

antena local

La revista de la comunicació local

Núm. 64 - abril / maig 2009 - 3€

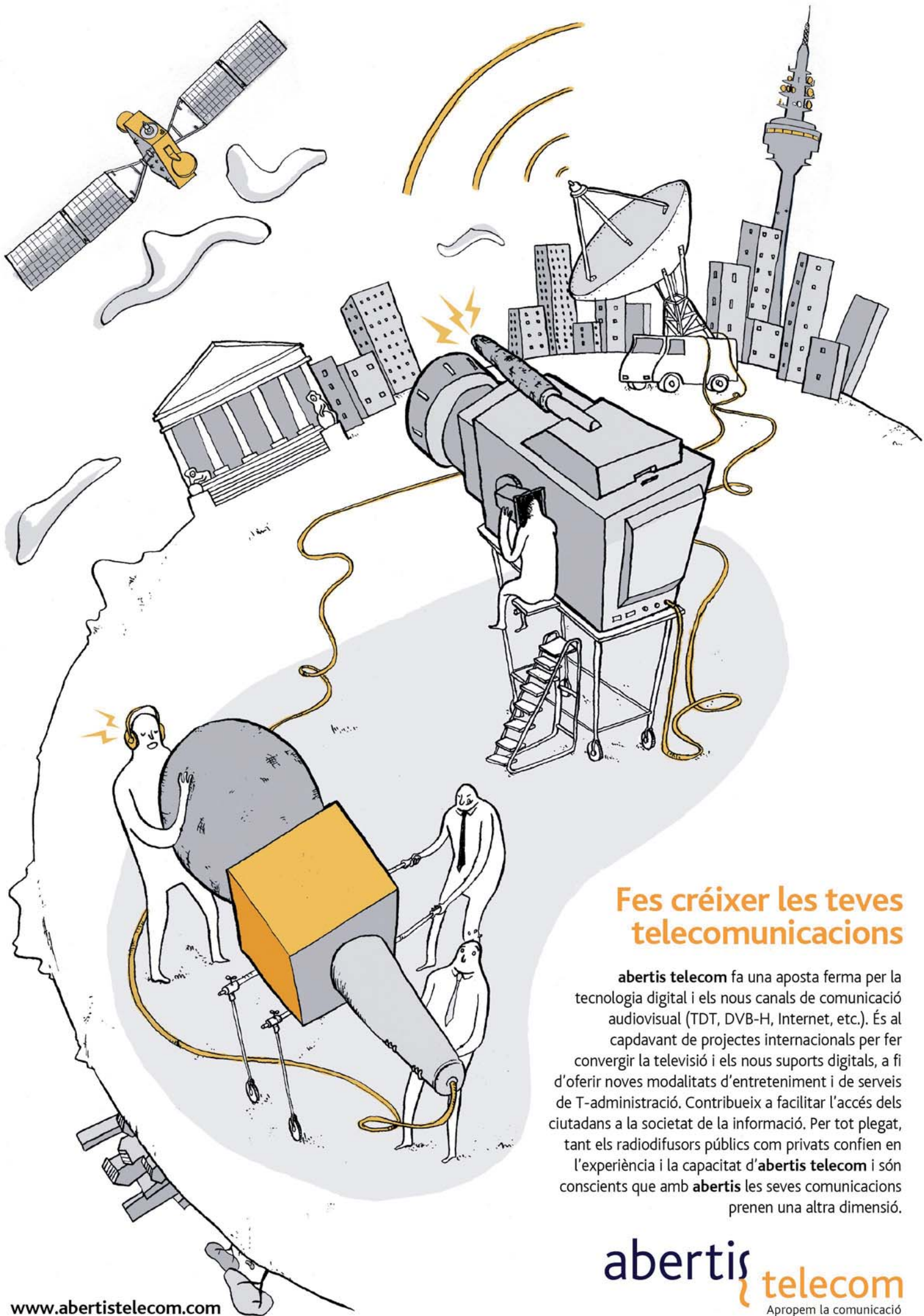


Sumar per créixer

La TV local privada uneix esforços per superar la crisi

COMUNICÀLIA, més present que mai a l'Audiovisual MAC 09 (14)

