col·laboració de tots els agents implicats. I aquest instrument té nom i cognoms: el Fòrum de la TDT (per a nosaltres l'embrió de la taula sectorial de la televisió a Catalunya). Una taula sectorial que té clar que la TDT no és una opció (perquè és la d'accés universal), que té clar que l'alta definició, si és alguna cosa, és un valor afegit de la TDT. Que té clar que allò que és opcional, per no ser d'accés universal, són la televisió per Internet o pel mòbil. I sobre això, dues línies: amb una TDT implementada, amb una TDT sostenible a Catalunya, la televisió de qualitat feta i vista a Catalunya podrà explorar qualsevol dels sistemes de distribució del senyal de televisió: ones, cable -Internet- i satèl·lit. Els continguts de televisió no discriminin tecnologies, els usuaris de la TV no entenen de tecnologies, però tenen clar què els agrada i què no. La clau de tot plegat és que tinguem a Catalunya continguts de televisió fets i pensats per a Catalunya. I això, tampoc és una opció. Això només serà si la implantació de la TDT a Catalunya és un èxit ■

La nova era de la televisió

Internet revoluciona els hàbits de consum televisiu, sobretot entre el públic més jove

Sònia Maza

Són les 10 de la nit i després de sopar tots els membres de la família seuen al sofà per gaudir plegats del programa d'èxit de torn. Aquesta estampa, habitual a la majoria de llars que coneixem, ja ha començat a canviar. Els hàbits i els costums a l'hora de veure la televisió es troben en un procés de profunda transformació. Així ho constaten tots els informes. La creixent i constant evolució de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) permeten a l'espectador gaudir d'aquells continguts que desitgi, en el moment i el lloc que desitgi. A casa, al carrer, de camí a la feina..., ja no cal sotmetre's als horaris fixats pels programadors. És l'anomenada televisió personal, que any rere any suma adeptes. De moment, Internet ja és l'opció preferent entre el públic més jove i la telefonia mòbil de tercera generació (3G) guanya usuaris arreu.



Apple TV permet veure a la televisió continguts digitals multimèdia.

En només cinc anys, més de 170 milions d'europaus faran servir la televisió personal. Això com a mínim és el que assenyalava en un dels seus darrers informes l'Institut de l'Audiovisual i les Telecomunicacions d'Europa (IDATE), organisme d'estudi i investigació líder en el sector de les TIC al continent. Segons l'IDATE, estem entrant gradualment en una nova era pel que fa al consum televisiu: «El creixement dels serveis de vídeo per encàrrec (VoD) i de l'equipament de les llars amb gravadores de vídeo personal (PVR), descodificadors del senyal digital de nova generació i ordinadors multimèdia farà que, en pocs anys, la televisió es caracteritzi cada cop menys per oferir una programació lineal predefinida i imposada als espectadors pels operadors». De fet, l'informe afirma que a curt termini les funcionalitats que aporta aquesta nova forma de televisió s'enriquiran considerablement. Així, s'introduiran funcions de recerca avançada, de personalització automàtica de les gravacions, de programació remota d'aquestes via Internet i telèfon mòbil, o la possibilitat de posar en

xarxa la televisió amb altres dispositius domèstics audiovisuals, com el telèfon mòbil, el PC o l'iPOD, oferint als usuaris un accés senzill i compartit als continguts triats.

Catalunya no és una excepció

Aquesta tendència no és aliena al nostre país, ans el contrari. Els resultats del batejat com a *Projecte Internet Catalunya* (PIC), un programa de recerca desenvolupat entre el 2001 i el 2007 per la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i codirigit pels investigadors Manuel Castells i Imma Tubella, constaten una dinàmica de transformació pel que fa als usos que fan els catalans dels mitjans de comunicació. Segons el PIC, que ha realitzat més de 15.000 entrevistes presencials i 40.000 per Internet, part d'aquest fenomen s'explica per la penetració i la implantació de les TIC, sobretot d'Internet. De fet, l'informe recorda que ja el 2002 l'estudi *Catalunya societat xarxa* revelava que el 16,6% dels internautes miraven menys la televisió. Cinc anys més tard, amb un increment considerable dels usuaris de la xarxa, el PIC confirma «el desenvolupament gradual de nous canals i maneres d'informar, comunicar i entretenir-se, que permeten la participació activa, ràpida i eficaç en el pla personal en la gestió d'una creixent quantitat i diversitat de continguts». Així, segons l'estudi, s'estan modificant les pràctiques de consum dels mitjans de comunicació tradicionals també en horari de màxima audiència, moment preferent de consum televisiu; i s'està produint una «substitució gradual o parcial dels mitjans basats en la imatge i el consum familiar, sobretot la televisió, per la gestió individual, flexible, personalitzada i especialitzada de tot tipus de continguts».

Igualment, l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*, també presentat recentment, conclou que una de les grans tendències que afecta el sistema comunicatiu català és «la convergència tecnològica entre l'audiovisual i les telecomunicacions, en la qual Internet té un paper especialment rellevant». En aquest sentit l'informe, elaborat per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), constata una consolidació de la IPTV (televisió per Internet) com a forma d'accés a la TV. De fet, l'estudi assenyala que la IPTV és la gran aposta de les companyies de telecomunicacions, que fan dels continguts televisius la tercera pota de la seva oferta *triple play* (telèfon, Internet i televisió). Tanmateix, l'*Informe de la comunicació a Catalunya* detecta que «els usos, els hàbits i els consums de la població en relació amb les

Aposta de futur

No hi ha dubte que la TV és el mitjà de comunicació més popular dels nostres dies. No hi ha llar que no disposi com a mínim d'un televisor i és el mitjà amb major dedicació diària, per sobre de la ràdio, Internet o la premsa.

Tot i així, la tendència de consum de la televisió tradicional està a la baixa, en benefici de nous mitjans emergents, com la televisió per Internet, la TV al mòbil o els *podcasts*. Efectivament, la TV actual presenta alguns punts febles. La profusió de canals entre els quals comença a ser difícil navegar, continguts no sempre d'alta qualitat i una oferta mínima o nul·la de serveis interactius en són alguns exemples. És necessari replantejar-se el model tradicional de serveis televisius per afrontar aquesta situació.

Des de Telefònica apostem per un nou enfocament, la TV personal, en què el telespectador podrà seleccionar entre una oferta de programació més àmplia quan, com i on desitgi. La selecció de continguts, la seva personalització, la interactivitat i l'oferta d'altres serveis addicionals de valor afegit marquen el disseny d'una nova forma d'entendre el mitjà de comunicació més popular. La TV personal es converteix en una experiència única i personalitzada de la programació i ofereix noves possibilitats d'oci en grup.

Amb tot, el grau d'implantació de la TV personal a l'Estat espanyol és molt

baix. Pràcticament cap oferta de TV ofereix personalització i només les operadores per cable o IPTV (Imagenio, Ono) inclouen determinades adaptacions a l'usuari (salutació al client, registre de transaccions) i ofereixen una certa interactivitat (sol·licitar informació relacionada, accedir a serveis addicionals). En breu, Imagenio llençarà el servei de PVR que suposa realment el primer pas cap a la TV personal: poder triar veure el programa que vols en el moment que prefereixes.

En qualsevol cas, la previsió per als propers anys és encoratjadora. Segons el regulador britànic OFCOM, el 2012 el 20% del consum de TV al Regne Unit serà *offline*, incloent en aquest grup tant els continguts gravats en PVR, com el vídeo per en-càrrec. Com es pot veure es preveu un canvi dràstic en el consum de TV.

El futur està trucant a les nostres portes i les noves tecnologies ens portaran noves formes de gaudir la TV. Sense dubte, la TV personal serà una d'elles.



Ignacio Franco
Gerent de
Multimèdia
Telefònica I+D



La convergència tecnològica a la llar és una realitat cada cop més generalitzada. A la imatge un dels darrers models de Nokia connectat a un portàtil.

La televisió personal: recordant Moore

El juny del 2004 vaig formar part d'un projecte a tres bandes entre i2CAT, Al-Pi i Pioneer. Es tractava de transmetre televisió d'alta definició sense compressió per Internet, una experiència pilot a nivell mundial per posar de manifest que la tecnologia de xarxa estava preparada per afrontar els nous reptes que plantejaven els formats audiovisuals d'última generació.

Els assistents vam gaudir d'imatges en alta definició que provenien de servidors remots i que transmetien el senyal mitjançant Internet a una velocitat de més de 300Mb.

Vam poder constatar, una vegada més, que els postulats que el Dr. Moore va enunciar a principi dels anys seixanta eren correctes: es duplica la capacitat de processat dels ordinadors cada 18 mesos, i a més, els mateixos paràmetres són aplicables a la velocitat de les xarxes de

transmissió i la dels dispositius d'emmagatzement.

És la confluència dels tres elements anteriors, no un de sol, el que permet ja avui que la televisió personal sigui tècnicament viable.

Així, l'augment de la velocitat de processat permet comprimir el senyal de manera més eficient i amb més qualitat, a la vegada que l'increment de la capacitat dels canals de transmissió permeten l'enviament d'un nombre creixent de continguts, que d'altra banda poden ser emmagatzemats en dispositius cada vegada més potents i assequibles.

En el sector de l'electrònica de consum, ja fa temps que s'està treballant per posar a l'abast dels consumidors productes que permetin accedir als continguts que desitgin en el moment que vulguin, així en una primera etapa els fabricants incorporen discs durs dins de televisors,

DVD o sintonitzadors de TV digital per permetre que sigui l'usuari qui decideixi la programació que desitja veure.

El següent pas serà dotar els aparells d'electrònica de consum d'accés a les diferents xarxes de transmissió per poder visualitzar continguts a la carta en temps real, un pas encara limitat per la velocitat d'accés però que, de ben segur i apel·lant una altra vegada a Moore, no serà una limitació insalvable.



Pere Roset

*Enginyer Tècnic de Telecomunicacions
Cap de Màrqueting de Pioneer Electronics Ibérica*



Les televisions tradicionals exploren noves fórmules a Internet. La BBC ha començat a treballar en un servei de difusió de continguts audiovisuals a través de la xarxa.

propostes comunicatives estan canviant ràpidament».

