

antena local

La revista de la comunicació local Núm. 57 - desembre 2007 / gener 2008 - 3€



Oasi digital

Catalunya és pionera en l'arrencada de la TDT local

Les incògnites de la migració tecnològica es mantenen (10)

Josep Pont (president CLCC 1998-2008):

“El sector espera de nosaltres producte i consell” (24)

El *Llibre blanc* de la ràdio municipal rep el vistiplau del Consell Assessor (22)

acn

Agència Catalana

Ens esteu fent grans!

acn

Agència Catalana de Notícies

El canal de dades de la TDT

L'objectiu de tota administració pública és fer arribar els seus serveis al major nombre de ciutadans possible i de la manera més fàcil. L'eficiència de la gestió no es pot valorar únicament en la capacitat d'obtenir els millors resultats, sinó també en la destresa per acostar la informació de forma senzilla i ràpida a l'administrat. Els ens locals (ajuntaments i consells comarcals) saben de la importància –i alhora de la dificultat—de traslladar als seus conciutadans una informació rigorosa i ràpida. No hi ha gaires canals més enllà del contacte directe a les oficines de torn o a través d'Internet. Mentre la primera opció significa, en moltes ocasions, molèsties de desplaçaments, el segon, Internet, encara no és d'ús massiu a totes les llars del nostre país. Malgrat tot, aquells que disposen d'Internet saben que a través de la xarxa es poden fer moltes gestions que estalvien cues, esperes o pèrdues d'hores de treball.

La televisió és l'únic mitjà de comunicació autènticament universal. Està a gairebé totes les llars. I en moltes cases hi ha més d'un aparell de televisió. Des de fa uns anys es parla amb molta insistència de la Televisió Digital Terrestre (TDT), del canvi tecnològic que representa i de la qualitat d'imatge i so que suposarà l'emissió en digital. Les televisions locals ja comencen a ser a la TDT i els responsables polítics de la Generalitat estan preocupats per la lentitud amb què els ajuntaments constitueixen consorcis per (teòricament) gestionar un canal televisiu i, encara més, per l'escàs entusiasme que en molts d'ells els desperta la idea de fer una televisió que suposa un sacrifici important per les seves arques municipals.

Es parla molt de televisió digital però es parla poc del canal de dades: el cinquè canal. S'ha fet poca pedagogia entre els ajuntaments del que representa poder fer arribar a cada casa, a través de les dades de la TDT, els serveis municipals, les dades de servei, els avisos, les notícies del municipi, els telèfons d'interès... Fins i tot la possibilitat de poder tramitar certificats d'empadronament, concertar visites amb l'alcalde o els regidors, etc. Els ajuntaments volen donar servei a la seva ciutadania. Només alguns poden i volen fer televisió; tenen els recursos suficients i la voluntat política per assumir el projecte. Però tots els ajuntaments volen que els seus ciutadans puguin disposar de la informació de servei del seu municipi de forma ràpida, àgil i sense moure's de casa. Per això és tant important aquest cinquè canal. Per això sí que és útil la TDT per a tots els ajuntaments: per als administradors i els administrats.

El Baròmetre, una infraestructura al servei del sector

Esdevenir una eina al servei de les empreses i les institucions del sector de la comunicació i la cultura per facilitar la presa de decisions i la definició d'estratègies comercials. Aquest és l'objectiu del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura impulsat per FUNDACC (Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura) que, després de culminar el primer any del treball de camp, ha presentat les primeres dades sobre les audiències dels mitjans de comunicació i les pràctiques culturals en aquest mercat de 13 milions de consumidors.

Amb una mostra de 40.000 individus l'any, que són entrevistats durant 45 minuts, el Baròmetre se situa avui entre els deu estudis més exhaustius del món si es té en compte la relació entre la mostra i l'univers. Amb aquesta mostra, i amb la incorporació dels darrers avenços tècnics i tecnològics, el Baròmetre estudia les audiències dels 1.500 mitjans de comunicació que existeixen en aquest mercat -diaris, revistes i publicacions periòdiques, ràdios, televisions-, i aporten dades amb precisió estadística comarcal i un marge d'error global mínim.

Des d'aquest moment, i de manera periòdica cada quatre mesos, qualsevol empresa de comunicació que ho vulgui podrà accedir lliurement les dades d'audiència i consums culturals del seu sector i de la competència, tant quantitatives com qualitatives sobre els perfils (edat, sexe, nivell d'estudis, classe social, usos lingüístics, motivacions, etc.). Els mitjans de comunicació que ja disposaven de dades d'audiència podran conèixer quina és la seva distribució comarcal, mentre que els mitjans que fins ara no eren auditats, però que paradoxalment tenen una gran penetració en el seu àmbit de cobertura, disposaran per fi de dades que certificaran la seva audiència.

En un context de clara competència de mercat i d'aposta per la segmentació, aquestes dades són absolutament valuoses per a les empreses de comunicació que vulguin consolidar el propi segment de mercat i explorar nous nínxols. Igualment, seran útils perquè les agències de mitjans puguin oferir un millor servei als seus clients anunciants, gestionant de manera òptima les seves inversions publicitàries a través de les campanyes que



Lluís Tolosa
Director tècnic
Baròmetre de la Comunicació i la Cultura

es despleguin en aquest mercat de referència.

Per tot això, el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura va més enllà d'un simple estudi. És una potent infraestructura, amb tota la seva dimensió, al servei del conjunt del mercat de la comunicació i de la cultura ■

Contra l'analfabetisme mediàtic

Aprofitant la Trobada 2007, des de la Xarxa d'Educació en Comunicació (laxarxa.info) vam llençar la campanya *Contra l'analfabetisme mediàtic!* amb la intenció de cridar l'atenció sobre la precària situació de l'educació en comunicació al nostre país. En parlar d'analfabetisme, volem fer referència a la situació d'inoperància en què els currículums d'ensenyament actuals deixen l'alumnat davant dels mitjans de comunicació audiovisuals pel que fa a la seva capacitat de comprensió, d'anàlisi crítica dels continguts i de producció. Amb l'actual currículum, que no es preocupa -a la pràctica- d'ensenyar a l'alumne a entendre i analitzar la informació que li arriba des de les diferents pantalles, l'alumne resta tan indefens davant del llenguatge audiovisual com quedaria un alumne davant d'un llibre si no se li hagués ensenyat a llegir llengua escrita. En una societat en què la quantitat d'informació que l'alumnat rep de les panta-

lles depassa de molt la que rep dels llibres, la majoria de les nostres escoles segueixen ensenyant com si els alumnes per ells mateixos ja sabessin analitzar i desxifrar, per exemple, les estratègies persuasives d'un missatge publicitari, la qual cosa està molt lluny de la realitat. I, per tant, després del seu pas pel nostre sistema educatiu, els nostres estudiants segueixen sent analfabets. Mediàticament analfabets.

Des de la Xarxa volem cridar l'atenció sobre aquest fet i conscienciar tothom preocupat pel nivell cultural del nostre país i especialment els responsables de l'ensenyament i dels mitjans de comunicació sobre la necessitat urgent d'introduir definitivament l'educació en comunicació a les nostres escoles per tal de garantir -i no de suggerir, com passa actualment- que els nostres alumnes siguin capaços de tenir una visió intel·ligent i crítica dels mitjans de comunicació. Perquè només

amb espectadors formats i crítics podem garantir ciutadans lliures. Podeu veure els vídeos de la campanya en diferents idiomes a www.dailymotion.com/laxarxa ■



Xavier Breil
Membre de la Comissió Gestora
Xarxa d'Educació en Comunicació

Els models mediàtics i les patologies de l'alimentació



Victòria Camps
Vicepresidenta
Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Els problemes socials es reflecteixen als mitjans de comunicació, però no sempre ho fan de la manera adequada. Tot sovint els estereotips i els tòpics substitueixen una realitat que, de fet, és molt més diversa i rica que la representació que en donen els mitjans. Una d'aquestes representacions és l'ideal de bellesa femenina que és projecta inevitablement en la imatge d'una dona jove i exageradament prima, una figura estilitzada que respon a les mesures d'un cànon difícilment realitzable. La realitat no és així, però aquesta és la realitat que reflecteix la televisió.

Fa uns quants mesos, la directora de la "Pasarela Cibeles" va sorprendre amb unes declaracions que han estat decisives en donar pas a una sèrie de veus que fins ara restaven silencioses. Les declaracions manifestaven la voluntat de l'organització

de no deixar desfilars a models amb una massa corporal per sota del que es podia considerar acceptable. Els mínims establerts estaven lluny de permetre la inclusió de joves, diríem "plenets", però, en tot cas, es començava a posar límits a una dinàmica gens positiva per a la salut mental i corporal d'un nombre gens menyspreable de joves i adolescents.

La imatge de la dona predominant en la publicitat, el cinema i la programació televisiva en general ha estat relacionada amb el problema dels anomenats trastorns alimentaris, és a dir, l'anorèxia i la bulímia nervioses. No cal dir que la relació entre la televisió -per centrar-nos en el mitjà audiovisual més estès- i les patologies esmentades no és una relació de causa i efecte. No totes les adolescents que miren la televisió pateixen anorèxia, afortunadament. La pateixen precisament aquelles persones més vulnerables, amb una autoestima disminuïda, que no s'agraden ni s'accepten tal com són i que projecten en el seu cos la causa de totes les desgràcies que pensen que pateixen. La majoria de les vegades, per no dir totes, la manca d'autoestima i el desgrat que aclapara a aquestes noies no té justificació real. Però les patologies psicològiques són així, incomprensibles per a les persones que tenen la sort de descobrir-les i de no ser-ne víctimes.

És per això, perquè el problema és greu i fa patir moltes famílies, que els mitjans de comunicació haurien de tenir més cura en la programació que fan. Els haurien de preocupar especialment dues coses: 1) donar una imatge més real, més variada i menys idealitzada de les persones i, en especial, de les joves; 2) informar sobre els trastorns

alimentaris amb el màxim rigor sense sucumbir a la temptació de presentar situacions morboses i sensacionalistes, que exciten la curiositat de l'espectador en lloc d'informar-lo degudament.