Saül Gordillo, director de l'ACN: "Ofereim continguts nacionals perquè les teles completin la seva oferta d'informació de proximitat" (20)



Fes créixer les teves telecomunicacions

abertis telecom fa una aposta ferma per la tecnologia digital i els nous canals de comunicació audiovisual (TDT, DVB-H, Internet, etc.). És al capdavant de projectes internacionals per fer convergir la televisió i els nous suports digitals, a fi d'oferir noves modalitats d'entreteniment i de serveis de T-administració. Contribueix a facilitar l'accés dels ciutadans a la societat de la informació. Per tot plegat, tant els radiodifusors públics com privats confien en l'experiència i la capacitat d'**abertis telecom** i són conscients que amb **abertis** les seves comunicacions prenen una altra dimensió.

abertis telecom
Apropem la comunicació

El MAC, punt de confluència de tot el sector

A finals de maig se celebra a Granollers la desena edició del Mercat Audiovisual de Catalunya (MAC). És el principal certamen dedicat a la comunicació audiovisual de proximitat que es fa al nostre país i, probablement, també el més important de tot l'Estat. El MAC és, sens dubte, l'esdeveniment de l'any per al nostre sector, on tots els agents coincidim: televisions, ràdios, productores, empreses tecnològiques, representants de l'administració...

El MAC va ser una iniciativa conjunta de la Xarxa de Televisions Locals (XTVL) i de l'Ajuntament de Granollers. Els tres primers anys era una trobada d'un sol matí amb l'objectiu que les televisions associades poguessin conèixer de primera mà les ofertes que altres televisions o algunes productores independents presentaven per esdevenir continguts sindicats la temporada següent. Després s'hi va afegir una petita fira d'empreses de tecnologia.

El trasllat a la llavors incipient Fàbrica de les Arts que Granollers impulsava a l'antiga Roca Umbert, i l'ampliació a dues jornades senceres, van ser impulsos definitius perquè el Mercat deixés de ser una eina pròpia de la XTVL i s'obrís a d'altres àmbits del sector audiovisual local. Des d'aleshores, és organitzat per un Consorci integrat per l'Ajuntament i la Diputació de Barcelona, amb el suport de la Generalitat. Els últims anys el MAC ha estat a punt de "morir d'èxit", com se sol dir. Per una assistència cada cop més alta, per l'excés d'activitats, pel protagonisme exagerat de les taules "institucionals" i per la preponderància de temes legals o tecnològics respecte als continguts. No oblidem que han estat els anys de la transició a la TDT i aquesta circumstància ho ha condicionat tot.

No obstant això, en l'edició d'enguany veiem indicis que aquesta tendència es corregirà i ens n'alegrem. S'ha creat una comissió de treball, en la qual el CLCC hi és representat en la persona del director general, i s'ha decidit la posada en marxa d'un consell assessor, format per portaveus qualificats de tots els col·lectius del sector, amb la missió de repensar el MAC per als pròxims anys.

Des de COMUNICÀLIA, apostem per un MAC menys aparatós i més útil. Creiem que l'intercanvi de continguts audiovisuals ha de tornar a ser l'eix bàsic de la trobada, com ho era al principi. Creiem en el MAC. Per això hem volgut que s'hi visualitzi millor la nostra presència (més informació a les pàgines 14-15). I, sense menystenir el dret de les institucions organitzadores a decidir-ne l'enfocament, trobem encertades les passes que es fan perquè tots els agents se'l sentin seu.