Un creixement imparable

Tot aquest fenomen s'explica principalment pel creixement imparable d'Internet i la seva capacitat de penetració entre la població. El *Projecte Internet Catalunya* afirma que la xarxa s'ha difós ràpidament al país, amb un 41,5% d'usuaris freqüents i un 53,9% que ho han estat en els darrers tres mesos. Igualment la difusió de la banda ampla s'ha incrementat. Segons la darrera onada del panell de llars de l'Observatori de les Telecomunicacions i la Societat de la Informació depenent del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, al quart trimestre de 2006 la despesa total d'Internet a l'Estat espanyol se situava en 381 milions, un 31% més que la despesa realitzada en el mateix període de 2005. D'aquests, 239 milions corresponen a l'accés per ADSL. L'*Informe de la comunicació a Catalunya* també es refereix a la progressió constant de la xarxa i afirma que «Internet està arribant a la maduresa com a tecnologia i com a mitjà de comunicació».



TVC va ser pionera fa tres anys amb el seu servei de vídeos en línia anomenat 3alacarta.

Èxit entre els més joves

Que aquest creixement s'està produint de forma més significativa entre el jovent és una realitat que constaten totes les investigacions. El nivell de penetració d'Internet entre aquest sector de la població arriba, segons el PIC, a un 83% entre els nois i noies de 10 a 14 anys, i a un 88% entre els joves de 16 a 25 anys. El darrer *Perfil sociodemogràfic dels internautes*, elaborat per l'Observatori de les Telecomunicacions i la Societat de la Informació, també fixa l'edat com a factor determinant en la connexió a la xarxa i la seva freqüència. Així, al darrer semestre de 2006 s'estima un increment de gairebé 9 punts percentuals del percentatge d'usuaris més freqüents a la xarxa entre la població més

jove respecte al mateix període de 2005. Segons aquest mateix estudi, més del 90% dels joves d'entre 16 i 24 anys han usat Internet en alguna ocasió.

Aquest fet està portant com a conseqüència una transformació profunda en el camp de les audiències. L'*Informe de la comunicació a Catalunya* constata un envelliment del públic televisiu, «provocat en gran mesura per l'augment de la diversificació de formes d'oci liderades per Internet, a la qual s'adhereix sobretot el públic més jove». En aquesta mateixa línia es manifesta el *Projecte Internet Catalunya*, que precisament ha centrat gran part de la seva atenció en el comportament del públic juvenil. Segons el PIC, «els més joves utilitzen Internet com a plataforma d'introducció, assaig i explotació de les possibilitats que ofereixen les TIC de connectivitat i participació activa». Aquesta investigació també recorda que d'aquell 16,6% d'inter-nautes que el 2002 asseguraven veure menys la televisió, un 61,7% tenien menys de trenta anys.

L'atracció dels joves per Internet també s'evidencia a l'estudi del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) sobre *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió a Catalunya*. Segons aquest treball, que ha realitzat enquestes a més de 5.000 estudiants d'ESO d'arreu del país, els nois i noies catalans tenen una oferta multimèdia molt àmplia que sovint utilitzen simultàniament. L'aparell electrònic emprat més freqüentment

antenalocal

BUTLLETA DE SUBSCRIPCIÓ

Nom i cognoms: _____

Adreça: _____

Població: _____ Codi postal: _____

Empresa: _____ NIF: _____

Telèfon: _____ Correu electrònic: _____

SUBSCRIPCIÓ ANUAL: 15 Euros (IVA inclòs)

FORMA DE PAGAMENT

Xec bancari nominatiu a COMUNICÀLIA, SA

Rebut bancari

Número de compte: _ _ _ _ | _ _ _ _ | _ _ _ _ | _ _ _ _

Data: _____ Signatura _____

COMUNICÀLIA, SA.
Departament Comercial
 C/ València, 231, 5e 2ª
 08007 Barcelona
 Tel. 93 488 10 08
 Fax 93 487 40 04
 subscripcions@antenalocal.cat
 www.antenalocal.cat

Les repercussions al mercat publicitari

Per als actors d'un mercat, qualsevol revolució tecnològica implica perdre en alguns àmbits per guanyar en d'altres. Si la intel·ligència és la capacitat d'adaptació, la intel·ligència en publicitat a la TV (a la nova TV) serà la capacitat per gestionar el quant (es relativitzaran les grans audiències), el com i el què (els missatges i formats s'hauran d'adaptar a la forma d'ús/consum del mitjà).

Per entendre els efectes de la TV personal a la publicitat vegem quins són, i continuaran sent, els objectius d'aquesta, i com les TIC els condicionen.

En primer lloc, posar en contacte la marca i el consumidor (notorietat). Possiblement és l'objectiu que més es transforma. Per què? Les TIC porten amb elles una elevada segmentació del *target*; i segmentació, cobertura i pressupost són conceptes la barreja correcta dels quals exigeix investigació, noves idees i risc. En canvi, la fragmentació té com a conseqüència la cohesió interna dels grups: similitud en perfils, estils de vida, gustos i interessos. A més, els usuaris (no telespectadors) tindran més capacitat per evitar el contacte amb la comunicació publicitària; no seleccionant-la (vídeo per encàrrec) o no prestant atenció, conseqüència de la multiaïllament actual a diversos *inputs* comunicatius i de la navegació en TV, més poderosa que el zàping.

En segon lloc, crear una relació (imatge). Les TIC permeten aprofundir en la connexió amb el *target*. El primer

efecte és una millora en el coneixement mutu i els missatges més afins a les necessitats reals dels consumidors. El segon, la diferència que existeix entre que escullin el teu producte en un lineal (baix nivell de relació) i que et facin una visita a casa perquè formes part del seu cercle d'interessos (alt nivell de relació). El problema? Els anunciants hauran de gestionar més informació i dotar de contingut i estètica la relació.

En tercer lloc, la venda. La tecnologia i la bidireccionalitat són les claus per entendre el potencial de les TIC com a canal de venda/informació. L'obligació per a l'anunciant no és més que trobar el *mix* entre comunicació publicitària i màrqueting directe.

I, per últim, una reflexió sobre la febre i els rellotges: el 100% dels usuaris no canviaran demà els hàbits de consum del mitjà televisiu. Cada anunciament haurà de posar el termòmetre al seu *target* (en el cas dels joves és evident) i valorar quin és el moment adequat per entrar a la nova TV.



Raúl Días
Director de
Mitjans de Carat

pels adolescents mentre miren la televisió és l'ordinador connectat a Internet. De fet, navegar per la xarxa es troba entre les seves activitats preferides, només superada per estar amb els amics, dedicar-se a les seves afeccions i escoltar música. Mirar la televisió ja se situa a la setena posició entre les seves preferències.

Els operadors mouen fitxa

Davant d'aquesta tendència els principals operadors han començat a moure fitxa. Dia rere dia sorgeixen noves iniciatives encaminades a captar l'interès de l'audiència televisiva a la xarxa. La generalització de la banda ampla ha accelerat les possibilitats de negoci d'aquesta nova forma de consum. I és que segons un estudi de la firma d'investigació iSuppli, els ingressos de la IPTV creixeran aquest any un 177%.

En aquest sentit, són moltes les cadenes de tots els àmbits que ja han obert els seus propis canals al portal líder del sector, YouTube. TVC, Antena 3, Cuatro i la Sexta, en són alguns exemples. També entre les televisions de proximitat ha començat a donar-se aquest fenomen. Tele Taxi TV i TV Girona també tenen el seu canal a YouTube.

A banda d'això, les emissores tradicionals exploren noves fórmules a Internet. TVC va ser pionera fa tres anys amb el seu servei de vídeos en línia anomenat *3alacarta*. Antena 3 ha posat en marxa www.teleporlared.com, on es poden veure els canals digitals de la cadena. La BBC, un referent entre les televisions públiques, ha començat a treballar en un servei de difusió de continguts audiovisuals a través de la xarxa, que permet a l'espectador emmagatzemar els programes desitjats durant un període de temps perquè els pugui visionar quan vulgui.

Paral·lelament neixen noves plataformes de televisió per Internet que permeten gaudir de les emissions en directe, amb bona qualitat i de manera gratuïta d'una gran diversitat de canals. Joost o Zattoo són de les més recents.

També al mòbil

Tot i que el ritme de creixement i explotació no és tan ràpid com el d'Internet, el telèfon mòbil també ha començat a consolidar-se com a suport televisiu. De fet, a l'Estat espanyol hi ha més números de mòbil que població, i gairebé 4 milions disposen de terminals 3G (que permeten la recepció de ràdio i televisió). Les perspectives de creixement també són encoratjadores. Segons un informe d'eMarketer el número d'usuaris de televisió i vídeo a través del mòbil d'arreu del món creixerà



Neixen noves plataformes de televisió per Internet que permeten gaudir de les emissions en directe, amb bona qualitat i de manera gratuïta d'una gran diversitat de canals. Zattoo n'és un exemple.

Molt més que una quarta pantalla

El futur de la televisió potser no passa només, ni principalment, pel telèfon mòbil. Però aquest petit aparell, que gairebé tots portem a la butxaca, marcarà moltes de les pautes de la producció, la distribució i el consum de televisió que viurem els pròxims anys.

Primer de tot, perquè el dispositiu de l'anomenada quarta pantalla ja està present a les mans i les vides quotidianes de 3.000 milions d'éssers humans escampats pel planeta. Res a veure amb els ritmes d'implantació i difusió de les tres pantalles anteriors -la del cinema, la de la televisió convencional i la de l'ordinador- en els inicis de les seves respectives històries. Comptant que van ser necessaris 20 anys per assolir els primers mil milions d'abonats a la telefonia mòbil, però només 40 mesos per incorporar els darrers mil milions, la generalització de la televisió al mòbil podrà trigar encara més o menys a arrencar en ferm, però quan engegui ho farà a una velocitat i un ritme vertiginosos.