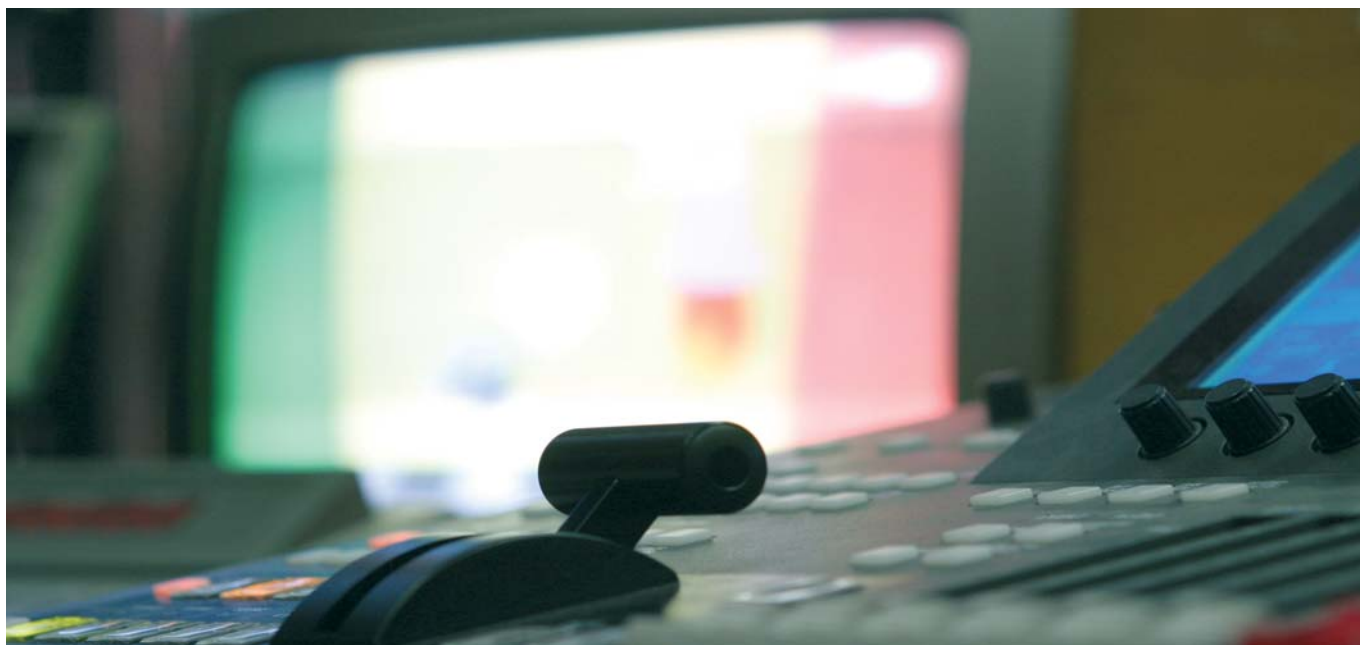
El Consell de l'Audiovisual de Catalunya s'ha fet ressò de la preocupació de l'Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia que demanava més responsabilitat dels mitjans audiovisuals en el tractament de l'anorèxia i la bulímia. Acaben de ser publicades unes recomanacions adreçades als operadors reclamant models més realistes i una major sensibilitat cap a malalties que arriben a ser molt greus. L'emissió constant i reiterada de productes destinats a perdre pes o de productes substituïdors dels àpats habituals pot no ser res més que una forma de publicitat il·lícita perquè enganya. Si més no, seria convenient eliminar aquesta mena de publicitat de l'horari protegit. En qualsevol cas, caldria, tant pel que fa a la publicitat com a la programació d'entreteniment i la informació, que els mitjans consultessin amb experts la manera adequada de presentar personatges víctimes d'anorèxia o de donar informació sobre la malaltia.

Un estudi recent sobre les *Preferències dels adolescents davant la televisió*, encarregat i publicat pel CAC, feia palès que els adolescents miren la televisió buscant-hi models i informació sobre la manera de viure i de ser de les persones i, molt en especial, de les que tenen la seva edat. Què és el que hi troben? D'entrada, una gran contradicció. La televisió exhibeix uns models de noi i noia d'una primor gairebé inassolible al temps que els bombardeja amb anuncis constants d'aliments que, en lloc d'alimentar, engreixen i fomenten l'obesitat. La societat de consum no pretén ser equilibrada, sinó guanyar diners i fer negoci. Sí, però la televisió, especialment la de servei públic, té altres obligacions a més de gestionar bé els fons públics. Obligacions de rendibilitat social que ha d'afegir a la rendibilitat econòmica ■

«La TV, especialment la de servei públic, té altres obligacions a més de gestionar bé els fons públics. Obligacions de rendibilitat social que ha d'afegir a la rendibilitat econòmica»

Suport unànime a l'encesa digital

Públics i privats celebren la determinació del govern per accelerar el procés, tot i reconèixer la complexitat per complir els terminis fixats



Sònia Maza

Encesa i no apagada. Amb aquesta filosofia el Fòrum de la TDT, convocat pel Govern de la Generalitat, s'ha donat per informat de l'esperat (i definitiu?) calendari d'implantació de la TDT a Catalunya. El procés es fa per demarcacions, s'inicia el primer semestre de 2008 i finalitza el 2009, un any abans que a la resta de l'Estat, on el 3 d'abril de 2010 hauran d'haver cessat les emissions analògiques tots els operadors. Les principals associacions que representen les televisions públiques i privades de proximitat del país coincideixen a valorar molt positivament la planificació aprovada, tot i reconèixer les evidents dificultats que implica el procés. El retard en la constitució i en la posada en marxa d'alguns consorcis públics, i la lentitud i la complexitat de l'aprovació per part del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç dels projectes tècnics (imprescindibles per començar a emetre) són les principals. Confien, però, en el suport de l'executiu català per culminar amb èxit la migració tecnològica.

“Un procés inajornable, important i decisiu”. Així definia el conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, el calendari de desplegament de la televisió digital a Catalunya fet públic el passat 8 de novembre durant la darrera sessió plenària del Fòrum de la TDT. L'acord adoptat fixa un únic calendari per a totes les televisions d'una demarcació concreta (vegeu mapa pàgs. 8 i 9). Així, si tot va segons el previst, les demarcacions de Girona, Reus, Vic, Vilanova i Mataró haurien d'encendre les emissions digitals durant el primer semestre de 2008; Granollers, Igualada, Tarragona, Manresa i Palafrugell ho farien durant el segon semestre del mateix any. El primer semestre de 2009 arribaria el torn de Balaguer, Blanes, Figueres i Lleida; mentre que el segon semestre se sincronitzaria l'encesa a les demarcacions d'Olot, la Seu d'Urgell, Tortosa i Vielha Mijaran. Per últim, entre el 2008 i el 2009, farien el trànsit al digital les de Barcelona, Cornellà de Llobregat i Sabadell. Aquesta planificació es refereix en tot moment a l'encesa i no l'apagada, ja que el Govern confia que siguin els propis operadors els que decideixin apagar en analògic quan constatin que els seus espectadors ja els reben en digital.

Vot de confiança

L'actitud de les televisions de proximitat catalanes enfront aquest calendari podria definir-se com de confiança i esperança. Les principals associacions coincideixen a celebrar la planificació. “Valorem molt positivament la iniciativa endegada des de l'Administració i el seu compromís per assegurar el desplegament de la TDT”, assegura Ramon Mateu, president de l'Associació Catalana de Concessionaris Privats de TDT local i director d'Uniprex TV. En el mateix sentit es manifesta Frederic Cano, president de Televisions Digitals de Proximitat i director d'ETV-Llobregat TV: “El més important d'aquest calendari és que es refereix per primer cop a l'encesa de tothom, i no a l'apagada. Trobem que és un calendari molt racional sempre que es doni cobertura a les dificultats que acompanyen el procés”. Xavier Abelló, membre de la Coordinadora de Televisions Públiques Locals i director de Canal Blau TV, coincideix plenament: “El sol fet de disposar d'un calendari ja ens mereix una opinió positiva. És evident que el compliment es preveu complicat, però si el Govern assumeix el seu compromís de facilitar el desplegament a aquelles zones conflictives ho aconseguirem”.

Però el retard en la constitució dels consorcis públics és precisament un dels

elements que genera més incògnites entre els operadors. Encara que el procés de constitució d'aquests consorcis s'ha accelerat, és un obvietat que en algunes demarcacions els ajuntaments no tenen intenció de posar en marxa la televisió. “Era inevitable que passés això. És lògic que allà on ja hi havia unes estructures creades, algunes d'elles històriques, s'hagin complert els terminis. A d'altres demarcacions, tot i no tenir estructures, també s'ha avançat molt de pressa. En canvi, hi ha zones on no hi havia experiència de fer TV pública i les coses s'han endarrerit molt. Tot i així nosaltres confiem que es posin en marxa”, explica Abelló. Des de l'Associació de Concessionaris Privats no són tan optimistes: “Aquesta ha estat la part més decebedora de tot el procés: el fet que, per a la posada en marxa d'un determinat múltiplex, les privades estiguem depenent de la constitució o no d'un consorci públic és un fet que perjudica a tothom”, afirma Mateu. Televisions Digitals de Proximitat confia en el fet que l'Administració assumeixi els costos col·laterals que aquest endarreriment suposa per als privats i troba comprensible els retards que s'estan produint: “Entenc que alguns ajuntaments es plantegin la TDT com un gran interrogant. És lògic que prefereixin dedicar el seu pressupost a fer infraestructures per al seu municipi que a endegar una televisió que, en definitiva, s'han trobat”, diu Cano.

L'aprovació dels projectes tècnics

Una altra de les dificultats que més inquieta el sector és el retard en l'aprovació dels projectes tècnics per part del Ministeri d'Indústria. Aquest retard està motivat, principalment, per l'obligació legal que els centres emissors es trobin situats dins de la mateixa demarcació on la televisió ha de prestar el servei. Aquest fet provoca, en determinades zones, la creació de noves infraestructures i, per tant, la doble antenització de les llars. “El que cal és evitar la multiplicació absurda d'infraestructures. D'acord, s'han de respectar les demarcacions, però sense arribar a l'absurd”, assegura Mateu. “Jo entenc que s'ha de buscar el millor per a l'audiència: si el millor és que els centres estiguin dins de la demarcació, que ho estiguin; si no és així, s'haurien de poder situar fora”, afegeix Cano. Abelló també és partidari d'aquesta flexibilitat: “Nosaltres sempre hem defensat, no només en aquest aspecte sinó en tot el procés, que si hi ha una llei s'ha de complir. Ara bé, si per complir una llei hi ha moltes dificultats, és l'Administració la

que ha de facilitar el seu compliment i no a l'inrevés”, sentència.

Tancament de les TV sense llicència

El tancament d'aquelles televisions que continuen emetent sense disposar de la corresponent llicència també centra les preocupacions de televisions públiques i privades. Els operadors, però, confien en la determinació del Govern a l'hora d'actuar. De fet, quan es va presentar el calendari d'encesa, l'Executiu català va fixar com una de les premisses bàsiques que l'1 de gener de 2008 deixessin d'emetre les televisions locals que no han obtingut concessió de TDT. Molt probablement no es complirà aquesta data, però ja s'ha produït algun tancament i s'han iniciat expedients sancionadors. L'Associació de Concessionaris Privats entén que “és necessari actuar amb molta fermesa i exigència. Evidentment –assegura Mateu– voldríem que el procés s'accelerés, però ens consta que l'Administració hi està actuant”. I és que la credibilitat del Govern està en joc en aquest aspecte; “si no es compleix amb aquest compromís quedarà tocada” afirmen des de Televisions Digitals de Proximitat. La Coordinadora de Televisions Públiques Locals hi coincideix: “Les lleis estan per complir-les i aquest cas no és una excepció”.