Comunicàlia
SERVEIS PER A LA COMUNICACIÓ

President: **Jaume Gilabert**.
Director General: **Joan Vila i Triadú**. Gerent: **Joan Bril·li**.
Promoció econòmica: **Josep M. Pascual**
Comercial: **Francesc Tubau**

Direcció: **Sònia Maza**.

Redacció: **Anna Alemany, Diego Muñoz** (fotografia) **Daniel Muñoz** (il·lustracions). Col·laboradors: **Eduard Berraondo, Frederic Cano, Josep M. Casasús, Daniel Condeminas, Antoni Esteve, Àlex Fernández, Pilar Garcia, Julio Gómez, Saül Gordillo, Joan Francesc Gras, Àlex Gutiérrez, Gaspar Hernández, Toni Iglèsies, Jordi Llavina, Jordi Margarit, Agustí Martín, Ramon Mateu, Antoni Molons, Xavier Núñez, Vicent Partal, Manel Ramon, Josep Carles Rius, Oleguer Sarsanedas, Lluís Tolosa i Miquel Tresserras**. Correcció lingüística: **Mercè Batlle**. Disseny i maquetació: **Daniel Muñoz**. Impressió: **Gràfiques APR**.

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

Fundació puntCAT: una nova manera de comunicar

Estem a la recepció d'un hotel internacional d'un país llunyà, tot va correctament. Poso l'adreça electrònica `xx@fundacio.cat` i, de sobte, el noi que ens atén pregunta: ¿catalans? (en la seva llengua, és clar). Faig un somriure i contesto que sí.

Fa poques setmanes celebràvem el 3r aniversari del .cat. Un domini de primer nivell que creix amb força, que cada dia és més visible arreu i que comença a marcar tendències a nivell mundial. En només 3 anys .cat ha superat els 35.000 dominis i el més important és que els dominis .cat ofereixen a Internet uns 50 milions de documents, la qual cosa converteix el .cat en un dels dominis del món amb més valor, ja que aporta a la xarxa més continguts i informació per cada domini. Els .cat s'escolten per la ràdio, es llegeixen als diaris i

es veuen pel carrer, ja formen part de la nostra societat, del nostre paisatge. El .cat esdevé el domini de referència; és al carrer i el carrer és de la gent.

I això, no ho fa només per ser un domini amb el qual ens identifiquem arreu del món. Creix també per ser dels pocs dominis que ofereixen el valor afegit que proporciona un entorn segur i una bona aplicació de les tecnologies punteres. Des del primer dia compta amb la possibilitat de registrar dominis amb els caràcters propis del català (accents, dièresi, c trencada i ela geminada, coneguts internacionalment com a IDN), a més d'incorporar al domini els darrers sistemes de seguretat. El .cat ha estat i segueix essent un domini de baixíssima o quasi nul·la conflictivitat gràcies al seu avançat marc legal, que serveix de referència per a altres dominis.

Per tant, el .cat compta amb una reconeguda projecció internacional, avalada a més per la recent organització a Barcelona de l'Assemblea General de l'Organització de Dominis Europeus (CENTR), i també per haver estat convidats a unir-nos a l'Associació de Dominis Llatinoamericans (LACTLD) o a participar com a ponents a diferents escoles d'estiu, grups de reflexió i congressos de la indústria i la cultura d'Internet.

El .cat encara el futur amb optimisme, potenciant un creixement basat en la qualitat i la seguretat. Aquestes dues característiques, d'acord amb els fins fundacionals del puntCAT, segueixen fent del .cat un espai de desenvolupament de la societat de la informació catalanoparlant, projectant-nos al món tal com som, fent les coses ben fetes. Els projectes im-



Joan Francesc Gras
President de la Fundació puntCAT

portants no neixen de la nit al dia. Lluny queda l'any 1996 quan en una llista de correu es debaten mil i una hipòtesis. Per això el .cat, gestionat des d'una fundació privada sense afany de guany, és fruit de l'esforç col·lectiu, és el domini de tots, i per a tothom.