Perquè, a més, la televisió i la telefonia mòbil, cadascuna per la seva banda, ja presenten des de fa temps evolucions i embranzides explosivament convergents. La progressiva trajectòria personalitzable de la televisió té en el telèfon mòbil un immillorable dispositiu receptor

d'ús individual, permanent, ubic i immediat. De manera que la ja anomenada televisió mòbil pretén condensar fins al límit tot el que li demanem -i més que li demanarem- a la televisió personal del futur.

Des del seu terminal mòbil l'usuari ja pot triar quins continguts audiovisuals i interactius consumeix, quan i com vol fer-ho. Però, sobretot, la seva connectivitat permanent li dona opcions d'elegir llocs i situacions de consum itinerant, impensables en altres plataformes. I amb moviments similars del polze pot triar quins continguts -vídeos, fotografies, dades...- emet i comparteix en xarxa de forma compulsiva i immediata a cada moment. I fer-ho, a més, des d'un dispositiu multifunció que té assegurada la seva omnipresència per l'accelerada incorporació de tasques com a mitjà de pagament, agenda personal, assistent de localització per satèl·lit o, fins i tot, clau electrònica per obrir la porta del pàrquing.

Seguint l'estela de la distribució i del consum de música -de la qual el recent iPhone d'Apple no és encara ni de bon tros el màxim exponent, però sí una proposta significativa-, als mòbils japonesos moltes d'aquestes funcionalitats convergents ja són operatives. I per això als EUA

i a Europa, molts proveïdors de continguts -Sony, Paramount, Fox...- corren a dissenyar formats d'entreteniment específics per al mòbil, mentre que fins i tot a l'Estat espanyol les operadores telefòniques -Movistar, Vodafone i Orange- comencen a promoure sèries i informatius mòbils per no perdre pistonada en la batalla per un negoci que promet audiències i beneficis d'infart quan la indústria publicitària s'aboqui a fer anuncis a la mida de cada usuari i per a cada moment concret del seu dia a dia.

I és que la quarta pantalla, la del mòbil, no només posarà aviat la tele a la butxaca d'una majoria creixent d'habitants del planeta. Ho farà revolucionant el que fins ara hem entès com a televisió i conquerint, a més, una impagable posició de privilegi: tot just al costat de 3.000 milions de carteres.



Enric Bruguera
Periodista i
consultor de la
Universitat Oberta
de Catalunya
(UOC)



dels 40 milions d'usuaris que hi havia el 2006 als 750 que hi haurà el 2011. Les proves pilot realitzades pel Ministeri d'Indústria sobre aquesta tecnologia confirmen la demanda potencial i la viabilitat tècnica d'aquest suport.

Sigui com sigui el que és segur és que la pantalla de la televisió ja no és la única. Les TIC avancen a un ritme imparabile i els espectadors s'hi estan adaptant ràpidament. Cal que els operadors no s'adormin si no volen quedar exclosos d'aquesta nova era ■

Tot i que el ritme de creixement i explotació no és tan ràpid com el d'Internet, el telèfon mòbil també ha començat a consolidar-se com a suport televisiu.

Fixades les obligacions per als gestors dels múltiplex

El Govern central ja ha regulat un dels aspectes que més preocupa els agents implicats en el trànsit a la televisió digital terrestre (TDT) des que va aprovar-se el Pla tècnic, fa més de dos anys. El passat 20 de juliol es publicava al Boletín Oficial del Estado (BOE) l'ordre del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç que estableix les obligacions i els requisits per als gestors dels canals múltiplex (MUX) i per la qual es crea el registre de paràmetres d'informació dels serveis de TDT (Ordre ITC/2212/2007). La normativa, ja en vigor, pretén garantir l'operativitat del serveis de televisió, de transmissió de dades i interactius, la posada a disposició d'aquests als usuaris, i la millora de l'eficiència i l'explotació de la banda ampla del canal.

Un dels interrogants tècnics que genera la TDT entre les televisions de proximitat obligades a fer el trànsit tecnològic és saber exactament què s'entén per gestor del MUX, qui pot exercir com a tal, i quines funcions se li atribueixen. Com és sabut (i ja s'explicava al número 53 d'ANTENA LOCAL), amb la nova planificació els operadors d'àmbit local es veuen obligats a compartir un mateix canal i, per tant, a acordar qui s'ha d'encarregar de la seva gestió. Segons la nova normativa estatal, s'entén per gestor del MUX «l'entitat encarregada de l'organització i la coordinació tècnica i administrativa dels serveis i mitjans tècnics (...) que han de ser utilitzats per a l'adequada explotació dels canals digitals que integren el múltiple digital esmentat». A més, estableix que aquesta activitat només poden exercir-la els operadors de xarxa i servei de comunicacions electròniques inscrits al Registre d'Operadors que depèn de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions (CMT), amb l'acord previ entre aquests i les televisions. Si no es posen d'acord en aquest sentit, poden establir de mutu acord la fórmula per a la gestió, bé mitjançant la constitució d'una persona jurídica bé mitjançant una altra alternativa, però en tot cas sense afany de lucre i en règim d'autoprestació.

En qualsevol cas, la utilització de la capacitat addicional existent al MUX per a la prestació de serveis de comunicacions electròniques exigeix que aquesta sigui desenvolupada per un prestador inscrit al Registre d'Operadors esmentat.

Funcions

El gestor del MUX ha de complir amb una sèrie d'obligacions de caràcter tècnic. En primer lloc, ha de coordinar els aspectes tècnics amb els operadors de xarxa de recollida, de transport i de difusió per a les diferents zones de servei. També ha de proveir les instal·lacions tècniques de codificació i multiplexació dels components de vídeo, àudio i dades, inclosos els que corresponen als serveis interactius. És el responsable de generar i integrar la informació de servei requerida elaborant les taules d'Informació de Servei DVB necessàries per a la correcta difusió del múltiplex. S'ha d'ocupar de proveir els mitjans tècnics necessaris per a la inserció en el múltiplex de la informació de servei de caràcter comú del múltiplex i la particular dels canals de cada un dels prestadors de serveis audiovisuals, de les aplicacions i dels serveis interactius, i del servei d'actualització del programari dels equips terminals de TDT

de l'usuari final. A més, ha de realitzar la multiplexació de continguts d'àmbit inferior a l'estatal, que permeti dur a terme les desconnexions territorials (en el supòsit que aqueixos criteris per elaborar un calendari d'encesa digital a Catalunya i les condicions per fer l'apagada ja estan fixats. El Fòrum de la TDT, que està impulsat per la Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat i compta amb la participació de tots els agents implicats en el procés de transició tecnològica, es va comprometre en la seva darrera reunió a promoure la sincronització de l'encesa de les televisions digitals d'àmbit local i nacional amb les que tenen concessions d'àmbit estatal. Tal com ja va avançar a ANTENA LOCAL el conseller de Cultura i Mitjans de la Comunicació, Joan Manuel Tresserras, la televisió de proximitat no haurà de ser la primera en fer la migració i aquesta no es produirà fins que no estiguin garantides una sèrie de condicions mínimes: sta funció sigui requerida pels prestadors de serveis audiovisuals); realitzar la multiplexació estadística dels senyals dels diferents prestadors de serveis audiovisuals amb la finalitat d'optimitzar la qualitat del senyal de vídeo oferta a l'usuari final; controlar i supervisar els components de vídeo, àudio

Només poden gestionar els MUX els operadors de xarxa inscrits a la CMT

i dades, inclosos els que corresponen als serveis interactius, així com la senyalització corresponent; i, per últim, detectar els errors o les deficiències i mantenir els paràmetres de qualitat en el senyal.

Registre

Abans d'iniciar la seva activitat és imprescindible que el gestor del MUX s'hagi inscrit al registre de paràmetres d'informació dels serveis de TDT, nou instrument d'àmbit estatal que depèn de la CMT. Aquest registre té com a objecte «la inscripció i la modificació dels paràmetres



La normativa també impulsa la creació d'un registre de paràmetres d'informació sobre els serveis de TDT

d'informació de servei necessaris i les dades complementàries, de manera que s'asseguri l'ús correcte de la Informació de Servei DVB». La CMT podrà requerir la informació addicional que consideri necessària amb aquest objectiu i un cop instruït el procediment donarà audiència als interessats. El termini per resoldre i notificar l'atorgament dels valors dels paràmetres d'Informació de Servei és de dos mesos des de l'entrada de la sol·licitud al registre, i es preveu la possibilitat que es realitzi un atorgament parcial o una assignació alternativa de valors de paràmetres d'Informació de Servei si no es pot atendre allò que hagi sol·licitat el gestor del MUX en qüestió. Si en dos mesos no s'ha notificat cap resolució, la sol·licitud s'entendrà com a desestimada ■



Acústica Integral

Insonorització

Aïllaments i acondicionaments acústics.

Venda de materials.

Instal·lacions "Claus en mà".

Emissores de ràdio
Escoles de música
Estudis de só
Doblatge
Home cinema
Sales d'audició
Sales d'assaig
Sales polivalents
Platós de T.V.
Postproducció



Barcelona, Bilbao, Madrid, Valencia

902 160 585

www.acusticaintegral.com
info@acusticaintegral.com



L'apagada analògica serà sincrònica

El Fòrum de la TDT aprova establir un únic calendari per a totes les televisions que es reben a Catalunya

Els criteris per elaborar un calendari d'encesa digital a Catalunya i les condicions per fer l'apagada ja estan fixats. El Fòrum de la TDT, que està impulsat per la Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat i compta amb la participació de tots els agents implicats en el procés de transició tecnològica, es va comprometre en la seva darrera reunió a promoure la sincronització de l'encesa de les televisions digitals d'àmbit local i nacional amb les que tenen concessions d'àmbit estatal. Tal com ja va avançar a ANTENA LOCAL el conseller de Cultura i Mitjans de la Comunicació, Joan Manuel Tresserras, la televisió de proximitat no haurà de ser la primera en fer la migració i aquesta no es produirà fins que no estiguin garantides una sèrie de condicions mínimes.