Sigui com sigui el que és evident és que no hi ha marxa enrera. La TDT no és una opció. En ser una tecnologia de substitució no hi ha més remei que adoptar-la o quedar-ne al marge ■



El mapa de l'encesa digital

1r semestre 2008

● DEMARCACIÓ DE GIRONA

Públics:

- Girona, Salt, Cassà de la Selva, Llagostera, Sarrià de Ter, Bescanó i Canet d'Adri (**consorci constituït**)
- Banyoles i Porqueres (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)

Privats:

- Dracvisió SL (*Canal Català Girona Pla*)
- Televisió de Girona (*TV Girona*)

● DEMARCACIÓ DE REUS

Públics:

- Reus (**aprovada la gestió directa**)
- Cambrils, Riudoms, Mont-roig del Camp, Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant i La Selva del Camp (**consorci constituït**)

Privats:

- Amics de Mare Nostrum Televisió (*Canal Català Reus*)
- Inicatives de Televisió SL (*Canal Reus*)

● DEMARCACIÓ DE VIC

Públics:

- Vic, Manlleu, Torelló, Tona, Taradell, Roda de Ter, Sant Hipòlit de Voltregà, les Masies de Voltregà, Centelles, Balenyà, Calldetenes, Folgueroles i Olost (**consorci constituït**)

Privats:

- Productora d'Emissions de Ràdio SL (*Canal Taronja Osona: Ferran Debant, gestor d'Atlàntida TV, Santpedor TV i els 40 Principals a la Catalunya Central i a Osona*)
- Produccions de la Llum SL (*Canal Català Osona*)
- Mitjans Audiovisuals d'Osona SL (*El 9 TV: Grup 9 Nou*)

● DEMARCACIÓ DE VILANOVA I LA GELTRÚ

Públics:

- Vilanova i la Geltrú, Sitges, Cubelles, Canyelles i Olivella (**consorci constituït**)
- Vilafranca del Penedès, Sant Sadurní d'Anoia, Santa Margarida i els Monjos, Gelida, la Granada, el Vendrell i Calafell (**consorci constituït**)

Privats:

- CAT4 TV SL (*Antoni Llorens, president de Lauren Films*)
- Publicacions Penedès SA (*El 3 de vuit: Canal Català Penedès-Garraf*)

● DEMARCACIÓ DE MATARÓ

Públics:

- Mataró, el Masnou, Argentona, Premià de Dalt, Alella, Sant Andreu de Llavaneres, Vilassar de Dalt, Tiana, Teià, Cabrials, Sant Vicenç de Montalt, Cabrera de Mar i Caldes d'Estrac (**consorci constituït**)
- Calella, Canet, Tordera i Arenys de Munt (**consorci constituït**)

Privats:

- Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró (*TV Mataró*)
- UTE Wai Entertainment SL i Vallès Serveis de Televisió SL (*Canal Català Maresme*)

2n semestre 2008

● DEMARCACIÓ DE GRANOLLERS

Públics:

- Granollers, Cardedeu, Caldes de Montbui, Sant Celoni, Canovelles, la Garriga, Lliçà d'Amunt, la Roca del Vallès, Santa Maria de Palautordera, l'Ametlla del Vallès, Bigues i Riells, Lliça de Vall, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Pere de Vilamajor, Aiguafreda, Cànoves i Samalús (**consorci constituït**)
- Mollet, Parets, Montornès, La Llagosta, Montmeló, Sant Fost de Campsentelles, Martorelles, Vallromanes i Vilanova del Vallès (**consorci constituït**)

Privats:

- UTE Promocions Audiovisuals 3 i acció SL (*Canal Català Vallès Oriental*)
- Collserola Audiovisual SL (*Localia: Prisa*)

● DEMARCACIÓ D'IGUALADA

Públic:

- Igualada, Piera, Vilanova del Camí, Santa Margarida de Montbui, Capellades, Odena i Calaf (**consorci constituït**)

Privats:

- UTE Masquefa Televisió SL i Vallès Serveis de TV SL (*Canal Català Anoia*)
- IG Media Produccions SL (*TV Igualada*)
- TAEIUS SL (*Canal Taronja Anoia: Ferran Debant, gestor d'Atlàntida TV, Santpedor TV i els 40 Principals a la Catalunya Central i a Osona*)

● DEMARCACIÓ DE TARRAGONA

Públic:

- Tarragona, Valls, Salou, Vila-seca, Torredembarra, Montblanc, Constantí i Rodonyà (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)

Privats:

- Tarraco Visió SL (*Canal Català Tarragona*)
- CAT 4 TV SL (*Antoni Llorens, president de Lauren Films*)
- Justo Molinero Calero (*Teletaxi TV Tarragona*)

● DEMARCACIÓ DE MANRESA

Públic:

- Manresa, Berga, Sant Joan de Vilatorrada, Solsona, Sant Vicenç de Castellet, Sallent, Sant Fruitós de Bages, Súria, Navàs, Santpedor, Navarces, Cardona, Gironella, Artés, Puig-reig i Balsareny (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)

Privats:

- Televisió de Manresa SL (*TV Manresa: Grup Regió 7*)
- CAT4TV CATALUNYA SL (*Canal Taronja Catalunya Central: Ferran Debant, gestor d'Atlàntida TV, Santpedor TV i els 40 Principals a la Catalunya Central i a Osona, i TV Comarcal del Berguedà*)
- Ràdio i Televisió de Manresa SL (*Canal Català Central*)

● DEMARCACIÓ DE PALAFRUGELL

Públics:

- Palafrugell, Sant Feliu de Guíxols, Palamós, Torroella de Montgrí, la Bisbal d'Empordà, Calonge, Castell-Platja d'Aro, Begur i Santa Cristina d'Aro (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)

Privats:

- D-9 Comunicació SL (*TV Costa Brava*)
- Produccions Alt Empordà TV SLU (*Canal Nord*)
- Diari de Girona SA (*Epi TV: Prensa Ibérica*)



1r semestre 2009

● DEMARCACIÓ DE BALAGUER

Públics:

- Balaguer, Mollerussa i les Borges Blanques (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
- Tàrrrega, Agramunt, Bellpuig i Cervera (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)

Privat:

- Prensa Leridana SA (*Lleida TV Digital: Grup Segre*)

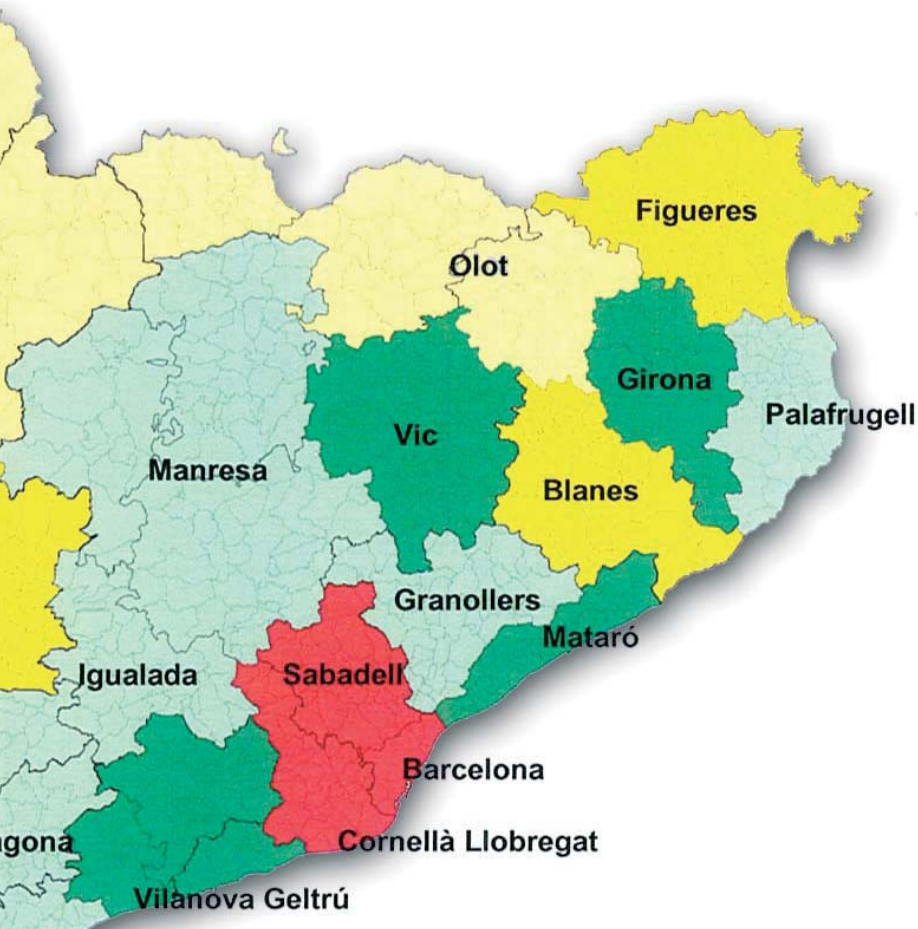
● DEMARCACIÓ DE BLANES

Públic:

- Blanes, Lloret i Tossa (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
- Santa Coloma de Farners, Arbúcies, Vidreres, Sant Hilari Sacalm, Anglès, Maçanet de la Selva i Breda (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)

Privats:

- Televisió de Lloret SL (*Canal Català Selva*)



- 1r Semestre 08
- 2n Semestre 08
- 1r Semestre 09
- 2n Semestre 09
- 2008-2009

● **DEMARCACIÓ DE TORTOSA**

- Públic:**
- Tortosa, Amposta, Sant Carles de la Ràpita, Deltebre, Alcanar, Roquetes, Uldecona, Godall, Móra d'Ebre, Móra la Nova, Ascó, Gandesa, l'Aldea, Camarles, El Perelló, l'Ampolla, Tivenys, Benifallet, Paüls, Santa Bàrbara, Sant Jaume d'Enveja, Masdenverge, la Galera, Mas de Barberans, Freginals, Tivissa, Rasquera, Miravet, la Torre de l'Espanyol, Vinebre, Batea, la Farella, el Pinell de Brai, Corbera d'Ebre, Arnes i Prat de Comte (**consorci constituït**)
- Privats:**
- Canal 21 Ebre SL (*Canal Català Ebre*)
 - Tortosa Televisió SL (*Canal T.E: Joan Antó, president del grup immobiliari Piso Perfecto de Sant Carles de la Ràpita-95 %, i Grup 100 - 5%*)
 - EBE Imatge i Comunicació SL (*La Veu de l'Ebre*)

● **DEMARCACIÓ DE VIELHA E MIJARAN**

- Públic:**
- Vielha e Mijaran, Naut Aran i Bossòst (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
- Privats:**
- Prensa Leridana SA (*Lleida TV Digital: Grup Segre*)
 - Televisió Comtal SL (*Aran TV: Grup Estrader Nadal*)

2008-2009

● **DEMARCACIÓ DE BARCELONA**

- Públics:**
- Barcelona (**aprovada la gestió directa**)
 - L'Hospitalet (**aprovada la gestió directa**)
 - Badalona (**aprovada la gestió directa**)
 - Santa Coloma de Gramenet i Sant Adrià del Besòs (**consorci constituït**)
- Privat:**
- Avista Televisió de Barcelona SL (*Urbe TV: Vocento*)
 - Smile Advertising SL (*Canal Català Barcelona*)
 - Gibson Time SL (*25 TV*)
 - Collserola Audiovisual SL (*Localia: Prisa*)

● **DEMARCACIÓ DE CORNELLÀ DE LLOBREGAT**

- Públic:**
- Cornellà, Esplugues, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
 - Sant Vicenç dels Horts, Molins de Rei, Vallirana, Sant Feliu de Llobregat, Pallegà, Cervelló, Santa Coloma de Cervelló, el Papiol, la Palma de Cervelló i Torrelles de Llobregat (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
 - Martorell, Sant Andreu de la Barca, Olesa de Montserrat, Esparreguera, Abrera, Sant Esteve Sesrovires, Collbató i Castellví de Rosanes (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
 - Sant Boi de Llobregat, El Prat de Llobregat, Viladecans, Castelldefels, Gavà, Begues i Sant Climent de Llobregat (**consorci constituït**)
- Privats:**
- ETV-Llobregat TV SL (*ETV-Llobregat TV*)
 - Collserola Audiovisual SL (*Localia: Prisa*)
 - Justo Molinero Calero (*Teletaxi TV Cornellà*)
 - Uniprex Televisió Digital Terrestre Catalana SL (*Planeta*)

● **DEMARCACIÓ DE SABADELL**

- Públic:**
- Sabadell, Barberà del Vallès, Castellar, Palau-solità i Plegamans, Sentmenat, Polinyà i Badia del Vallès (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
 - Terrassa, Matadepera i Viladecavalls (**consorci constituït**)
 - Rubí, Sant Cugat, Cerdanyola, Ripollet, Montcada i Reixach, Santa Perpètua de la Mogoda, Sant Quirze del Vallès i Castellbisbal (**consorci constituït**)
- Privats:**
- Vallès Serveis de Televisió SL (*Canal Català Vallès*)
 - Mola TV SL (*Mola TV*)
 - Televisió Sant Cugat SL (*TV Sant Cugat*)
 - Publi 20 SL (*Localia Vallès*)
 - Justo Molinero Calero (*Teletaxi TV Sabadell*)