El .cat comunica a l'era digital. Estem doncs, davant d'una nova forma de comunicació ■

Instal·lacions capdavanteres per a comunicadors amb valors

Les noves instal·lacions del Campus de la Comunicació-Poblenou de la Universitat Pompeu Fabra són capdavanteres per a la renovació dels estudis superiors en periodisme, comunicació audiovisual, i publicitat i relacions públiques.

Els equipaments tècnics i la concepció dels espais per a l'ensenyament universitari d'aquestes matèries consoliden el model propi de la Universitat Pompeu Fabra en assegurar una formació teòrica basada en l'exigència de coneixements i en l'esperit crític conjuminada amb una preparació pràctica innovadora i participativa.

El nou Campus de la Comunicació, situat a l'antiga fàbrica de Ca l'Aranyó, al Poblenou, s'integra en un entorn on

hi ubicades o on es preveu instal·lar institucions públiques del sector, com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, i activitats professionals, empresarials i de recerca vinculades als mitjans informàtics i de les telecomunicacions, i a la premsa, la ràdio, la televisió, el cinema, la comunicació digital, l'edició, el disseny i l'experimentació cultural en els camps de les arts visuals i de la música.

Algú ha dit que aquest indret de Barcelona havia estat el "Manchester català" i ara pot esdevenir el "Silicon Valley de Catalunya". És cert que la concentració de recursos humans i d'equipaments en aquesta part del Poblenou, anomenada 22@, ha de facilitar el creixe-

ment d'activitats d'investigació comunicativa capdavantera. El repte, però, per als docents universitaris es posar aquest potencial al servei dels estudiants que aspiren a treballar en el sector de la comunicació.

No obstant això, no ens volem conformar en avaluar la qualitat dels equipaments tècnics i de l'entorn com un avenç cabdal en el nostre projecte educatiu. No n'hi ha prou en ponderar el que significa aquesta aportació dels pressupostos públics aplicat al progrés d'un sistema universitari que no desaprofiti cap talent jove. Cal que la formació tècnica i la capacitat pràctica estiguin orientades al fet que les persones que es preparen per interve-



Josep M. Casasús
Degà de la Facultat de Comunicació de la UPF

nir en els processos de la comunicació pública rebim a la universitat les eines per analitzar la realitat des d'una perspectiva d'ètica professional dominada pels valors de la veritat, la llibertat, la justícia i la solidaritat ■

Un moment clau per a la TDT



Xavier Núñez
President de Feceminte

A un any per al final del procés d'apagada de la televisió analògica, ens trobem en un moment clau per analitzar la situació actual i les previsions a curt termini que ens han de dur a corregir aquells fenòmens que puguin dificultar-lo i potenciar aquells altres que en siguin un catalitzador.

En aquest sentit, són molts els factors que ens fan ser positius envers aquest procés. Si em permeten el paral·lelisme, es diu que un dels trets fonamentals que es tenen en compte a l'hora de seleccionar un futur astronauta és el fet que aquest tingui un caràcter optimista. Però, s'imaginen un astronauta pessimista? Molt probablement moltes de les fites

aconseguides no haguessin estat possibles. És evident que no podem ser només optimistes i hem de posar el contrapunt de visió crítica. Però, bàsicament, hem de ser-ho: visualitzar l'èxit és el primer pas per aconseguir-lo.

En paraules del conseller Tresserras en el passat plenari del Fòrum de la TDT, del qual Feceminte és membre, ens hem de centrar en culminar el procés i els compromisos adquirits amb èxit. No tindria cap sentit que en aquest moment en dubtéssim ni un segon i, per més que pugui haver circumstàncies que matisin el full de ruta inicial, hem de seguir endavant amb tota la força del sector de les telecomunicacions.