La tant temuda apagada analògica prevista per al gener de 2008 pel que fa a la televisió local, finalment no es produirà fins que no ho facin la resta d'operadors. A això com a mínim s'han compromès els membres del Fòrum de la TDT, en què participen radiodifusors públics i privats, productors de continguts, operadors de xarxa, instal·ladors, fabricants, distribuïdors, associacions d'empreses de telecomunicacions, i diferents organismes de l'Administració. Així, es pretén fixar un sol calendari de transició tecnològica que afectarà totes les televi-

sions per igual. Segons les condicions pactades, totes les televisions que es poden veure a les llars de Catalunya iniciaran les emissions en digital al mateix moment, de manera sincrònica. Així mateix, també compartiran un mateix calendari d'apagada analògica.

Criteris d'actuació

Tanmateix, i per tal de fer efectiva l'encesa digital, el Fòrum de la TDT proposa dos criteris d'actuació. D'una banda, assegurar en cadascuna de les demarcacions

que l'inici de les emissions digitals de la televisió local coincideixi amb l'encesa prevista pels operadors nacionals i estatals ajudant, quan sigui necessari, al seu avançament fins a assolir una cobertura igual a la prevista l'any 2010. Per altra banda, promoure, quan es donin aquestes condicions, plans intensius de comunicació en cadascuna de les demarcacions per tal d'incrementar la penetració de la TDT entre la població.

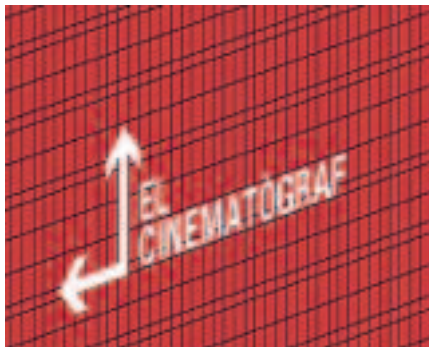
El Fòrum també vol assegurar el manteniment de les emissions analògiques de les emissores de proximitat amb llicència de TDT fins que no s'hagin assolit aquestes condicions (l'anomenat *simulcast*). Pel que fa a les televisions que no van obtenir llicència, el Govern català s'ha marcat com a data límit l'1 de gener de 2008 perquè tots els operadors que es troben fora de la Llei deixin d'emetre.

Partint d'aquestes premisses, la Secretaria de Mitjans de Comunicació ha anunciat la propera publicació d'un calendari d'implantació en base a: la fitxa de demarcació (infraestructures; estat actual dels múltiples de TDT local; plans de desplegament de les TV estatals, nacionals i locals i grau d'adaptació de la TDT), i els resultats de les proves pilot d'encesa de TDT (disponibles abans de finals d'any). Un cop feta la radiografia de totes les demarcacions, i amb el resultat de les proves pilot, es definirà un pla d'actuació en cadascuna d'elles i, per tant, la temporalitat del projecte d'implantació de la TDT demarcació per demarcació ■



La programació de COMUNICÀLIA canvia de cara

Amb l'arribada de la temporada de tardor la programació que COMUNICÀLIA posa a disposició de les televisions de proximitat catalanes renova la seva imatge. Els continguts més consolidats a la graella de les locals estrenen línia gràfica adaptant-se així a les tendències més actuals en el món del disseny. *El Cinematògraf*, l'espai juvenil *Mpeg*, el literari *El Book Insígnia*, l'infantil *Això és la pera*, el magazín de noves tendències *El Flash*, i *Top Motor*, són alguns dels programes que canvien de cara.



El Cinematògraf i Mpeg són alguns dels espais que estrenen imatge.

L'èxit de Límits

Aquesta oferta es completa amb espais de tots els gèneres i per a tots els públics. Així, després d'una primera etapa estiuenca, continua en antena *Límits*. El

programa, que ha aconseguit un notable èxit d'audiència (una trentena d'emissores l'emetem), continuarà delectant els amants dels esports d'aventura amb les imatges més espectaculars del gènere. També tenen continuïtat *L'últim trobador*,

Actualitat Viva, *D'Kids*, *Poble Nou* i les dues edicions diàries de l'informatiu. Pel que fa als microespais, es manté *La farmàcia i tu*, *L'administrador a casa*, i *Fet per tu*, sobre el món del bricolatge i estrenat a l'estiu ■

Especial 11 de setembre

Em dic Catalunya i sóc una nació. Amb aquest títol es presenta el programa especial ofert amb motiu de la Diada Nacional de Catalunya per COMUNICÀLIA. L'11 de setembre les televisions locals d'arreu del país van poder emetre aquest documental de mitja hora de durada en què Catalunya parla en primera persona. L'espai, dirigit per Enric Calpena i presentat per la popular actriu Mariona Ribas, va destinat especialment a les persones poc coneixedores de la realitat del país. A més, com cada any, es va emetre un informatiu especial amb les notícies més destacades de la jornada.



Mor Marcel·li Cuatrecasas, director de TV Tossa

El passat 13 de juliol moria Marcel·li Cuatrecasas, director de la televisió municipal de Tossa de Mar, a l'edat de 75 anys. Tot i que va néixer a Sant Esteve d'en Bas, la seva vida sempre va estar vinculada al municipi, on va desenvolupar una intensa activitat en diversos àmbits. Així, fou regidor a l'Ajuntament després de les primeres eleccions democràtiques, el 1979, Jutge de Pau, i president de la Unió Esportiva Tossa. El 1993

es posa al capdavant de la televisió, només dos anys després de la seva creació. Des de llavors fins a la seva desaparició ell i la seva càmera van esdevenir un de sol, convertint-se en part fonamental a la vida quotidiana del poble. "Així és com el recordem—afirma Vicenç Gascons, de TV Tossa—; els col·laboradors de la televisió en particular, però també la resta de tossencs de ben segur que el trobarem a faltar", assegura ■



Lexu's fa una versió de les seves cançons per a la TV local

Aquest estiu COMUNICÀLIA ha emès en exclusiva per a seves televisions el videoclip «Què donaries per mi?», adaptació del tema de Lexu's que convida els espectadors a gaudir de la programació que ofereixen els canals locals durant les vacances. La popular formació catalanoandorrana ha fet una versió d'aquesta cançó del seu darrer treball *Sent amb mi*, disc que ha aconseguit un notable èxit des que va editar-se i que va celebrar el seu primer aniversari amb un macroconcert al Festival Senglar Rock d'enguany.



Els equips tècnics de La Manyana TV són els responsables de la realització del clip, enregistrat a Lleida

Connectar amb el territori

Aquesta no és la primera col·laboració de Lexu's amb COMUNICÀLIA. El desembre de 2005 els canals locals ja van difondre el clip solidari «Ara és Nadal», la recaptació de les vendes del qual es va

destinar a la ONG Infants del Món. Tampoc no es descarten col·laboracions de cara al futur. I és que per a aquest grup comptar amb la complicitat de la televisió més pròxima esdevé de vital importància. «Per a nosaltres poder difondre la nostra

feina a través de la televisió de proximitat és molt positiu, ja que ens permet arribar de manera molt directa al territori que ens acull i que és consumidor de la nostra música», assegura Carles Gómez, cantant de Lexu's ■



Metrasoni, s.l.

FABRICACIÓ, VENDA I INSTAL·LACIÓ DE MATERIAL PER AÏLLAMENT I CONDICIONAMENT ACÚSTIC.
Solucions pràctiques i eficients.



Execució de tot tipus d'obres d'acústica i vibracions, projectes i enginyeria.
Contacti amb nosaltres des de qualsevol punt del país i realitzarem el projecte que s'ajusti millor a les seves necessitats.

Portes acústiques metàl·liques i/o de fusta - silenciadors per entrada/sortida d'aire - panells "sandvitx" de xapa i/o llana de roca - escumes absorbents de diferents acabaments - panells i/o bafles absorbents - làmines esmorteïdores - visors acústics - suports per a sostres ...

Central
C/ DUERO 37
08031 BARCELONA
Tel. 93 429 32 07
Fax 93 358 91 72
E-MAIL: info@METRASONI.ES

Delegación Madrid
C/ CARACOLÍ 6 POST
28033 Madrid
Tel. 91 382 06 73
Fax 91 382 06 73
E-MAIL: sicmad@filnet.es



Arrenca la programació de Televisions Digitals de Proximitat

Els concessionaris de TDT que formen part de Televisions Digitals de Proximitat (TDP) inicien la programació sindicada a Catalunya i les Illes. «L'intercanvi de continguts entre les diferents televisions agrupades és una eina importantíssima en el model de proximitat i un ajut a la vertebració dels territoris de parla catalana», assegura Frederic Cano, president de TDP. Durant l'estiu els continguts sindicats se centren en programes d'actualitat, com l'espai d'entrevistes *En Companyia*, i altres que donen cobertura a la part més estiuenca de l'oferta, com *Caminant pel Ripollès*, *Zona natural*, *K Fitnes*, *Llegendàrium*, *Artistes*, i *Europa*. La franja musical s'omple amb programes com *Tatanka* i *Balls de saló*. «Amb aquesta iniciativa les televisions agrupades al voltant de TDP volem, al contrari del que és més habitual a l'estiu, oferir una programació més variada i així captar l'audiència cansada de

programes en reposició i sense novetats i estímuls», explica Cano.

Nous espais a la tardor

Durant l'estiu s'ofereixen cinc hores setmanals de continguts sindicats, «però de cara a la tardor volem ampliar el doble aquesta xifra», afirma Cano. Està previst que la graella s'ampliï amb nous espais com *Vins amb DO català*, un programa per descobrir el món dels vins amb denominació d'origen català. També s'afegirà *Setze clips*, per estar al dia de les novetats de la música catalana; *Fruits de la terra*, un espai sobre tot el que envolta els productes ecològics i el món de la vinya; i *El pitjor ofici del món*, un programa que intenta dignificar la imatge de totes aquelles persones que tenen feines desagradables als ulls de la majoria de la nostra societat.