● **DEMARCACIÓ DE FIGUERES**

- Públic:**
- Figueres, Roses, Castelló d'Empúries, l'Escala i Vilafant (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
- Privats**
- Produccions Alt Empordà TV SLU (*Canal Nord*)
 - Televisió de Roses SL (*Empordà TV*)
 - Televisió Sense Fronteres SL (*TV Comtal, Perpinya Info i Ajuntament de Figueres*)

● **DEMARCACIÓ DE LLEIDA**

- Públic:**
- Lleida, Almacelles, Alcarràs, Alpicat, Almenar i Alfarràs (**consorci constituït**)
- Privats**
- Prensa Leridana SA (*El Segre: Lleida TV Digital*)
 - Canal Català SL (*Canal Català Lleida*)
 - Lleida Televisió SL (*Pyreneus TV i Segrià TV*)

● **DEMARCACIÓ D'OTOT**

- Públic:**
- Olot i Sant Joan les Fonts (**consorci constituït**)
 - Ripoll, Sant Joan de les Abadesses i Campdevànol (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
- Privats:**
- Televisió del Ripollès SL (*TV del Ripollès*)
 - Olot Televisió SL (*Olot TV*)

● **DEMARCACIÓ DE LA SEU D'URGELL**

- Públics:**
- La Seu d'Urgell, Puigcerdà, Tremp, La Pobla de Segur, El Pont de Suert i Sort (**aprovada la creació del consorci i els estatuts**)
- Privats:**
- Prensa Leridana SA (*Lleida TV Digital: Grup Segre*)
 - Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió SL (*Pyreneus TV*)
 - Televisió Comtal SL (*Televisió de Puigcerdà i La Cerdanya: Grup Estrader Nadal*)

2n semestre 2009

Les incògnites de la TDT es mantenen



Àlex Fernández

Tot just fa un any (el febrer de 2007), ANTENA LOCAL va voler posar sobre la taula allò que preocupava al sector del desenvolupament de la TDT. L'article, titulat *Les 10 incògnites de la TDT*, va tenir un ampli ressò entre els operadors públics i privats, i una important incidència dins de les àrees de la Generalitat a les que pertoca garantir l'èxit de la TDT. El reportatge, lluny de voler polemitzar o posar en entredit les actuacions de les diferents administracions competents en aquest tema i/o dels diferents actors implicats en el desenvolupament del projecte, perseguia explicitar les grans dificultats detectades al territori, exposades i manifestades des de diferents sectors (públics i privats) i els reptes que calia afrontar. Es varen identificar 10 problemàtiques i es van plantejar 10 reflexions al voltant de les mateixes.

Un any després d'aquella publicació, vistos els resultats del Fòrum de la TDT, establerts els calendaris i vistes les passes que han anat fent els agents implicats (titulars públics, privats, operadors de transport, empreses, Generalitat...) cal fer un balanç per veure com (i en quina mesura) han avançat i evolucionat aquelles *10 incògnites*, indicant que la resolució d'alguns d'aquells interrogants depèn de la voluntat dels actors del territori, de la Generalitat de Catalunya, però, malauradament, molts d'altres, de les competències pròpies del Ministeri Indústria, Turisme i Comerç.

1. Què passa amb els programes públics que no hagin constituït el consorci en el termini establert?

La resposta és clara: no passa res. Els terminis ja s'han dépassat d'una manera flagrant i, ja sigui per desconeixement del que el projecte de TDTL implica, o pel contrari, per un ampli coneixement del que pot implicar un projecte televisiu, ja sigui per manca de recursos, manca de voluntat política o per la constatació que potser l'espai previst per a la televisió pública local ja està cobert per iniciatives privades, o que la realitat del territori no requereix a dia d'avui d'una televisió pública local en una determinada demarcació..., sigui pel que sigui, el fet és que encara queden uns quants futuribles consorcis per constituir. Dels 37 programes possibles s'han constituït en entitat gestora 21. Ara bé, cal matisar que aquests 21 ens gestors segurament no esdevindran 21 projectes televisius. Algunes d'aquestes entitats gestores (en la seva majoria consorcis) no tenen cap voluntat d'acabar fent televisió, per tant, pot conduir a error el pensar que totes elles tiraran endavant en el curt/mig termini. És positiva, però, la determinació del conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras –explicitada en el marc del Fòrum de la TDT– de destinar recursos (avals o el que correspongui) a aquelles demarcacions on l'absència de l'operador públic posi en crisi el desenvolupament de la TDT. D'aquesta manera, si un consorci no es constitueix, els privats no haurien de patir pel cost afegit que representaria l'absència del públic.



2. Es pot revocar la concessió d'un canal públic si no s'ha constituït el consorci ni hi ha intenció de fer-ho?

La resposta segueix sent la publicada el febrer de 2007: la llei preveu la reserva de, com a mínim, un programa públic per demarcació (espai públic garantit). Dit això, apareixen diferents casuístiques que van en funció de si a la demarcació hi ha reservat un programa públic o si n'hi han reservat dos. D'entrada, però, si un programa públic no *engega* està incomplint les obligacions que figuren a l'atorgament i, per tant, l'administració competent (en aquest cas, la Generalitat de Catalunya) podria resoldre el contracte per incompliment i atorgar el programa a un operador privat mitjançant concurs; o resoldre igualment el contracte per incompliment però deixant el programa

(espai) sense ocupar. Aquestes mesures (retirar la "concessió pública" i deixar desert l'espai o posar-lo a concurs) esdevenen més factibles en aquelles demarcacions on hi ha dos programes reservats als públics. A dia d'avui, però, cap d'aquestes mesures ha estat adoptada. De la mateixa manera que el CAC no ha convocat el concurs per atorgar els programes públics que varen quedar deserts.

3. En el cas que la creació i la posada en marxa d'un consorci fos posterior a la dels privats, en quines condicions compartiran el múltiplex?

En termes generals, la resposta a aquesta incògnita dependrà de la fase en què es trobi el múltiplex: si el MUX enca-

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



ra no està en fase d'emissió, la incorporació del consorci no suposarà més problemes que el fet que aquest conegui, comparteixi i consensui el projecte tècnic i la memòria explicativa, que validi (o esmeni) els diferents documents i que, en definitiva, es posi al dia en tot allò referent als aspectes que són comuns i compartits per tots els membres del MUX. Ara bé, si el MUX ja està en fase d'emissió, caldrà valorar quin ha estat el greuge provocat per la tardança en la incorporació del consorci. La llei no defineix clarament quines són les repercussions o les possibles conseqüències.

4. Si en una demarcació públics i privats es posen d'acord en atorgar la gestió del múltiplex a una empresa, és imprescindible efectuar un concurs per a la difusió i el transport del senyal?

Aquest tema ha esdevingut polèmic. Independentment de si al final cal o no fer concurs, la preocupació dels integrants del MUX no ha de ser altra que la de garantir unes condicions òptimes i assumibles pel que fa al cost del transport del senyal. Per tant, sigui per concurs o per contractació directa, allò bàsic és que els plecs de clàusules tècniques i administratives que hauran de regir el futur contracte (a 4 anys o a 10) siguin els millors possibles i determinin uns nivells de qualitat, de compliment i d'exigència elevada per a l'operador de senyal, al millor preu possible. És més, allò que determina i fa impossible evitar el concurs és l'existència d'operadors públics que, en cap cas, es poden sotmetre o acollir al dret privat. A l'espera de l'aparició d'un dictamen diferent, aquesta és la situació actual. TDCOM, en aquest sentit, ha encarregat diversos informes a secretaris de consorcis i ajuntaments, per tal de donar pautes, trobar alternatives i, en definitiva, mirar de resoldre de la millor manera possible la contractació de l'operador. No obstant això, allò que és rellevant no és el model de contractació, sinó les condicions de dita contractació.

5. En quines condicions es pot fer el simulcast?

El concepte *simulcast* s'aplica per definir la simultaneïtat de les emissions en analògic i en digital. Aquesta compatibilitat

zació dels dos sistemes no és per temps indefinit. El Plan Técnico Nacional de la TDT Local, situa la data límit per poder fer *simulcast* l'1 de gener de 2008, una data ja superada. En tot cas pertoca al Ministeri d'Indústria, si ho creu convenient, definir una nova data. Ara bé, amb els calendaris actuals d'encesa digital i el ritme d'implantació dels diferents programes (públics i privats) fer o no fer *simulcast* no és el principal problema dels titulars dels programes. En primer lloc cal recordar que hi ha un seguit de condicions establertes per la llei per poder fer simulcast: ser adjudicatari d'una concessió de TDT local; haver emès amb anterioritat a l'1 de gener de 1995; que l'àmbit de les emissions analògiques coincideixi o estigui inclòs a l'àmbit territorial de la concessió digital adjudicada; i, amb caràcter imprescindible, que ho permetin les disponibilitats i la planificació de l'espectre radioelèctric. Per fer-ho cal presentar les solucions tècniques davant la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació. Per la seva banda, la Llei 22/2005 de comunicació audiovisual, de 29 de desembre, en la Disposició Transitòria quarta posa com a únic requi-

sit les disponibilitats i la planificació de l'espectre radioelèctric. En tot cas, i respecte als terminis d'encesa, el *simulcast* no podrà dur-se a terme fins que la Secretaria d'Estat ho autoritzi.

6. Què passa si els centres emissors estan ubicats fora de la demarcació o si les emissions sobrepassen la demarcació per on s'ha obtingut l'adjudicació?

En aquest punt cal fer una prèvia important. En primer lloc, el Plan Técnico de la TDTL preveu que els centres emissors estiguin dins de la demarcació a la que han de donar servei; excepcionalment, i amb causa justificada, es preveu l'autorització de centres fora de demarcació. En segon lloc, els criteris de confecció del Plan Técnico no responen a criteris orogràfics, ni han tingut presents les infraestructures ja existents al territori ni molt menys prenen en consideració per on capta les emissions de televisió la població. El primer resultat visible de tot plegat

és que el Ministeri d'Indústria ha denegat sistemàticament l'emplaçament fora de demarcació de la major part dels projectes que ho contemplaven. En aquests moments, són molts els adjudicataris privats que estan presentant al·legacions per tal d'explicitar la idoneïtat del seu projecte, de la seva proposta d'emplaçament, i la impossibilitat de presentar-ne un altre a causa de la inexistència d'infraestructures, l'orientació de les antenes o la complexa orografia, entre d'altres. En el marc de les reunions del Fòrum de la TDT, la directora general de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals, Gemma Domènech, va convidar els operadors a plantejar la conveniència o no de situar els emplaçaments d'emissió fora de demarcació a partir de dues reflexions: quin és el desbordament que provoca l'emissió des d'un centre fora de demarcació (entès com el número de persones que veuran una televisió que "no haurien de veure"); i quanta gent es veu afectada si únicament s'utilitzen centres a l'interior de la demarcació (entès com a número de persones que no veuran la televisió que "sí que haurien de veure"). La resposta a aquestes dues preguntes és la que podria determinar l'aprovació o no de



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



què el centre emissor estigui fora de demarcació. De manera senzilla, aquells casos en els que sortir des d'un centre fora de demarcació representi una modificació substancial de les característiques de la concessió, en quant a paràmetres d'emissió, potència o sector de radiació, o impliqui un increment apreciable de la població coberta, difícilment seran acceptats. Per tant, seguint el raonament que es deriva de donar resposta a aquesta equació, sembla raonable afirmar que el problema principal no és l'emissió des d'Alpicat o Rocacorba, sinó que el principal escull és com és resolt Collserola que, a més, ocupa una posició privilegiada per donar servei al Barcelonès, part del Maresme, del Vallès Oriental i Occidental, i del Baix Llobregat. El plantejament de la directora general estableix un anàlisi objectiu de la problemàtica, tot i que no es poden obviar les greus conseqüències econòmiques que comportaria la construcció de nous centres emissors dins la demarcació (qui pagaria el cost?) que, en cap cas, pot comportar una doble antenització que seria letal per a la televisió local.