Els instal·ladors de telecomunicacions ho tenim clar. Feceminte s'ha compromès des d'un inici en aquest procés a través de la signatura de convenis de col·laboració amb l'Administració, amb la creació de la figura de l'Agent TDT -fonamental en aquest procés-, la redacció d'estudis de penetració de les adaptacions de TDT en el territori, la participació en el Fòrum de la TDT i en totes les comissions de treball relacionades amb aquest procés de transició tecnològica, la resolució d'incidències de cobertura (totalment normals en una estesa de senyal de l'entitat que estem vivint), amb formació i informació al servei dels instal·ladors i de la ciutadania, i un llarg etcètera. Hem posat bona part dels

nostres recursos al servei d'un projecte estratègic i de país, en qual ens juguem molt com a sector professional.

Les xifres parlen per si mateixes. Tres de cada quatre llars de Catalunya es troben en disposició de gaudir de la TDT. És a dir, les seves instal·lacions han estat adaptades o bé es troben en condicions de poder-la entregar als receptors o als televisors amb TDT integrada. Això implica més de dos milions de llars i amb un nivell mínim d'incidències pel que fa a les adaptacions realitzades, fet del tot inusual en un procés que implica un canvi tecnològic profund per a l'usuari. Per tant, i sense cap ànim de triumfalisme, cal llençar un missatge contundent: s'ha fet molta feina i s'ha fet bé. L'Agent TDT no ha fet més que formalitzar unes bones pràctiques que com a instal·ladors ja aportàvem al mercat.

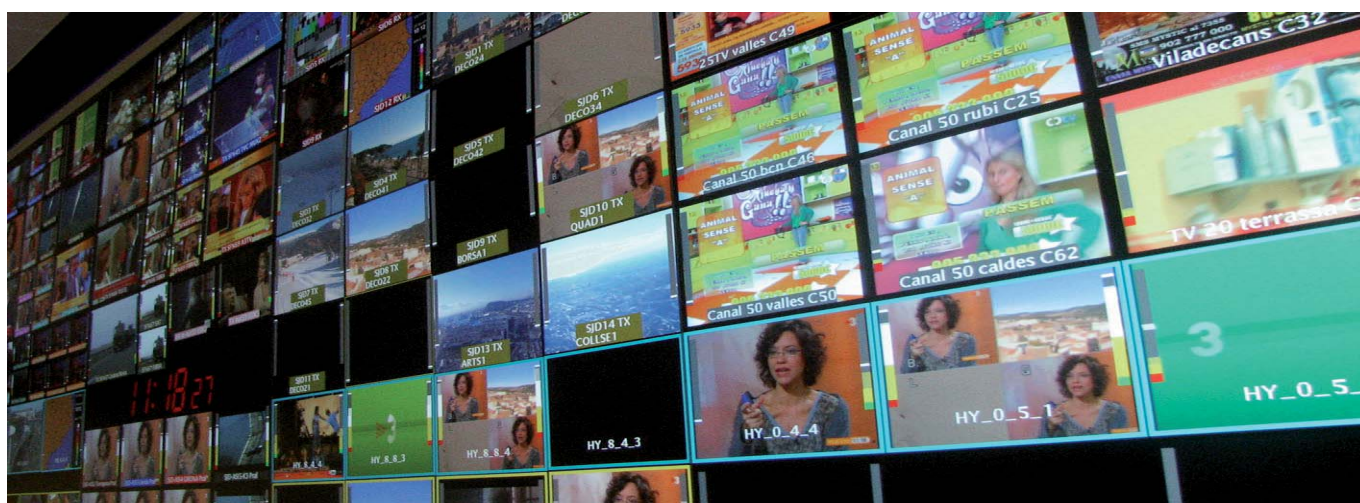
Ara bé, queda molta feina per fer. I probablement el percentatge que resta sigui el de més complexitat. Per tant, coneixedors d'aquest fet, ens reafirmem en transmetre el missatge que cal articular mesures que fomentin la demanda de TDT per part dels usuaris que han d'adaptar les seves instal·lacions. Així, les campanyes publicitàries institucionals seran fonamentals per renovar el missatge, però altres iniciatives com la retolació dels canals de TV analògica amb l'anunci de la pròxima apagada en aquelles zones que ho hagin de ser en les primeres fases del procés seran clau per accelerar la demanda de substitució.