Els objectius de TDP són fer l'intercanvi de continguts a través d'Internet i establir coproduccions entre les diferents TV associades

Televisions Digitals de Proximitat actualment fa la sindicació de programes mitjançant l'intercanvi d'espais entre les televisions agrupades, sense pactar un horari determinat. L'objectiu, segons el seu president, és poder dur a terme aquesta tasca a través d'Internet. Una altra fita que es planteja l'associació a llarg termini és poder establir coproduccions entre les diferents televisions associades ■

El CAC i el CTecno promouen la societat de la informació

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i el Cercle Tecnològic de Catalunya (CTecno) han signat un conveni de col·laboració per promoure la societat de la informació, la comunicació i el desenvolupament. Per a Carles Flamerich, president del CTecno, «aquest acord representa un pas endavant en la divulgació del coneixement de les iniciatives tecnològiques en el marc de la societat de la informació a Catalunya». A partir d'ara, totes dues entitats col·laboraran conjuntament en l'organització d'activitats i actes de difusió i sensibilització entorn de la societat de la informació i el coneixement. D'altra banda, les respectives àrees d'estudis i de recerca compartiran esforços i coneixements en els estudis relacionats amb l'àmbit de la comunicació. Segons Flamerich, «el Cercle té la voluntat d'explicar que la tecnologia no és un fi en ella mateixa sinó



una eina que ajuda a transformar la societat. Atès que el CAC vetlla per la qualitat dels missatges que s'envien gràcies a aquesta tecnologia, tenim un terreny on podem col·laborar conjuntament» ■

Josep Maria Carbonell, president del CAC, i Carles Flamerich, president del CTecno després de la signatura del conveni.

Canal Català recupera el programa esportiu *El Rondo*

Canal Català recobra l'essència d'*El Rondo*, un dels referents esportius de la televisió, amb l'emissió de *La Ronda*. El copresentador de l'històric programa, Albert Lesan, dirigeix i condueix el nou espai, que s'emet, a partir del mes de setembre, de dimarts a dissabte entre les 9 i les 10 de la nit, i els diumenges, un cop acabada la jornada de futbol. *La Ronda*, un programa eminentment blaugrana, s'inspira en la mateixa fórmula que va funcionar durant els vuit anys que va estar en antena a TVE. És a dir, manté com a eix principal el fet d'informar i analitzar amb rigor el que passa al voltant del futbol sense renunciar a l'entreteniment. A la tertú-

lia, un dels pilars del programa, hi tenen cabuda les opinions dels telespectadors culés, però també les dels seus detractors. De fet, l'espai aspira a crear un vincle interactiu amb la seva audiència. A més, *La Ronda* inclou nous continguts respecte al seu predecessor, com ara una secció reservada per parlar de tot allò referent a la premsa rosa del futbol ■

Albert Lesan, dirigeix i condueix l'espai.



Televisió Sense Fronteres esdevé multimèdia

Televisió Sense Fronteres (TSF), la cadena de televisió digital impulsada per Tdcat i Perpinyà Televisió, ha decidit apostar fort pel multimèdia. TSF, que estarà dirigida per l'actual director de Perpinyà Televisió, Daniel Tichadou, comptarà amb un canal per Internet (TSF Internet), un de podcast (TSF Podcast) i un altre de vídeos per a telèfons mòbils (TSF Mòbils). Respecte als continguts, es prioritzaran els programes relacionats amb el món local. «Eme-

trem continguts propis vinculats a la proximitat, continguts en cadena que rebrem a través del nostre satèl·lit TSF Europe, i una part de programació sindicada», assegura Josep Adolf Estrader, director de Tdcat.

A més de Tdcat (que passa a anomenar-se TSF Barcelona) i Perpinyà TV (TSF Perpinyà), formen part d'aquesta nova cadena TSF Sant Julià de Lòria, TSF Figueres, TSF Puigcerdà-la Cerdanya i TSF Val d'Aran ■



TSF comptarà amb un canal per Internet, un de podcast i un altre per a mòbils.

SERVEI DE TELECOMUNICACIONS

(STAM)

TELECOMUNICACIONS, S.L.

Instal·lació, reparació i manteniment torres, sistemes radiants

Majot, 76 • 08970 Sant Joan Despí • Tel 93 373 88 72 • Fax 93 477 18 42

La programació de les TV privades barcelonines ja és a la TDT



25TV afronta aquesta nova etapa amb projectes de millora dels seus estudis i amb la digitalització del seu equipament tècnic.

25TV, Urbe TV, Canal Català i Locàlia ja ofereixen la seva programació a través de la TDT. De moment, els continguts que es poden veure actualment als quatre canals són els mateixos que s'estan emetent en analògic.

25 TV afronta aquesta nova etapa amb projectes de millora dels seus estudis i amb la digitalització del seu equipament tècnic. «D'aquesta manera els nostres es-

pectadors i anunciants gaudiran d'una major qualitat d'imatge i so», assegura la directora de l'emissora, Maribel Rodríguez. Per afrontar aquest repte, les vies d'actuació d'Urbe TV passen per l'aposta per nous continguts per a tots els públics, sempre en favor de la proximitat, del respecte i de l'entreteniment. «Ja vam començar amb aquesta renovació el mes d'abril passat amb l'estrena del programa

Made in Barcelona. El següent pas que farem serà la posada en marxa dels serveis informatius i la introducció d'espais de petit format on el ciutadà de Barcelona s'hi vegi identificat», assegura la seva directora, Silvia Soler. Per a Canal Català, «el fet de poder emetre en digital per a la demarcació de Barcelona servirà per valorar com respon l'audiència per a la resta de demarcacions on s'ha aconseguit llicència de TDT», afirma Marta Polo, responsable de les emissions en TDT de Canal Català. A partir d'octubre, quan Canal Català enceti la programació de la nova temporada, Canal Català Barcelona orientarà gran part dels seus continguts a l'emissió en digital. Per la seva part, Locàlia enceta les seves emissions en digital «amb l'esperança que el regulador afavoreixi un trànsit gradual cap als compromisos concessionals», assegura Marga Baró, directora de continguts de la cadena.

Reivindiquen més divulgació

Per altra banda, les responsables dels quatre canals han coincidit en reclamar a l'administració que incrementi les campanyes de divulgació sobre la nova tecnologia. Entenen que es va publicitar molt la TDT abans que es fes efectiva, i que ara és l'hora d'invertir en una publicitat important perquè la gent estigui informada de quina manera ha d'adaptar els seus aparells per rebre correctament els continguts digitals ■

Ara els jingles de la teva ràdio poden sonar millor i per molt menys del que et penses.

Vols saber com?

cuecreative

M. Curença | C/Samària 43 | 17256 Pala (Girona) | Catalunya | phone: 972 63 75 86 | cell: 677 023 532

www.cuecreative.es

Ràdio Sant Cugat crea un nou grup de comunicació municipal

Vanessa Gálvez

Amb l'objectiu d'ampliar l'oferta informativa de proximitat, Ràdio Sant Cugat (Vallès Occidental. 91,5 FM) ha creat un nou grup de comunicació per al seu municipi: Cugat.cat. La iniciativa s'encarrega de tirar endavant la creació d'un portal multimèdia d'informació local amb el mateix nom, que integra Ràdio Sant Cugat, un diari electrònic amb àudio, i una televisió a la carta. Aquest nou grup també inclou una productora audiovisual de continguts destinats al portal d'Internet i al futur canal públic de la TDT Vallès Sud. Per a Xavier Fornells, director de l'emissora, «l'objectiu de la productora audiovisual Cugat.cat és fer una programació de servei públic orientada al municipi. Els seus continguts estaran vinculats al poble, a les seves entitats, a la seva cultura, a les seves celebracions i tradicions, intentant ser testimoni viu del dia a dia de la ciutat, sempre en el marc de la catalanitat».



Es preveu la posada en marxa d'un portal multimèdia d'informació local i una productora audiovisual.

Aposta decidida pels continguts

Un informatiu setmanal titulat *Sant Cugat actual*; el programa *Sant Cugat vol d'ocell*, amb imatges des de l'aire gravades a través del vol amb parapent; l'espai *L'espectacle* de caràcter cultural, on el protagonisme central el tindrà el Teatre-Auditori; *Busquem l'ambient*, amb iniciatives mediambientals; *Memòries de Sant Cugat*, un documental de divulgació històrica sobre els esdeveniments que han marcat la història del municipi durant el

segle XX; i *Fet a Sant Cugat*, que enregistra els espectacles i les actuacions fetes

Cugat.cat vol oferir programes de qualitat i ser un mitjà de referència

per artistes locals, seran els primers programes que es posaran en funcionament al portal d'Internet a partir del setembre. «Decidir fer sis programes és una aposta molt forta. El que pretenem sobretot és donar uns continguts de qualitat i esdevenir un mitjà de referència», assegura la directora de la productora audiovisual, Mònica Lablanca. Aquesta productora també preveu crear un servei de vídeo per a entitats i institucions ■

www.audiencia.org

Centenars de emissores locals ja mostren i certifiquen la seva audiència mitjançant estudis detallats que es publiquen al "Portal de l'audiència", web consultada per agències de publicitat i empreses de forma permanent.

És un servei de INFORTECNICA S.L., la principal empresa de estudis de mercat dels organismes de consum tant d'Espanya com de la Unió Europea.

El Portal de l'audiència es troba a:

www.audiencia.org - www.audiencia.info - www.audiencia.tv

Per qualsevol consulta sobre aquest servei: www.audiencia.org
tel: 93 433 42 43 - fax: 93 433 42 39 - Lepant, 422. 08025 Barcelona.

Estació	Programa	Tipus	Idioma	País
Radio 4	Radio 4	Radio	Castellà	Espanya
Radio 5	Radio 5	Radio	Castellà	Espanya
Radio 6	Radio 6	Radio	Castellà	Espanya
Radio 7	Radio 7	Radio	Castellà	Espanya
Radio 8	Radio 8	Radio	Castellà	Espanya
Radio 9	Radio 9	Radio	Castellà	Espanya
Radio 10	Radio 10	Radio	Castellà	Espanya
Radio 11	Radio 11	Radio	Castellà	Espanya
Radio 12	Radio 12	Radio	Castellà	Espanya
Radio 13	Radio 13	Radio	Castellà	Espanya
Radio 14	Radio 14	Radio	Castellà	Espanya
Radio 15	Radio 15	Radio	Castellà	Espanya
Radio 16	Radio 16	Radio	Castellà	Espanya
Radio 17	Radio 17	Radio	Castellà	Espanya
Radio 18	Radio 18	Radio	Castellà	Espanya
Radio 19	Radio 19	Radio	Castellà	Espanya
Radio 20	Radio 20	Radio	Castellà	Espanya

Es reforça la Junta Directiva de la Federació amb noves incorporacions

El passat 7 de juliol va tenir lloc a Barcelona l'Assemblea General Ordinària de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC), en què va renovar-se la Junta Directiva amb la incorporació de Víctor Merencio, representant de Ràdio El Vendrell (Baix Penedès. 107,1 FM), Assumpta Mera, directora de Ràdio Martorell (Baix Llobregat. 100,3 FM), i Josep Altafulla, coordinador de Nova Ràdio Lloret (La Selva. 90,2 FM). La intenció, amb aquestes noves incorporacions, és «que totes les sensibilitats territorials estiguin representades a la Junta», va assegurar Manel Ramon, president de la Federació.