7. Quines competències té la Generalitat i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya en matèria de sancions?

Les competències del CAC i de la Generalitat en matèria de sancions són les mateixes ara que fa un any. Una altra cosa és el criteri amb què s'apliquen, la seva utilitat, agilitat i funcionalitat.

8. Quins són els terminis legals de lliurament de documentacions (pla tècnic, etc.)? Quan triga el Ministeri a donar resposta a les sol·licituds pertinents? Quan es pot legalment començar a emetre?

Tal i com es va reflectir a l'article de febrer de 2007, un cop aprovat el projecte tècnic i finalitzades les instal·lacions, els concessionaris han de sol·licitar a la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions la inspecció tècnica de les instal·lacions, la qual disposa d'un termini de 3 mesos per fer-ho.

Tant el plec de clàusules administratives, com la Llei 41/1995, de 22 de desembre, i el Reial decret 439/2004, de 12 de març, estableixen que no es podran iniciar les emissions fins que es tingui aprovat el projecte tècnic i s'hagi superat satisfactòriament la inspecció de les instal·lacions; això no obstant, l'article 10 del Reial decret 439/2004 preveu que en el moment en què es demani la inspecció tècnica de les instal·lacions es podrà sol·licitar a la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions l'autorització per fer emissions temporals en proves que només es podran efectuar en les condicions que s'estableixin.

De tota manera, si ens remuntem als antecedents, i atenent a situacions similars, és de preveure un retard, per part dels titulars públics, en la presentació dels





projectes tècnics o dels annexos requerits pel Ministeri; i una tramitació lenta i reiterada reclamació d'esmenes per part de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions.

9. Quan s'ha de deixar d'emetre en analògic si no s'ha obtingut concessió? Quin és el procediment legal i les sancions previstes?

El calendaris ja estan establerts. Les adjudicacions ja han estat donades. El procés d'encesa i d'apagada ja està en marxa. Dit això, la llei és la mateixa ara que abans i marca els mateixos procediments sancionadors de manera que, qui no tingui llicència, no podrà emetre. La data teòrica de tancament és l'1 de gener

de 2008. És voluntat dels responsables tècnics i polítics de la Generalitat complir amb la llei escrupolosament però en un marc de diàleg. Ara bé, hi ha casuístiques que s'han de contemplar: operadors que han recorregut algunes resolucions, programes privats vacants, empreses multimèdia amb infraestructures, inversió i presència al territori que van quedar-se sense llicència, les dites històriques... En aquest sentit, el Congrés de Diputats ha aprovat una disposició addicional dins la Llei d'impuls digital que garanteix la continuïtat de les "televisions històriques de proximitat sense ànim de lucre". Un fet que la Llei de comunicació audiovisual ja contemplava proveint una reserva d'un 5% de l'espai radioelèctric per donar resposta a aquests casos. Amb tot, és una incògnita si el Ministeri d'Indústria situarà entre una de les seves prioritats la reserva d'espai radioelèctric a aquestes televisions.

10. Quin és el calendari de l'apagada analògica? Poden mantenir-se les emissions analògiques actuals fins el moment de l'apagada al territori de la demarcació digital?

El proppassat 8 de novembre, i en el marc de les conclusions del Fòrum de la TDT, el conseller Tresserras va establir el calendari d'encesa per a la TDTL a Catalunya, marcant etapes i demarcacions prioritàries (vegeu mapa pàgs. 8 i 9). Amb anterioritat, el Ministeri d'Indústria va establir el calendari d'apagada per a la TDT a Catalunya, també per illes territorials. Ambdós calendaris no són coincidents. Tot i això, no són incompatibles, ja que uns estableixen l'encesa i els altres l'apagada ■

t> aasit
 assistència i assessorament,
 servei integral de telecomunicacions, sl

equips i serveis

- subministrament d'equips de radiofreqüència per a ràdio i televisió a preu de fabricant
- serveis d'enginyeria i assessorament de telecomunicacions
- venda d'equips de 2a mà
- altres serveis: informàtica / disseny gràfic ràdio i TV on line i qualsevol tipus de solucions aplicades a la comunicació
- instal·lació i manteniment de centres emissors i sistemes d'enllaços

c/ Portugaleta 9, local 08014-Barcelona • Tel. 93 296 46 46 • www.aasit.com • infoaasit@aasit.com

Reporters: l'actualitat més pròxima amb un altre punt de vista

“Explicar la realitat del nostre entorn més immediat des d'un altre punt de vista”. Amb aquest objectiu neix *Reporters*, el nou programa de COMUNICÀLIA per a les televisions de proximitat catalanes. L'espai, de mitja hora de durada i de periodicitat setmanal, s'estructura al voltant de tres reportatges. “Volem donar especial rellevància a les qüestions socials que afecten els ciutadans -explica Rafael de Ribot, responsable de continguts de COMUNICÀLIA-, i donar-los tot el protagonisme”. Un altre criteri que prima a l'hora de triar els temes és la seva incidència al territori. “Tenir un altre punt de vista també és fugir del centralisme. Així, de la mateixa manera que tractem la crisi de Rodalies, podem abordar la problemàtica dels parcs eòlics”. En aquest sentit, Rafael de Ribot afegeix: “No ens deixarem arrossegar pel que es destaquí a les portades dels diaris de Barcelona”

L'aposta per una actualitat atractiva i per un programa rítmic, dinàmic i entretingut és una altra de les característiques de *Reporters*. “Bàsicament el que pretenem és que l'espectador, després de veure

Amb l'estrena d'aquest espai
COMUNICÀLIA potencia la seva oferta
informativa



El programa dóna rellevància a les qüestions socials que afecten els ciutadans

el programa, senti que s'ho ha passat bé informant-se sobre l'actualitat del país”. Així, l'espai es presenta amb un format trepidant i un plantejament formal que dóna especial rellevància a la realització, el disseny i el grafisme. A més, potencia la figura del presentador, que no es limita a fer de fil conductor entre reportatge i reportatge: “El to amb el qual s'adreça a l'audiència i la posada en escena proporcionen al programa un clima d'*infoshow*”, afirma de Ribot. A això, hi ajuda també que cada reportatge és presentat pel reporter responsable de la seva realització.

Valor diferencial

Amb l'estrena de *Reporters*, COMUNICÀLIA potencia la seva oferta informativa. L'espai, que comparteix redacció amb els serveis informatius, completa les dues edicions diàries de les notícies i l'espai setmanal de debat *Actualitat viva*. “Creiem que amb aquesta aposta ajudem a reforçar el valor diferencial de la informació a la televisió de proximitat, i no descartem d'incrementar l'oferta en un futur”, assegura el responsable de continguts de COMUNICÀLIA ■

SERVEI DE TELECOMUNICACIONS



Instal·lació, reparació i manteniment torres, sistemes radiants

Major, 76 • 08970 Sant Joan Despí • Tel 93 373 88 72 • Fax 93 477 10 42



Patinatge artístic, teatre i cinema centren la programació de Nadal

Com cada any, amb l'arribada de les festes nadalenques, COMUNICÀLIA reforça la seva graella de continguts a disposició de les televisions adherides amb noves produccions de qualitat adreçades a tots els públics. En aquest sentit, s'ha estrenat en exclusiva una sèrie documental de sis capítols sobre les noves promeses del patinatge artístic del país. Durant quatre capítols, *Creixent sobre rodes* s'endinsa en el dia a dia dels set patinadors i patinadores que van representar Catalunya i Espanya al darrer Campionat Europeu de Patinatge Artístic Juvenil Cadet. D'altra banda, els dos capítols finals es dediquen al Festinatge'07, un resum del Festival Internacional de Patinatge Artístic on van participar els millors patinadors del món.

A més, COMUNICÀLIA aposta pel teatre amb la distribució de l'obra d'èxit *Germans de sang*, dirigida pel popular actor Roger Pera i interpretada per la "La Companyia és grata", d'Andorra. L'emissió d'a-

quest muntatge teatral es complementa amb la distribució del documental *Què diu que fan?*, que mostra els assajos i els preparatius previs a l'estrena.

Curtmetratges

Les televisions de proximitat poden emetre un any més els curtmetratges guanyadors del Festival Julius de Vic, que enguany tenen com a leitmotiv l'agent secret més famós de l'imperi britànic, "Bond, James Bond". A més, com a novetat, l'espai ofereix un resum dels principals actes del Festival, en què el director de *El Orfanato*, Juan Antonio Bayona, ha exercit de jurat. Tanmateix, per segon any consecutiu, les televisions poden programar els treballs guardonats al Festival Internacional de Cinema Solidari de Navarcles, el Clam, que té per objectiu sensibilitzar la població sobre els problemes del nostre món i promoure el debat social ■



Creixent sobre rodes s'endinsa en el dia a dia de set joves patinadors i patinadores.



COMEXIT

- **Proyectos** de Integración de Televisión "llave en mano" •
- **Continuidad-realización**, Sistemas de News, Bases de Datos, Mensajes SMS en TV •
- **Distribución equipos:** JVC, VectorBox, VideoToaster, Activa Station •
- **Gestión** contenidos vía IP •
- **Arquitectura** y diseño de redes audiovisuales •
- **Canales** comerciales •
- **Seguridad IP** - Televigilancia •

Parc Tecnològic Barcelona Nord Marie Curie, s/n 08042 BCN
 TEL. 93 291 78 07 FAX 93 291 78 08 www.comexit.com E-MAIL: comexit@comexit.com

I N G E N I E R Í A M U L T I M E D I A

L'esquí més arriscat i espectacular a *Tot neu*

L'espai d'esports d'hivern de **COMUNICÀLIA** pren el relleu de *Limits a la graella* de les televisions de proximitat i ho fa farcit de novetats. La quarta temporada de *Tot neu* ha afegit als seus continguts habituals noves seccions, on l'espectacularitat i el risc són els protagonistes. En aquest sentit, el programa ofereix cada setmana un resum amb les millors imatges de la *Nokia World Cup*, una de les competicions de surf de neu més importants del món. A més, es fa un repàs a les competicions d'esquí acrobàtic més destacades. L'expert Gerard Freixes és l'encarregat de revelar tots els secrets d'aquesta modalitat. "Aquesta temporada hem volgut anar més enllà i ofe-

rir als apassionats del món de l'esquí el millor de casa nostra, però també d'arreu del món", explica Robert Mayor, presentador de l'espai. Així, *Tot neu*, que compta amb el suport de la Federació Catalana d'Esports d'Hivern, es fa ressò de les principals competicions del país, però també d'Andorra i de la resta del continent europeu.

Curs de perfeccionament

També com a novetat destacada, el programa incorpora un curs de perfeccionament de la mà de Hans Bneiffuss, director de l'Escola d'Esquí de la Molina i molt reconegut al sector. D'altra banda, el pro-



grama continua informant sobre l'estat de les pistes, l'agenda d'activitats del cap de setmana i les novetats de material més rellevants ■

El programa revela tots els secrets del surf de neu i de l'esquí acrobàtic.