La TDT és una necessitat i no una millora. S'ha de tenir clar. El missatge per a l'usuari que encara no s'hi ha connectat és directe: "Cerqueu un Agent TDT, sol·liciteu un pressupost i adapteu la vostra instal·lació al més aviat possible. Guanyareu en servei i tranquil·litat. No espereu més" ■

«El missatge per a l'usuari que encara no s'hi ha connectat és directe: "Cerqueu un Agent TDT, sol·liciteu un pressupost i adapteu la vostra instal·lació al més aviat possible. Guanyareu en servei i tranquil·litat. No espereu més»

Sumar per créixer

La TV local privada uneix esforços per superar les dificultats d'un procés de trànsit a la TDT que es produeix en plena crisi



Sònia Maza

Que el procés de trànsit a la televisió digital terrestre (TDT) no està sent fàcil per al sector audiovisual local privat no és cap novetat. Les pàgines d'aquesta publicació han recollit sovint les dificultats que implica. Les complexitats que des d'un punt de vista tècnic i normatiu representa aquest canvi tecnològic per als operadors de proximitat han estat al centre del debat, deixant potser més de banda un aspecte clau per al funcionament de qualsevol televisió: els continguts. Amb la TDT a tocar (el 30 de juny es produirà la primera apagada analògica a 24 municipis catalans) les televisions locals privades han intensificat els seus esforços per adaptar la seva programació a la nova realitat. L'aposta pels espais de proximitat és vital, però no suficient. Omplir 24 hores de continguts no és fàcil ni barat. L'especialització, la recerca d'aliances, l'intercanvi i la comercialització de programes, són només algunes de les estratègies que han començat a adoptar els operadors. La dita "la unió fa la força" adquireix tot el seu significat en un context en què la crisi econòmica sembla dificultar encara més un procés ja de per si prou complicat.

“**H**em pogut comprovar que aquelles emissores de televisió que millor estan afrontant la implantació a la TDT són les que aposten més clarament per un model de proximitat”. Així de contundent es manifesta Dolors Comas, consellera del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). L'organisme regulador ha dut a ter-

me un estudi de camp i d'investigació que analitza, demarcació per demarcació, la situació real de la transició de la televisió analògica a la digital. Les conclusions no han estat presentades encara de manera oficial, però Comas, que ha seguit més de prop la situació de la televisió local privada, ha ofert a ANTENA LOCAL unes pri-

meres aproximacions. Segons la consellera, la situació dels diferents operadors és molt diversa, però s'observa que l'aposta per un model de programació pròxim al ciutadà és un factor clau. “Fins i tot diria que l'estabilitat econòmica dels operadors no té una relació directa amb el fet d'emetre en zones demogràficament més impor-

tants que podrien assegurar un volum de negoci més elevat. Hem vist que, per exemple, a la demarcació de Barcelona o del Baix Llobregat hi ha moltes més dificultats per tirar endavant, perquè costa més trobar un nínxol des del punt de vista de la televisió de proximitat”, afirma, i afegeix: “En canvi hi ha televisions que sent més modestes, treballant en un àmbit de demarcació amb una població més migrada, poden defensar-se millor pel fet d’haver apostat per un model de televisió de proximitat”. Tanmateix, segons Comas, tenen més possibilitats de superar les dificultats aquelles televisions “que tenen una trajectòria i una història al darrere”, ja que, en ser conegudes pels espectadors, la seva implantació al territori és més fàcil.