També es van acceptar com a nous socis Ràdio Pollença (Illes Balears, 107.9 FM), Ràdio Masquefa (Anoia, 107.9 FM) i Ràdio Foradada (Noguera, 107.4 FM). Amb aquests nous associats la Federació ja aplega 98 emissores. Per a Manel Ramon, els nous socis «posen de manifest que la Federació s'està consolidant com a punt de referència per a la comunicació local». Per altra banda, es va acordar demanar una



La FRLC ja suma 98 emissores.

reunió amb la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals de la Generalitat davant la preocupació de les emissores federades respecte la creixent aparició de ràdios que ocupen l'espai radioelèctric sense autorització. La Federació considera que cal actuar per evitar que

aquesta situació empitjori i afecti greument les condicions d'emissió de la resta de ràdios. Durant la Junta, el president de la Federació també va informar dels treballs que s'estan portant a terme per a la redacció del *Libre blanc de la ràdio local pública*, que veurà la llum a finals d'any ■

AEQ actualitza el MAR4WIN i la xarxa informàtica de Ràdio Rubí

Ràdio Rubí (Vallès Occidental, 99.7 FM) ha realitzat la modernització i l'ampliació dels equips informàtics de la seva xarxa d'àudio. D'aquesta manera, Ràdio Rubí torna a confiar en l'empresa AEQ per a la regulació i la sistematització de la seva programació diària i de la continuïtat les 24 hores del dia els 365 dies de l'any, des de fa 8 anys.

A finals del mes de maig d'aquest 2007, es va fer la renovació i l'actualització dels 4 terminals informàtics dels corresponents estudis de l'emissora, el canvi d'un servidor amb més capacitat i velocitat, i la instal·lació d'un cinquè terminal per a ús exclusiu de la programació en hores sense personal.

L'aposta de la direcció de fer camí per la informatització dels estudis, que es va iniciar a finals de la passada dècada, continua i ara mirant cap a una futura digitalització de les emissions. El sistema d'àudio i el seu paquet de programes MAR4SUITE d'AEQ s'han convertit en la base del funcionament tant dels seus treballadors i col·laboradors com de la perfecta automatització de la seva programació.

Ràdio Rubí ofereix una graella àmplia i rica basada en la informació del que passa a la seva ciutat i en l'entreteniment que protagonitzen els seus ciutadans, sigui quina sigui la seva procedència. La seva programació diària està sostinguda pels espais realitzats pel nombros equip de professionals i un grup de col·laboradors. Aquest fet obliga la direcció de l'emissora municipal a mantenir actualitzada una xarxa d'àudio de cinc terminals i un servidor perquè els seus usuaris puguin a través del programa MAR4WIN comunicar-se amb la màxima rapidesa, comoditat i credibilitat amb els seus oients de tot el Vallès Occidental.



Per a informació sobre AEQ a Catalunya, us podeu adreçar a:

Bernardo Saiz
Telèfon: 93 340 96 71
Mòbil 608 407 672
fax: 93 504 12 77
a/e: bsaiz@aeq.es
web: www.aeq.es

Xesco Caballero

Tècnic de so i supervisor de Ràdio Rubí

El *Llibre blanc* de la ràdio municipal radiografia el sector i analitza el seu impacte

Eduard Ràfols

L'elaboració del *Llibre blanc de la ràdio local pública* es troba en ple procés. Aquesta iniciativa té el suport decidit de la Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat, del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC), de l'Associació Catalana de Municipis i Comarques (ACM), de la Federació de Municipis de Catalunya (FMC) i de Com Ràdio, que s'han constituït en Consell Assessor, juntament amb el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC) i l'entitat promotora de l'estudi, la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC). Cal destacar també la col·laboració qualificada de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

El *Llibre blanc* integra, en primer lloc, una radiografia de l'estat actual de les emissores públiques. Prop de dues-centes emissores emeten regularment al nostre país, distribuïdes majoritàriament en funció de la densitat demogràfica i amb un nivell de cobertura apreciable. No obstant això, les disfuncions són notables; emissores de municipis mitjans són un referent, mentre que municipis importants no potencien la seva emissora pública. Per fer aquesta exhaustiva radiografia es compta amb la col·laboració del Laboratori de Comunicació Pública de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB.

Un aspecte important del *Llibre blanc*



Primera reunió del Consell Assessor del *Llibre Blanc*, del que formen part la Federació, el CLCC, la Secretaria de Mitjans de la Generalitat, el CAC, les entitats municipalistes i Com Ràdio.

és l'anàlisi sobre l'impacte de les ràdios locals en el seu àmbit, mitjançant entrevistes i reunions amb oïdors d'alguns municipis prèviament seleccionats. Aquest estudi s'està portant a terme des del Departament d'Economia de l'Empresa de la UAB. Probablement és la primera vegada que es fa una anàlisi d'aquestes característiques de manera sistematitzada. Les ràdios públiques necessiten paràmetres específics per valorar la seva influència; aquests paràmetres són ben diferents dels de la ràdio comercial i, per tant, les valoracions també. En cap cas s'han de confrontar les ràdios comercials i les públiques en termes de competència; les finalitats són diferents. La ràdio municipal és un servei

públic que complementa l'oferta de la ràdio privada.

Els resultats de l'elaboració del *Llibre blanc* han de proporcionar arguments per articular un model de futur per a la ràdio local pública. Diversos municipis s'han plantejat en el seu programa de govern la creació d'una emissora local. El procés va en augment i es consolida. Les iniciatives de col·laboració entre emissores d'un mateix territori es mostren com a un dels camins a seguir. Es necessita encara més voluntat política per part dels ajuntaments, però els professionals de la ràdio de proximitat tenen moltes iniciatives a les mans. El *Llibre blanc de la ràdio local pública* ha de ser una eina important per al futur immediat ■

aasit

estatística i assessorament,
servei integral de telecomunicacions, el

equips i serveis

• subministrament d'equips de radiofreqüència per a ràdio i televisió a preu de fabricant
• venda d'equips de 2a mà
• instal·lació i manteniment de centres emissors i sistemes d'enllaços

• serveis d'enginyeria i assessorament de telecomunicacions
• altres serveis: informàtica, disseny gràfic ràdio i TV on line, qualsevol tipus de solucions aplicades a la comunicació

of. Portaferreries | tel. 08014 Barcelona | tel. +34 93 46 46 46 | www.aasit.com | info@aaasit.com

Cercle Tecnològic
de Catalunya

CTecno



El principal actiu de CTecno:
Els seus membres

Volem convertir-nos en el referent
que portarà la seva visió de la
Tecnologia envers les persones.


www.ctecno.cat

Facilitar el diàleg entre empreses,
polítics, tecnòlegs i intel·lectuals
respecte dels temes cabdals que
afecten el món, i com les noves
tecnologies ens poden ajudar a
créixer equilibradament i
sostingudament, tant en territori,
com en l'àmbit social o cultural.

«Les meves filles segueixen el meu camí perquè la TV local té futur»

Ricard Pascual, director de Bipas TV Produccions

S. M

Per a Ricard Pascual (Vallirana, 1950) la televisió és molt més que una feina a la qual dedicar unes quantes hores. «Dóna sentit a la meva vida», assegura. Amb només 14 anys va decidir estudiar electrònica per correspondència, i tot i que no tenia molt clar quin ús en faria, aviat va saber que fos com fos havia d'aconseguir treballar en un laboratori de televisió. Amb 26 anys crea la seva pròpia empresa i és instal·lant antenes i repetidors com descobreix que «fer tele» és més fàcil del que sembla. El 1982 posa en marxa TV Vallirana, convertint-se en un dels pioners d'un moviment que tot just acabava de néixer. Ara té la seva pròpia productora on treballa tota la seva família. Dirigeix El Flash, el magazín cultural de COMUNICÀLIA que supera les 200 edicions i emeten una trentena d'emissores.

Com descobreix un tècnic en telecomunicacions que vol dedicar-se a fer televisió?

Les possibilitats tècniques m'hi van portar. Després d'haver muntat una sèrie de repetidors vaig veure que a Vallirana, a Molins de Rei i a la Palma de Cervelló era possible engegar una televisió. De les tres propostes, Vallirana va acceptar experimentar en una cosa que llavors no sabíem ben bé ni com dir-ne. Ara en diem televisió local.

Els inicis no devien ser fàcils...

Bé, érem un grup d'amics. L'Ajuntament de llavors era comunista i això va ajudar perquè creien en les coses utòpiques. El primer plató el vam muntar a la sala de plens! El 1986 deixo l'empresa de telecomunicacions i em dedico exclusivament a la televisió.

Una aposta arriscada.

Imagina-t'ho! Amb dues criatures, una casa per acabar... Però no me'n penedei-

xo. De fet, ara puc dir que és quan em trobo amb la televisió local que trobo sentit a la meua vida. Aquest moviment va néixer arran de les inquietuds d'una gent que volíem fer arribar la democràcia arreu i explicar el que estava passant. Uns ho van fer des dels ajuntaments, altres des dels sindicats i alguns, com jo, des de la televisió local.

I passa de dirigir una televisió a crear una productora...