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.

Més continguts de qualitat per als més menuts

***D'Kids* i *Això és la pera* es reforcen amb nous espais pedagògics**

Amb l'objectiu de potenciar la programació adreçada als més petits, COMUNICÀLIA ha reforçat els seus espais infantils amb nous continguts. Així, el contenidor diari *D'Kids* ha estrenat una sèrie de 55 contes inèdits adreçats als infants de 4 a 10 anys. L'espai, que porta per títol "Els contes", és obra de la factoria D'O-con i aborda temes tan variats com les relacions familiars, els amics, l'escola, els jocs, els esports o les estacions, sempre de forma imaginativa i amb vocació pedagògica. L'espai "Els contes" s'afegeix als continguts habituals d'aquest programa, que també inclou sèries de dibuixos animats i té com a mascota la Niko, una simpàtica nena virtual amb carisma i

molt divertida. *D'Kids* és un espai integrador, imaginatiu i respectuós amb la diversitat.

Torna en Dragui

A més, el magazín setmanal *Això és la pera* ofereix la mítica sèrie d'animació "Història de Catalunya", molt popular arran de la seva estrena amb motiu del Mil·lenari de Catalunya. La sèrie, que consta de 39 capítols de 15 minuts de durada, té com a protagonista en Dragui, un drac rosa que coneix de dalt a baix la història de Catalunya i vol reviuere els episodis més importants amb els més menuts. Revoltós i xafarder, en Dragui fa de guia aportant les seves observacions intel·ligents i agudes ■



"Els contes" aborden temes tan variats com les relacions familiars, els amics, l'escola, els jocs, els esports o les estacions, sempre de forma imaginativa i amb vocació pedagògica

Arrenca la "VI Mostra de Comunicació de Batxillerat Blanquerna"

Un any més el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC) aposta per l'educació en comunicació col·laborant en l'organització de la Mostra de Comunicació de Batxillerat Blanquerna, d'Informatius, Espots, Vídeos de ficció, Blogs i Reportatges, una iniciativa de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull (URL) que enguany arriba a la seva sisena edició.

La mostra té com a principal objectiu estimular l'interès del jovent per l'actualitat informativa i formar-los en la capacitat analítica i crítica dels mitjans audiovisuals i de la publicitat. En aquesta sisena edició s'introdueix una nova proposta "El

minut jove", un espai on els alumnes podran tractar temàtiques d'interès personal en un vídeo d'un minut.

Els millors, en format professional

Els millors treballs s'editaran en format professional als estudis de la Facultat de Comunicació Blanquerna i s'emetraran en un programa especial per les ràdios i televisions de proximitat, pel K3-Televisió de Catalunya i per RAC1, i s'editaran a la pàgina web del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya. A més, durant tot el procés d'elaboració, els mitjans adherits al Consorci do-

naran suport tècnic i assessorament a aquells centres que ho sol·licitin.

Una total de 30 centres d'ensenyament de Catalunya i

de les Illes Balears participaran en aquesta edició de la Mostra, que des que va posar-se en marxa ha format al voltant de 3.500 alumnes ■



El CLCC dona suport a aquesta iniciativa que ja ha format al voltant de 3.500 alumnes.

El Baròmetre constata la penetració de les televisions locals a Catalunya

Els canals de proximitat arriben a un 5,6% de la població catalana i superen el 10% a algunes comarques

Anna Alemany

El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura sobre audiències i consums culturals ha confirmat que la televisió local té una alta penetració en el mercat de parla catalana. Després de mesurar més de 100 televisions locals, els resultats confirmen que cada dia 345.000 persones veuen la televisió a Catalunya. Aquesta xifra representa per a aquest mitjà una penetració del 5,6% sobre el total de la població catalana.

De manera més detallada, el Baròmetre estableix que la penetració de la televisió de proximitat a Girona i Lleida és superior a la mitjana (un 7%). Concretament, a determinades comarques la penetració encara és més alta. És el cas de l'Alt Urgell, on el mitjà televisiu local té una penetració del 19% sobre el total de la seva població, mentre que al Ripollès és del 14%, al Segrià de l'11%, al Baix Empordà del 9%, i al Pla de l'Estany i la Garrotxa, del 8%.

Per altra banda, l'estudi ha mesurat l'audiència de 140 ràdios locals i ha establert que 74.000 persones escolten diàriament aquest mitjà a Catalunya. Aquesta dada significa que la ràdio local té una pe-



Uns 250 representants del sector van assistir a la presentació pública del Baròmetre. A la imatge Salvador Cardús, president de FUNDACC.

netració de l'1,2% en el total de la població catalana. A les províncies de Lleida, Tarragona i Girona aquesta penetració gairebé arriba al 3%. El Baròmetre seguirà mesurant durant el 2008 l'audiència de fins a 250 ràdios locals, la qual cosa significa que aquestes xifres d'audiència poden variar.

Uns resultats molt esperats

Uns 250 representants del sector de la comunicació i la cultura van assistir a la presentació pública del Baròmetre, a l'Auditori de l'IDEC de la Universitat Pompeu

Fabra. L'acte va comptar amb les intervencions del president de la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC), Salvador Cardús, del director tècnic del Baròmetre, Lluís Tolosa, i del Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, Joan Manuel Tresserras.

L'estudi de les audiències dels mitjans de comunicació al mercat de parla catalana ha estat impulsat per FUNDACC i s'ha basat en els resultats d'una macroenquesta realitzada a gairebé 40.000 persones. A partir d'ara, el Baròmetre continuarà publicant dades tres vegades l'any ■

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.

Estudi	Canal	Codi	Província	País	Mitjà	Enllaç
Estudi	M-Radio, Radio Muro	2005/01	Baleares	Baleares	Radio	Ver info
Estudi	Televisió El Vendrell	2005/01	Tarragona	Catalunya	Televisió	Ver info
Estudi	Radio Intercincental	2005/01	Madrid	Madrid	Radio	Ver info
Estudi	Ràdio El Vendrell	2005/01	Tarragona	Catalunya	Radio	Ver info
Estudi	Canal Castelló TV	2004/12	Castellón	València	Televisió	Ver info
Estudi	Vaughan Radio	2004/12	Madrid	Madrid	Radio	Ver info
Estudi	TV La Vall / Vallvisión	2004/12	Castellón	València	Televisió	Ver info
Estudi	Canal 7 de Televisión	2004/12	Madrid	Madrid	Televisió	Ver info
Estudi	Canal 28 TV	2004/12	Astúria	Andalucía	Televisió	Ver info

TV Girona estrena un plató a peu de carrer

Qui passegi pel cèntric carrer Nou de Girona té ara l'oportunitat de veure com es fa un informatiu de televisió en directe. Televisió de Girona ha estrenat un nou espai al centre de la ciutat destinat exclusivament al seu servei d'informatius. Les noves instal·lacions ofereixen un plató que dona a peu de carrer, de manera que "la gent que passegi per la zona pot veure els informatius del migdia i el vespre en directe", explica el director de Televisió de Girona, Àlex Martí.

Dos presentadors i l'edició del vespre s'avança

Per tal d'ajustar-se al tancament dels comerços, l'informatiu del vespre s'ha



El nou plató de Televisió de Girona té 200 metres quadrats i hi treballen unes 16 persones.

avançat a les vuit. A més, passa de tenir un presentador a tenir-ne dos. Els programes de caire informatiu com *Fil directe* també es realitzaran des d'aquest nou plató. Segons Martí, el trasllat del servei d'informatius a una nova ubicació respon a "una manca d'espai". El nou plató de Televisió de Girona té 200 metres quadrats i hi treballen unes 16 persones.

La cadena manté la seu central a la carretera de Barcelona, on hi ha el departament comercial, administratiu, de direcció i de producció de programes, els quals també es fan a un nou plató virtual. Televisió de Girona va néixer fa 23 anys i ofereix 5 hores diàries de producció pròpia ■

TDI enceta una campanya contra la teleporqueria

Amb el lema "La televisió té una responsabilitat social. No a la teleporqueria. Exigeix els continguts que et mereixes", el grup de Televisions Digitals Independents (TDI) ha llançat una campanya per defensar els continguts de qualitat i acabar amb la teleporqueria. A banda d'un espot televisiu que ja s'està emetent, la campanya preveu que durant un any es realitzin de-

bats televisius sobre continguts on hi participin representants del sector audiovisual, productors, publicistes i experts en pedagogia i psicologia.

Responsabilitat social

Tal com explica el president de TDI, Frederic Cano, "apostem per una pro-

gramació de qualitat, no només en les qüestions tècniques, sinó en l'emissió dels continguts. No volem programes passats de rosca ni teleporqueria". A més, Cano considera que "la televisió utilitza un espai públic i, per tant, ha de tenir una responsabilitat social". L'objectiu de la campanya del grup és "conscienciar els telespectadors perquè decideixin veure programes de qualitat de manera que els productors es vegin obligats a canviar els seus continguts".

El grup TDI ha apostat des de la seva fundació per la qualitat en els continguts de la seva programació. Pirineus TV, Canal Taronja, TV Ripollès, TV Costa Brava, Mola TV, ETV Llobregat TV, Cat 4 TV, Segrià TV, EBE Imatge i Comunicació i Canal 4 Balears en formen part ■



Televisions Digitals Independents

El *Llibre blanc* de la ràdio municipal rep el vistiplau del Consell Assessor

Eduard Ràfols

El *Llibre blanc de la ràdio local* pública han finalitzat les reunions de treball amb els membres de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC), responsables de l'elaboració de l'estudi. Els representants de la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals de la Generalitat, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), de l'Associació Catalana de Municipis i Comarques (ACM) i de la Federació de Municipis de Catalunya (FMC) han mostrat la seva satisfacció per l'enfocament del treball i per la feina de col·laboració i supervisió que han desenvolupat.

Cens exhaustiu i estudis en profunditat

El *Llibre blanc de la ràdio local pública* s'estructura en diferents capítols elaborats en gran part a través de departaments de la Universitat Autònoma de Barcelona



(UAB). El Laboratori de Comunicació Pública ha elaborat un cens exhaustiu de les emissores locals, i el Departament d'Economia de l'Empresa i l'Institut de Ciències de la Educació s'han ocupat de les entrevistes amb els oients per valorar l'impacte de les ràdios de proximitat en el seu entorn. D'altra banda, el CAC ha participat amb un document que reflexiona sobre el model legal en què es mouen les ràdios locals i, finalment, la Junta Directiva de la Federació proposa un model de funcionament de ràdio local pública que pretén ser una referència de futur.

La presentació del *Llibre blanc*, que va ser impulsat el novembre de 2006 durant el tercer Congrés de la Ràdio Municipal, es preveu per a mitjan gener a Barcelona. Posteriorment, el document es presentarà a Lleida, Tarragona, Girona i les Terres de l'Ebre ■

El document proposa un model de funcionament de ràdio local pública que pretén ser una referència de futur.

Ràdio Mollet se suma a la Federació de Ràdios Locals

La Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) compta amb un nou associat. Es tracta de Ràdio Mollet del Vallès (Vallès Oriental, 96.3 FM), una de les emissores més antigues de Catalunya. Amb aquesta nova incorporació, la Federació arriba a les 99 emissores federades.

Ràdio Mollet del Vallès ofereix una programació de proximitat. El seu director, Josep Antoni Casanova, explica que se centra en tres eixos: "un és la informació local, l'altre el musical, i el tercer, el que compta amb la participació de les entitats ciutadanes". Precisament, aquesta tardor l'emissora ha estrenat *Djike*, un es-

pai fet en llengua *sonninké* per membres de les associacions del municipi que han nascut a Mauritània.

Nou any, nova seu

L'emissora municipal de Mollet del Vallès té previst canviar-se de seu el proper any. La ràdio deixarà les instal·lacions de l'avinguda Jaume I per ubicar-se en un nou espai al centre de la ciutat. Amb l'estrena de seu, l'emissora també renova l'equipament, com per exemple una taula de so que permetrà millorar la qualitat tècnica de les emissions. Per altra banda, el gener Ràdio Mollet també començarà a



Foto: J. Casanovas

emetre els seus continguts per Internet a través dels webs www.molletvalles.cat i www.radiomollet.com ■

Ràdio Mollet potencia la participació de les entitats ciutadanes.

Cercle Tecnològic
de Catalunya

 **Tecno**



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.

«El sector espera de nosaltres producte i consell»

Josep Pont, president del CLCC (1998-2008)

Sònia Maza

La seva vinculació amb els mitjans de proximitat li ve de lluny. Quan només era un nen el so de la màquina d'escriure del seu pare l'acompanyava a la nit. Ell va heretar-ne el costum. A finals dels anys 70 va començar a col·laborar amb la publicació comarcal El Pregoner d'Urgell, i des de llavors no ha fallat pràcticament mai. Ferm defensor de la llengua i la cultura del país, la seva trajectòria sempre s'ha desenvolupat en tres àmbits: el món local, el cultural, i el dels mitjans de comunicació i les noves tecnologies. Josep Pont (Bellpuig, 1949) és el president del Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC) des de la seva constitució, el 1998. Després de 10 anys ho deixa, satisfet de la feina feta i convençut que el CLCC continuarà donant resposta a les noves necessitats del sector.

Com arriba l'alcalde de Bellpuig, informàtic i perit mercantil de professió, a presidir una entitat com el CLCC?

Afortunadament vaig descobrir aviat l'enorme força que tenen els mitjans locals. A banda de col·laborar en la revista del meu municipi, com a alcalde, una de les primeres coses que vaig fer va ser impulsar la ràdio municipal. El fet de treballar a l'àrea de cultura de la Diputació de Lleida em va permetre reforçar la meua relació amb els mitjans del territori. Un dia, en un dinar de treball amb gent molt poderosa procedent del món econòmic i de les telecomunicacions, vaig veure clar que aquestes empreses començaven a percebre els mit-

jans de proximitat com un nínxol on poder incidir, i això, segons com, podia fer perillar la rica trajectòria que en aquest sentit havia seguit Catalunya des de la Renaixença. A unes quantes persones se'ns va encendre el llum d'alarma ja que existia la possibilitat que sota la capa de la comunicació de proximitat s'hi ficuessin grans empreses a fer altres coses. Avui dia això ja ho estem veient, però llavors era una tema de ciència ficció. Ens vam començar a moure i d'aquí va néixer aquest projecte.

«Vaig descobrir aviat l'enorme força que tenen els mitjans locals»

Així, doncs, l'objectiu inicial era salvaguardar el teixit comunicatiu de proximitat...

Efectivament. I amb una condició sine quanon: fer-ho des de la defensa de la llengua i la identitat nacional del país. Aquesta és una premissa que sempre hem tingut molt present. El CLCC no hauria existit, ni tindria raó de ser, d'una altra manera.

Però a part de la llengua, el CLCC innova, s'avança al seu temps. Ho dic perquè el 1999 impulsa una agència de notícies, l'ACN, que esdevé la primera per Internet, de vocació nacional.

Abans, fins i tot, que neixés el CLCC una de les fites que ens vam marcar va ser omplir el buit que significava per al país no disposar d'una agència nacional de notícies. No va ser fàcil. No tothom percebia aquest buit. Nosaltres sí. Sabíem el que volíem: una agència nacional, que parlés del país, amb vocació de futur i que usés les noves tecnologies. I ho vam fer. Hi vam dedicar molts esforços, però per al país ha pagat la pena. Recordo una discussió amb un alt càrrec de la CCRTV que em deia que no necessitava l'ACN perquè ja tenia un munt d'agències que li donaven un gran servei. La meua resposta va ser que jo també tenia un munt de televisions per informar-me, però que mai se m'acudiria posar en dubte la necessitat de TV3. Vam ser tossuts; vam tirar endavant de la manera més imaginativa possible. I en el moment que el CLCC va veure que li era impossible continuar fent créixer l'ACN vam saber tenir –i és mèrit de tots!– l'humilitat de buscar-li una sortida viable a la CCRTV.



Després de l'ACN, el CLCC impulsa l'arrencada de les emissions de programació via satèl·lit.

Vam veure que era molt important oferir aquest servei a les televisions. Sobretot vam voler reforçar tot el que feia referència al servei de notícies, ja que la demanda d'imatges era molt gran. Però també ens vam adonar que si volíem ajudar les televisions locals a fer-se un espai propi havíem de donar-los-hi continguts cada vegada més homologables professionalment. Inicialment vam aprofitar els recursos ja generats per

«Existia la possibilitat que sota la capa de la comunicació de proximitat s'hi fiquessin grans empreses a fer altres coses. Ens vam començar a moure i d'aquí va néixer el Consorci»

«L'objectiu era salvaguardar el teixit comunicatiu de proximitat des de la defensa de la llengua i la identitat nacional del país»

les pròpies televisions adherides, continguts de la CCRTV o d'institucions com la Generalitat. Posteriorment això va anar evolucionant, enriquint-se i professionalitzant-se cada cop més. L'esforç inicial va ser important, però l'èxit que ha assolit aquest servei demostra que va valer la pena.

El 2003 es constitueix COMUNICÀLIA per gestionar més eficaçment aquest servei...

Exacte. Aquesta fórmula perseguia dotar el CLCC de la musculatura i la capacitat de reacció pròpia d'una empresa. COMUNICÀLIA és una eina que ens permet respondre amb agilitat les necessitats d'un món tan àgil com és el de la comunicació.

Al llarg de la seva història, el CLCC ha assistit a una autèntica revolució tecnològica que està afectant de manera directa els mitjans de proximitat. Com descriuria el paper jugat en aquest sentit?

Els nostres socis esperen de nosaltres producte, consell i assessorament, i jo crec que hem sabut respondre-hi. Com a mínim sento que han confiat en nosaltres a l'hora de rebre aquest suport. En aquest sentit la política de sumar ha estat bàsica. En el cas de la televisió digital, per exemple, la nostra contribució ha estat important.

El 2008 és de fet un any clau pel que fa a aquest tema: arrenca l'encesa digital...

Aquest és un pas molt complicat. Tant els responsables del govern d'Espanya com el conseller de Cultura ho han reconegut en les reunions del Fòrum de la TDT. Hi ha hagut demores, situacions im-

«L'ACN va ser una de les fites que ens vam marcar abans, fins i tot, que naixés el CLCC. No va ser fàcil, però vam ser tossuts i vam tirar endavant»

previstes, altres d'imprevisibles... i és que sovint il·lusió i calendari són difícils de compaginar amb èxit. Caldrà un esforç per part de tots.

Tem, doncs, pel futur del sector?

Quan es parla de tecnologia, l'actitud més recomanable és combinar entusiasme i prudència. Jo sóc informàtic de la vella escola i sé que sempre cal estar molt a l'aguait. I és en aquest aspecte, en el d'analitzar el present sense deixar d'albirar el futur, on la nostra feina té tot el sentit. Una funció que difícilment poden assumir els nostres socis de manera individual. Puc dir, amb orgull, que el nostre treball amb la TDT en la defensa del sector ha estat important. I continuem fent un gran esforç en la recerca de nous canals i nous mitjans que estem convençuts que, per la dimensió del que és la comunicació local i de proximitat, poden ser una alternativa.

A quins canals es refereix?

A la televisió per IP. Hi ha una part del país, un determinat tipus de televisions, que per qüestions econòmiques o de dimensió demogràfica difícilment podran fer el pas a la TDT. Això podria fer perillar l'equilibri territorial. I el CLCC (i COMUNICÀLIA), sense deixar de treballar en la TDT, està obrint altres línies; la IPTV n'és una. És una tecnologia d'una dimensió molt més mesurada i que només necessita dues coses que no tardaran a arribar: un ample de banda adequat i que els aparells de televisió incorporin una placa de connexió a Internet.

«Hi ha una part del país, un determinat tipus de televisions, que per qüestions econòmiques o de dimensió demogràfica difícilment podran fer el pas a la TDT»



I no li sap greu deixar de viure tots aquests canvis de des la primera fila...

No ho deixo del tot. El grup parlamentari del que formo part, CiU, m'ha encomanat la gestió de tots aquells temes relacionats amb la societat de la informació i les noves tecnologies. Dit això,

crec que és bo que hi hagi relleus i que entri sang nova amb noves experiències. Després de 20 anys a l'alcaldia de Bellpuig, vaig decidir no tornar-me a presentar sabent que amb això també hauria d'abandonar tot aquest món que tant m'estimo. Però hi continuaré tenint contacte i defensant el projecte des d'altres àmbits ■



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

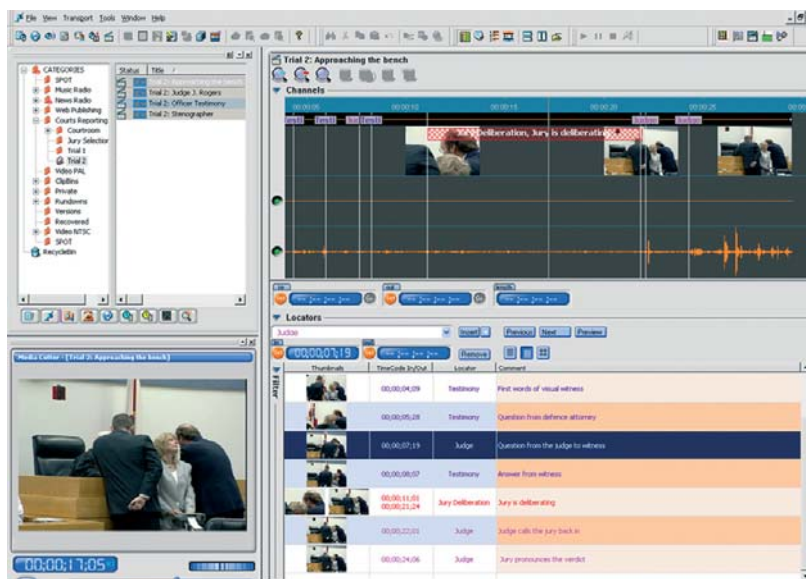
Tel: 902 932 960
Fax: 935 533 459

www.visiona.tv
info@visiona.tv

Comexit digitalitza TV Badalona

L'empresa d'enginyeria multimèdia Comexit ha realitzat la remodelació de les instal·lacions de TV Badalona. Aquest projecte ha constatat de dues parts. D'una banda, s'han digitalitzat les dependències analògiques, refent tota la instal·lació i incorporant nous mescladors digitals tant de vídeo com d'àudio.

D'altra banda, s'ha intervingut a la redacció, on s'ha integrat el sistema *Asset Management* de la marca Dalet. Aquest sistema permet als periodistes inserir la recepció de teletips des de qualsevol lloc, editar els vídeos, catalogar i documentar els clips, visionar-los en baixa resolució i gestionar els informatius. Tot



A la redacció s'ha integrat el sistema Asset Management de la marca Dalet.

això, des d'una única interfície a l'estació del periodista. Aquest sistema permet tre-

ballar fins a tretze periodistes amb el mateix material a temps real.