Uf! El camí és llarg i complicat. El 1987, quan CiU entra a l'Ajuntament, TV Vallirana comença a professionalitzar-se. Disposem de pressupost, espai i poder per desenvolupar el projecte. Aconseguim fer de TV Vallirana una emissora capdavantera. Durant 8 anys gaudeixo creant i descobrint. Però arriba un moment en què toco sostre. Començo a anar als pobles veïns i també em vénen a buscar. Ja llavors es parlava d'arribar a pactes entre els ajuntaments per fer televisió, però els polítics no es posen d'acord, així que decideixo crear una primera empresa, Canal Verd, que també ofereix serveis als ajuntaments dels municipis del voltant. Això a Vallirana no ho van saber entendre o no em vaig saber explicar, així que ho vaig deixar de banda durant uns anys.

Fins que crea Bipas?

Exacte. El 2001 m'adono que en la gestió privada hi ha futur. També va ser molt important que la meua filla gran, la Marta, volgués fer carrera en aquest camp. És



principalment per ella que decideixo tirar endavant. Les circumstàncies em porten a abandonar TV Vallirana i a crear Bipas TV Produccions, que a més de fer programes, gestiona les televisions municipals de La Palma de Cervelló i Molins de Rei. Ara també hi treballa la meua filla petita, la Núria, a més de la meua dona, és clar.

Tota la família dependent de l'èxit d'un mateix projecte.

Pot semblar agosarat, però la televisió local és un mitjà professional com qualsevol altre. Et puc assegurar que ens defensem econòmicament molt millor que altres que es dediquen a altres coses. També és veritat que treballo des del dilluns a les 8 del matí al diumenge a les 12 de la nit. Però és que per a mi la televisió no és una feina, és la meua vida.

«La TV de proximitat és un mitjà professional com qualsevol altre»

El Flash és un dels seus èxits professionals. Més de 200 edicions i en antena a 30 televisions.

N'estic orgullós. És un programa dinàmic, amè, atractiu i fàcil de consumir, ja que et permet de manera ràpida copsar quatre referències culturals. Si abans havia de buscar els esdeveniments per cobrir ara em vénen a buscar. A més, la qualitat és equiparable a la de qualsevol programa del gènere de qualsevol televisió de major abast.

Com a pioner del sector, ha viscut en primera línia tota la seva evolució. Quina valoració en fa?

Sense dubte és una valoració positiva. D'una cosa que abans no sabíem ni com dir-ne, ara és una professió atractiva per al jovent. La prova està en les meves filles, les dues han escollit continuar el meu camí. Això demostra que el sector té futur.

Creu, doncs, que el nou panorama televisiu obre noves oportunitats?

I tant! No sé si amb la TDT o no, però el sistema és el de menys. Està clar que hi ha indústria, negoci. Cada vegada més els nostres productes es fan arribar a la gent d'una manera més fàcil, més ràpida, amb més qualitat, i també amb més competència, però això no em preocupa. El futur és un gran ventall de finestres obertes on poder posar continguts, Internet n'és un exemple. Jo sóc optimista. Si la meua vida dedicada a la televisió sempre ha evolucionat en positiu, per què ara hauria de ser diferent? ■

«Està clar que hi ha indústria. El futur és un gran ventall de finestres obertes on posar continguts»

L'UWB o la fi definitiva dels cables

Joan Bril-li

A costumats que la majoria de telèfons mòbils, ordinadors portàtils o impressores portin incorporada la tecnologia Bluetooth i acostumats també a la disponibilitat de molts punts d'accés a Internet mitjançant les xarxes d'àrea local Wi-Fi o WiMax, ben aviat ens haurem de familiaritzar amb una nova tecnologia. L'Ultra Wideband (UWB) està a punt d'arribar a Europa. Aquesta tecnologia, que en anglès significa ultra amplada de banda, ja es considera la germana gran del Bluetooth. L'excés de fils s'està acabant i cada vegada més es desenvolupen nous estàndards de comunicació que permeten interconnectar dispositius tant fixos com mòbils.

L'Ultra Wideband serà una tecnologia sense fils que oferirà velocitats de transmissió de dades de fins a 489 Mbps en un radi d'entorn de 20 metres en un futur no molt llunyà. El seu principal avantatge és que permet comunicar entre ells tot tipus d'aparells, possibilita la transmissió de vídeos d'alta definició i incrementa el protagonisme de la domòtica i les anomenades cases intel·ligents.

Segons els experts, aquest any l'UBW realitzarà la transició dels laboratoris a l'estandardització per al seu desenvolupament i la seva implementació en el món real. Les proves realitzades demostren que arribarà a ser una tecnologia punta entre les anomenades invisibles.

Cada vegada més adeptes

Bluetooth, Wi-Fi, WiMax, Ultra Wideband i ZigBee (aquesta última també anomenada HomeRF Lite i que permet transmissions de dades que oscil·len entre els 20 i els 250 Kilobits per segon, amb un abast de 75 metres) són les cinc tecnologies sense fils a curta i a llarga distància, que lluiten per convertir-se en el centre d'atenció de la indústria informàtica i altres aparells electrònics.

Importants companyies com Motorola, Home Working Group, Samsung Electrònics, Mitsubishi Electric, Fujitsu, LG, Lucent, Xtreme, T&T o Intel treballen i aposten pels diferents estàndards sense fils amb la finalitat d'integrar-los al mercat.

Es tracta de tecnologies que cada vegada tenen més adeptes, ja que contribueixen a fer la vida més fàcil. Cal ser conscients, però, que es necessitarà molt de temps perquè totes puguin treballar conjuntament i a la perfecció. Tot i així, cal tenir en compte que quelcom important es va acostant: és el final de l'era dels cables ■



Sinergia Telecom Consultoria i Projectes

Al servei de la Comunicació Local

- Consultoria en la Tramitació de la Concessió
- Tramitació Llicències individuals d'ús de l'Espectre
- Projectes Tècnics

- Llicència Ambiental per a centres emissors
- Disseny Estudis de Producció
- Estudis de cobertura, simulació i mesures de camp



visionatv



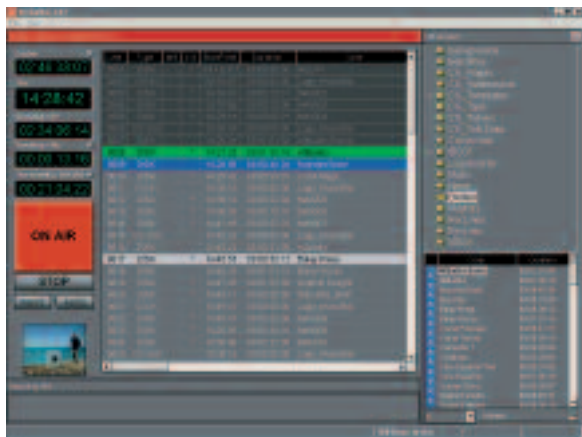
- Gestió de televisions
- Gestió de serveis informatius
- Gestió de continguts
- Projectes tècnics i serveis d'enginyeria audiovisual
- Serveis de disseny i imatge
- Gestió de publicitat
- Gestió de drets audiovisuals

VISIONA TV
Centre audiovisual MEDIAPARK
c/ Bullidor, s/n
Polígon industrial nº 1
08960 Sant Just Desvern

Tel: 902 932 960
Fax: 935 533 459

www.visiona.tv
info@visiona.tv

Vector 3 celebra la venda del VectorBox número 700



Vector 3 va ser fundada l'any 1984 per desenvolupar aplicacions gràfiques per ordinador.

plantejat una incorporació massiva de rotulació en forma de *tickers*, xats, «pròxim programa», etc. VectorBox permetrà realitzar aquestes millores sense incrementar els costos d'explotació i perfectament encaixat en el *workflow* actual gràcies al suport de compressió IMX encapsulat sobre MXF.

Una tradició

Aquestes celebracions s'han convertit en una petita tradició que es va establir, sense saber-ho, amb motiu de la venda del VectorBox número 100. Des de llavors, cada vegada que s'arriba a un centenar, l'empresa d'aquesta manera agraeix a tot el personal el seu esforç i dedicació.

Vector 3 va ser fundada l'any 1984 per desenvolupar aplicacions gràfiques per ordinador. Molt aviat es va demostrar que el sector en el qual aquestes aplicacions podien ser més útils era el de la televisió ■

L'empresa Vector 3 ha celebrat la venda del VectorBox número 700 amb un sopar que va comptar amb l'assistència de tota la plantilla. El número 700 és un VectorBox model VB6000 que s'està instal·lant a la televisió holandesa NOS dins del projecte

que, en la primera fase, inclou tres equips. Aquesta televisió emet diversos canals a través de cable, terrestre i satèl·lit. L'objectiu del projecte és reforçar tant la imatge de marca d'aquests canals com la informació que s'ofereix a l'audiència, i per això s'ha

DSX S-ATA

VECTORBOX

- Grabe sin detener la emisión
- 600 GB o 1.2 Teras inbox
- Logos, gráficos, tickers, relojes, etc...
- Soportando DV, Mpeg2 y Mjpeg

Conozca los nuevos modelos con discos Serial-ATA contactando con su distribuidor o llamando al 93 415 12 85.

acn

Agència Catalana

Ens esteu fent grans!

acn

Agència Catalana de Notícies

Nació.cat

Saül Gordillo, Mina, Barcelona, 2007, 132 pàg.