Àmplia experiència en multimèdia

Comexit és una empresa jove, ubicada a Barcelona i fundada l'any 2002 per un grup de professionals amb una àmplia experiència en tots els aspectes de l'audiovisual i el multimèdia. Des dels seus inicis, l'empresa enfoca tots

els projectes de forma integral o "clau en mà", cobrint des de la consultoria inicial i el desenvolupament tecnològic, fins a la integració i el posterior manteniment dels sistemes i de les instal·lacions ■

NOVETATS 2008

PHOENIX

Codificadors d'àudio amb connectivitat Ethernet, per a transmissions sobre xarxes IP. Amb capacitat per a allotjar fins a dues interfícies addicionals que asseguren la connectivitat present i futura. Doble canal per a backup i coordinació.

BRAVO

Tot el necessari per fer ràdio... i més.
La millor relació qualitat preu en el mercat de consoles de la ràdio d'avui.

AEQ MAR4SUITE PRO

Sistema d'Automatització per a Radiodifusió, la Tercera Generació.
Per a uns... l'actualització al nou programari. Per a uns altres... adquirir el sistema més avançat d'automatització per a la ràdio.

AEQ ARENA, LA CONSOLA DIGITAL

Després dels èxits acumulats en aquests dos últims anys AEQ ARENA, està sorprenent per la seva fiabilitat, capacitat de treball, facilitat d'ús i... pel seu preu. Ara en dos acabats: Blau-fusta i negre-gris.

AEQ PAW 120, GRAVADOR DIGITAL DE MÀ

Amb impressionants avantatges: altaveu, bateries estàndard tipus AA, pot gravar àudio lineal, és un volum extraïble per als sistemes operatius Windows, amb micròfon intern i adaptador XLR per a altres micròfons.

Ara amb memòria d'1 GB i micròfon opcional estèreo encastrable.



AEQ Oficines Centrals:
916 861 300
comercial@aeq.es

www.aeq.es

AEQ Catalunya:
659 994 655 / 934 140 396
catalunya@aeq.es

Facebook, xarxa social o paradís publicitari?

Joan Bril-li

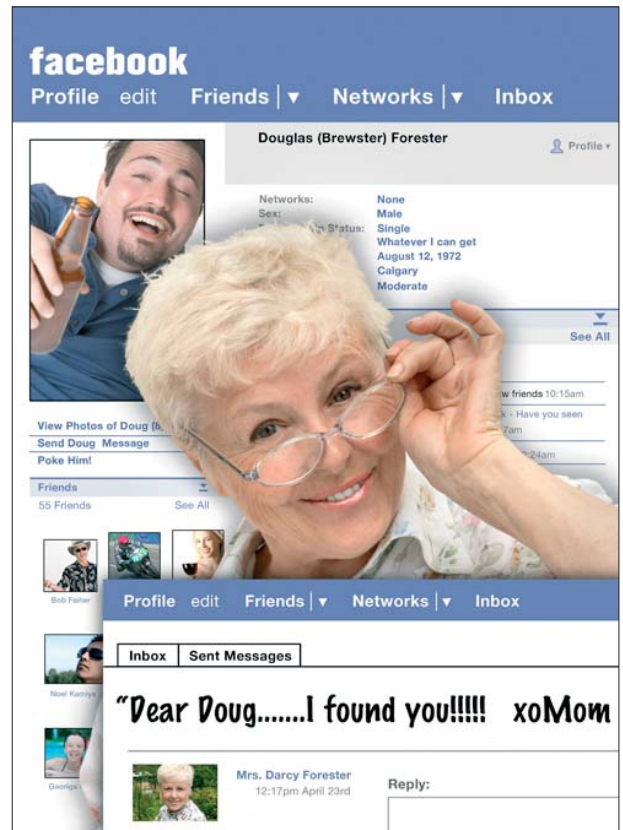
Facebook, un fenomen sorgit del web 2.0 (la nova revolució d'Internet, que ha canviat l'ús de la xarxa fent que els usuaris deixin de ser simples lectors per passar a ser creadors de continguts), compta ja amb uns 50 milions d'usuaris. El popular web de xarxes socials és dels més visitats a Internet i s'ha convertit en una revolucionària eina de comunicació. Els usuaris poden donar a conèixer les seves activitats com si es tractés d'un taulell d'anuncis per tal que els diferents contactes que tenen agregats les puguin veure. Es pot crear el seu perfil, actualitzar-lo, escriure comentaris, dedicar cançons, enviar regals o afiliar-se a d'altres grups, entre d'altres. A més, les possibilitats de personalització són il·limitades. Les eines i les aplicacions que ofereix es compten per milers i contínuament n'apareixen de noves. És tan gran el poder d'aquest web que, fins i tot, els dos principals candidats a la presidència del Govern espanyol l'utilitzen per donar-se a conèixer i fer arribar els seus missatges.

Defensors i detractors

És evident però que, com qualsevol altra plataforma ubicada a Internet, Facebook compta amb els seus defensors i detractors. Aquest nou *invent*-com molts d'altres ubicats a la xarxa- en un principi no generava beneficis; és per això que els propietaris (un d'ells, Microsoft) l'han

deixat de percebre com el simple projecte universitari nascut a Harvard l'any 2004. Des que els amos de Facebook busquen treure'n rendiment, el web és qüestionat per manipular la informació personal dels seus milions d'usuaris. Es tingui raó o no, el cert és que Facebook practica un tipus de publicitat coneguda com a *Hypertargeting*, un sistema que analitza els perfils dels usuaris i els dirigeix la publicitat que més s'ajusta als seus interessos, el que permet crear campanyes especialitzades adreçades a clients específics. Ens trobem, doncs, que les xarxes socials esdevenen un vertader paradís publicitari amb un gran potencial: segmenten les dades i aquestes són negociades amb altres empreses que les fan servir per crear campanyes de publicitat. Sigui Facebook àngel o dimoni, cal que l'usuari sigui molt conscient de la informació que facilita a qualsevol xarxa social. Caldria, però, que algú establís alguna regulació o

algun límit, ja que si no és així la informació personal es veurà cada cop més utilitzada per informar de promocions o per vendre productes. Cada vegada són més els que saben que la publicitat tan ben personalitzada és l'autèntica gallina dels ous d'or d'Internet ■



Sinergia Telecom

Consultoria i Projectes

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

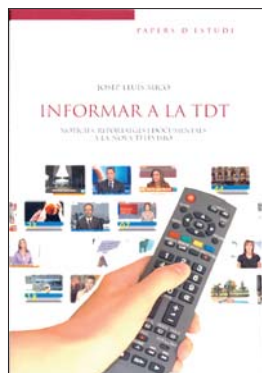
Al servei de la Comunicació Local

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

Carretera de Valls, 13 43700 EL VENDRELL (TARRAGONA) Tel. 609129864 Fax 977662366 SINERGIA.TELECOM@ies.es www.sinergiatelecom.com

Informar a la TDT

Josep Lluís Micó, Editorial Trípodos, Barcelona, 2007, 202 pàg.



A més de ser una innovació tecnològica, la televisió digital terrestre (TDT) comporta renovacions dins del mitjà televisiu. El periodista i professor de la Universitat Ramon Llull, Josep Lluís Micó, exposa en aquest llibre les repercussions de la TDT en l'àmbit del periodisme. Per aquest motiu, explica com s'han d'elaborar les notícies, els reportatges i els documentals perquè s'adeqüin a la digitalització.

El llibre s'estructura en tres parts. La primera part se centra en els informatius en la televisió digital i aprofundeix en les modalitats de la notícia, el reportatge, l'entrevista, la crònica, el debat o el magazín d'actualitat. La segona part es basa en les fases i en els processos d'elaboració de notícies, reportatges i documentals per a la TDT. A més, dedica unes pàgines a la realitat, la simulació i la ficció dels nous documentals dra-

màtics. La darrera part del llibre tracta de la televisió interactiva i parla de l'augment de poder que dona als ciutadans i també de la major responsabilitat dels periodistes a l'hora de tractar els continguts.

L'autor apunta que la TDT obre un nou camp d'experimentació en el periodisme, que atorga noves competències als seus professionals i, fins i tot, parla de l'aparició d'un nou llenguatge televisiu ■

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

Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global

M. Castells, M. Fernández-Ardèvol, J. Linchuam Qiu i A. Sey, Editorial Ariel, Barcelona, 2007, 475 pàg.



Analitzar com s'han transformat les formes de comunicació humanes des de l'aparició de les tecnologies sense fils, com el telèfon mòbil o el sistema WI-FI. Aquest és l'objectiu de la recerca que ha estat fent durant dos anys l'equip internacional integrat per Manuel Castells i Mireia Fernández-Ardèvol, de la Universitat Oberta de Catalunya, Jack Linchuam Qiu, de la Universitat Xinesa de Hong Kong, i

Araba Sey, de la Universitat del Sud de Califòrnia, i que ha donat com a resultat aquest llibre.

Els autors han recollit informació a diversos països del món per estudiar les desigualtats socials que es generen entre qui té accés a la tecnologia sense fils i qui no en té. També posen la mirada damunt els efectes que té el telèfon mòbil sobre la vida familiar o sobre la feina a l'oficina. Per altra banda, el llibre tracta de l'aparició

del nou llenguatge de text propi entre els joves a través del mòbil.

Comunicación móvil y sociedad també posa l'accent en la relació entre comunicació i desenvolupament. En aquest sentit, proposa que els països en vies de desenvolupament puguin fer el salt a la tecnologia sense fils i per satèl·lit. El llibre dibuixa realitats tant diferents com la d'Estats Units, Xina, Europa, Amèrica Llatina o Àfrica ■

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

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/>

NEWS

Ingesta

Texto NRCS

Edición en red
(PC/MAC)

Granja de render

Playout SD/HD

Prompter/CG

MAM

Archivo HSM

Transcodificación

IPTV

Contribución IP

Intercambio
de contenidos

MCR

Logs/Estadísticas

Parrillas/Publicidad

Tráfico

Continuidad SD/HD

Automatización Broadcast

CG Gráficos - SMS

Copia legal

Monitorización de canales

OneStop tapeless.tv

- ▶ Automatización completa de un sólo fabricante
- ▶ Operativa flexible, desarrollada por broadcasters
- ▶ Software abierto y compatible
- ▶ Hardware IT standard, no propietario

Estable & asequible

CANALES DE TV	600
PAÍSES	50
OPERATIVA	24/7

Distribuido por:



www.nrd.es
+34 93 246 9200

vsn permite construir una infraestructura de TV completamente automatizada y sin cintas, con aplicaciones integradas tales como Sistemas de Informativos, Archivo (Media Asset Management), Continuidad, Ingesta programada, Videoservidores, Postproducción, Gráficos e Inserción de Logos, SMS TV, y Copia Legal de emisión, Contribución IP Vía ADSL

www.vsn.es



Headquarters (Spain)
t. +34 93 734 9970
info@vsn.es

vsn France
t. +33 083819696
bruno.leste@vsn.fr

vsn Latin America
t. +598 2 518 55 85
latam@vsn-tv.com

vsn Middle East
t. +971 50 2733239
mideast@vsn-tv.com

vsn USA
t. +1 646 502 5274
usa@vsn-tv.com



UNA TELE SENSE TDT NO ÉS UNA TELE

La Televisió Digital Terrestre no s'atura. És un procés que culminarà el 2010, quan serà imprescindible un descodificador de TDT per poder veure la televisió. Cada cop més persones gaudeixen de fins a 40 canals, temàtiques especialitzades i més properes als seus interessos, millor qualitat d'imatge i la possibilitat de veure continguts en la seva versió original.

Si aquest Nadal et compres una tele, recorda: les teles de veritat porten TDT.