En aquest llibre, el periodista Saül Gordillo narra els fets que van portar a aconseguir el .cat, el primer domini d'Internet que representa una comunitat lingüística. Segons el seu autor, el .cat és la conseqüència lògica de la tasca silenciosa i obstinada d'innombrables internautes, de gent i d'entitats que sense suports econòmics ni institucionals potents al darrere han aconseguit situar el català entre les llengües de refe-

rència a escala mundial. El relat de Saül Gordillo pretén fer una crònica de l'obtenció del .cat, des de la primera idea inicial sobre un domini .ct fins al resultat de la votació final a l'ICANN, als Estats Units, una votació per única vegada favorable als interessos dels catalans que volen sortir al món directament sense haver de passar per Madrid. Però *Nació.cat* no només explica per primera vegada les històries que hi va haver

darrere aquest èxit, sinó que també analitza el paper dels Països Catalans a la xarxa i deixa clar que és clau apostar-hi pel nostre futur com a país. Segons l'autor del pròleg, Ramon Tremosa, *Nació.cat* és un llibre necessari, en la mesura que relata una operació coronada per l'èxit, que ha de servir de model per a altres operacions futures pel treball discret i abnegat que ha requerit i comportat ■

Amb el suport de la **llibreria MEDIOS** C. Valldonzella, 7 - 08001 Barcelona - 93 412 33 88

Ayudas públicas y libre competencia en el sector audiovisual

Sara Medina González, Marcial Pons, Madrid, 2006, 305 pàg., 33 euros



Un dels grans problemes al qual s'enfronten actualment les ràdios i les televisions públiques, i que ha estat objecte d'un ampli debat tant polític com social, és el de la compatibilitat del finançament públic que reben amb el dret europeu de la competència. Aquest llibre analitza la situació audiovisual a la Unió Europea respecte a la intervenció pública que hi existeix. També fa un estudi del panorama audiovisual que trobem en aquests moments a l'Estat es-

panyol: la normativa reguladora del sector i la problemàtica específica que presenta la intervenció pública que hi ha, tenint en compte els avenços de la tècnica i la necessitat d'adaptació que tenen els mitjans audiovisuals. Aquest llibre també exposa, de manera particular, els problemes que planteja el finançament públic que reben les ràdios i les televisions públiques des de l'òptica del dret de la competència. Tanmateix, s'ofereix una visió general sobre com

han abordat aquest problema tant les institucions comunitàries (Comissió, Tribunal de Justícia i Tribunal de Primera Instància) com les autoritats espanyoles, que han realitzat diversos intents per adequar la normativa interna espanyola a les directrius marcades en el si de la Unió Europea. En aquesta línia s'analitza la situació actual després de l'entrada en vigor de la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal ■

contactes d'interès

Consorci Local i Comarcal de Comunicació
Tel. 93 488 10 08
Tel. 93 487 49 45
<http://www.clcc-comunicacio.org>
www.clcc-comunicacio.org

Federació de Televisions Locals de Catalunya
info@cat-tv.org

Federació de Televisions Municipals de Catalunya
tvm@antenalocal.net

Federació de Ràdios Locals de Catalunya
<http://www.radiolocal.cat>
info@radiolocal.cat

Fòrum Audiovisual Català
Tel. 93 331 56 41

Comunicàlia SA
Tel. 93 488 10 08
Tel. 93 487 49 45
clcc@clcc-comunicacio.org

Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals
Tel. 93 567 63 50
<http://www.gencat.net/dgma>
dgma.presidencia@gencat.net

Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació
Tel. 93 363 83 60

www.gencat.net/dursi/stsi
comunicacio.stsi.dursi@gencat.net

Consell de l'Audiovisual de Catalunya
Tel. 93 363 25 25
www.cac.cat
audiovisual@gencat.net

Tradia
Tel. 93 567 89 10
www.tradia.com
tradia@tradia.com

Retevisión
Tel. 93 502 00 00
www.retevision.es

Direcció General de Comunicació del Govern de les Illes Balears
Tel. 971 17 65 07
<http://dgcom.caib.es>
premsa@reinforma.caib.es

Secretaria Autònoma de Comunicació de la Generalitat Valenciana
Tel. 96 386 62 27

Consell Andorrà de l'Audiovisual
Tel. 34 376 875 700
<http://www.caa.ad/>

Sistema Digital per la Còpia Jurídica de l'emissió



vsnlegalrec

vsnlegalrec és una solució rendible i de baix cost, que soluciona el problema de l'enregistrament judicial de l'emissió. El sistema és molt senzill i fiable, es connecta a la sortida de la continuïtat o un retorn de RF, i des del primer dia **vsnlegalrec** digitalitza en disc dur tota la programació de manera contínua les 24 hores. També es pot programar en una agenda setmanal l'hora de començar i aturar la digitalització.

Característiques Destacades

6 Mesos d'enregistrament 24x7

El sistema enregistra fins a 6 mesos de programació 24h, esborrant automàticament les imatges anteriors per evitar la saturació del disc

Màxima seguretat de les dades

Protecció total de les dades mitjançant sistema de "mirror" (RAID1) al conjunt de discs d'emmagatzemament i l'ús de bases de dades basades en SQL Server

Visualització desde qualsevol PC de la xarxa

vsnlegalplayer és un mòdul independent instal·lable a qualsevol PC de la xarxa, per a la recuperació i distribució de la programació enregistrada per **vsnlegalrec**



Capacitat de generar VCD, DVD o WM9

En qualsevol moment que ho necessitem podem seleccionar un interval de temps i generar un VCD, DVD o WM9 per enviar per email

Detecció Automàtica de problemes a l'emissió

vsnlegalrec incorpora un sistema que detecta silencis en el senyal d'àudio i pot avisar que s'ha produït una errada en l'emissió per correu electrònic o SMS



Emissió per Internet

vsnlegalrec és més que un sistema legal. Fent servir la tecnologia de distribució de video per IP, podem veure desde qualsevol PC de la Xarxa de la TV la senyal que estem enregistrant i opcionalment portar l'emissió a Internet

vsnlegalrec bàsic

- Estació Mitja Torre
- Pentium IV a 2,8 Ghz
- 512 MB de memòria RAM
- Disc Dur: 1x80GB (Sistema) + 2x300GB (Dades)
- Enregistradora de DVD Doble Capa
- Diskettera, ratolí i teclat
- Tarja de Xarxa 10/100

vsnlegalrec professional

- Estació professional format "rack" 4U
- Pentium IV a 3,2 Ghz
- 512 MB de memòria RAM
- 4 Discs durs de 300 GB (RAID 0+1)
- Enregistradora de DVD Doble Capa
- Diskettera, ratolí i teclat
- Tarja de Xarxa 10/100/1000

Per a més informació contactar amb NRDmultimedia al telèfon 932469200 o bé per correu electrònic a l'adreça info@nrd.es



JA SOM AQUÍ!

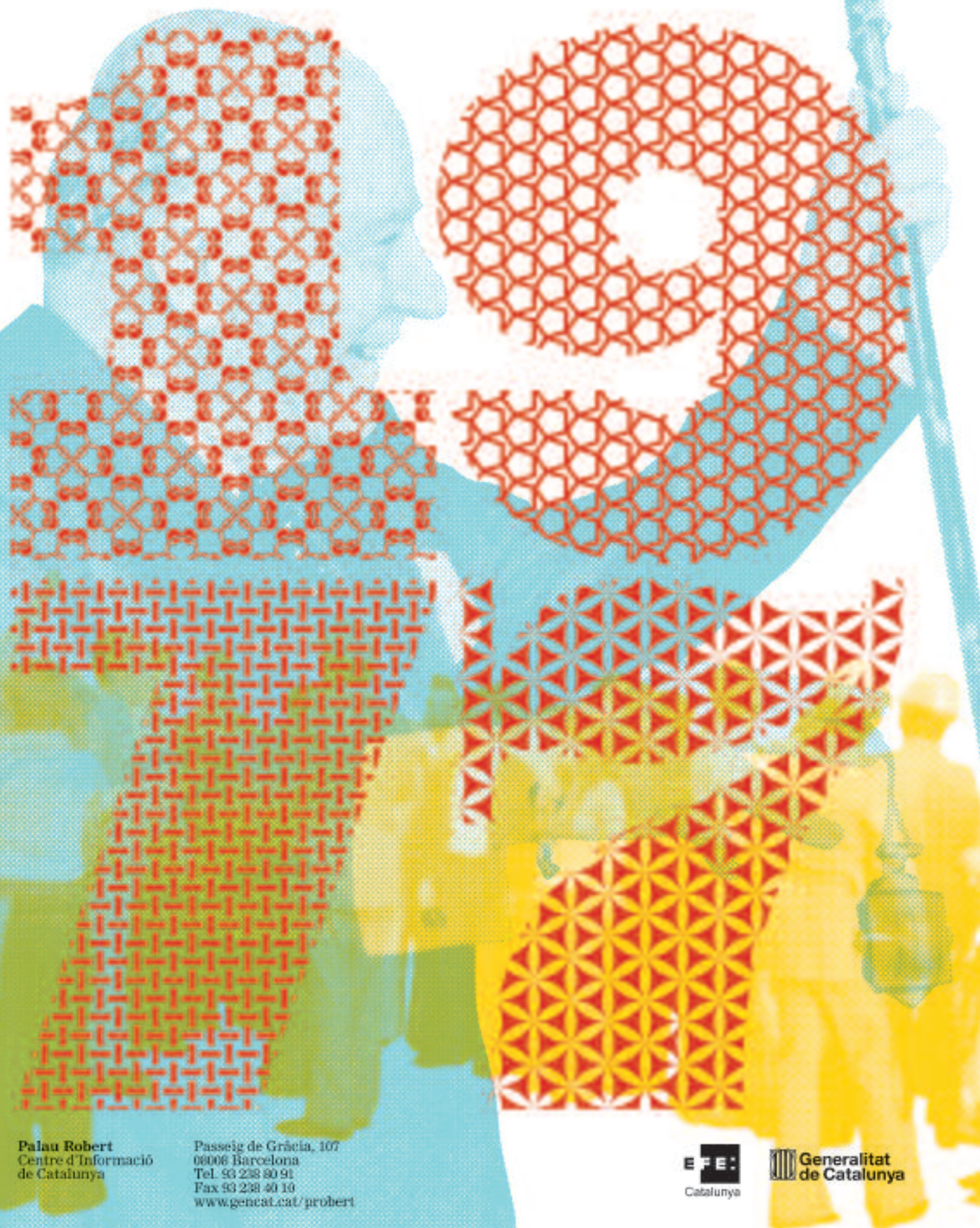
MEMÒRIA D'EFE

**20.09.07
2.12.07**

Exposició

Horari
De dilluns a dissabte,
de 10 a 19 h

Diumenges i festius,
de 10 a 14.30 h



Palau Robert
Centre d'Informació
de Catalunya

Passeig de Gràcia, 107
08006 Barcelona
Tel. 93 238 80 91
Fax 93 238 40 10
www.gencat.cat/probert

EFE
Catalunya

 **Generalitat
de Catalunya**