Quant al model de finançament, la consellera destaca una situació que “no és cap anècdota, ja que xoca frontalment amb les previsions del marc legal català”. Segons la consellera, “el model de finançament de les televisions locals privades catalanes descansa força en un eix que es basa en les aportacions de les administracions locals, sobretot dels ajuntaments”. Per a Comas, aquest fet pot explicar-se per la insuficiència del mercat publicitari local, però també per la pròpia relació que en determinades demarcacions s’estableix amb les institucions. “L’extensió de les aportacions de les administracions públiques és gairebé universal, en un volum que en alguns casos és molt elevat. Aquest és un fet que des del CAC haurem d’afrontar, ja que la Llei de l’audiovisual estableix una clara diferència entre el que són les televisions públiques, sustentades amb finançament



públic, i les televisions privades, que no poden tenir aquest finançament públic tret d’unes circumstàncies molt excepcionals”. D’altra banda, i també pel que fa al finançament, el regulador advertix sobre l’excessiva dependència de moltes televisions respecte als ingressos que generen els programes vinculats a línies telefòniques de tarifació especial i als sms.

Des d’un punt de vista més tècnic, Comas destaca els interrogants que genera entre els operadors privats el fet d’haver de gestionar amb els concessionaris públics els múltiples, i la necessitat que expressen, tant públics com privats, d’expandir el digital de manera urgent en aquelles zones on ja és donen les condicions tècniques per fer-ho.

La consellera conclou, a més, que el fet que el procés d’encesa al digital coincideixi amb un moment de forta crisi econòmica complica encara més els problemes del sector. “No els causa, però sí que els

TV del Ripollès s’ha especialitzat en fer programes sobre l’entorn natural, que posteriorment també ven a tercers

agreuja. En el cas del sector privat és obvi: la publicitat ha disminuït i les condicions del negoci es veuen, per tant, afectades”.

Els operadors mouen fitxa

Precisament per superar les dificultats que enumera Comas, les televisions locals privades han començat a moure fitxa. L’associació entre diferents operadors per a la realització conjunta i l’intercanvi de programes i publicitat és l’estratègia per la qual opten la majoria. Així, per exemple, destaca l’esforç cooperatiu que realitzen les emissores que integren el grup Televisions Digitals Independents (TDI), que lidera des d’Esplugues Frederic Cano i agrupa 12 cadenes del territori (ETV Llobregat TV, Mola TV, TV Costa Brava, TV del Ripol-

Especialització i venda a tercers

A banda de la suma d’esforços amb altres operadors, les televisions estan adoptant altres estratègies per superar les dificultats actuals. És el cas d’Olot TV i de TV del Ripollès, ambdues afectades per l’apagada analògica que tindrà lloc el 30 de juny a les seves zones d’influència. Olot TV, que també forma part de TVlocal.cat, va crear el 2004 la productora audiovisual Vulcània, a través de la qual comercialitza alguns dels seus programes. “El sostre comercial a la Garrotxa és molt baix, estem parlant d’una comarca petita, per tant només amb la publicitat no en teníem prou si volíem créixer”, explica Albert Brossa, director de l’emissora. Vulcània produeix espais culturals, de salut, medi ambient, comunicació i infraestruc-

tures per a emissores i plataformes de distribució de Catalunya i l’Estat, el que serveix per nodrir d’ingressos la televisió. “Amb els anys hem aconseguit una fidelització important dels clients, cosa que ara, en temps de crisi, ens ajuda a notar menys els efectes”, explica Francesc Rubió, gerent de Vulcània, que afegeix: “Els clients valoren la idea i la qualitat del producte, i és on precisament nosaltres estem treballant”.

D’altra banda, TV del Ripollès, que es membre de TDI, ha optat per l’especialització en un tipus determinat de programes, que posteriorment també ven a tercers. “Ens trobem en un entorn natural fantàstic i tenim un equip de treball que domina el territori, en conseqüència hem

decidit apostar per fer espais sobre natura i medi ambient”, afirma Jordi Martí, director de la televisió. Aquests programes són emesos per TV del Ripollès, però també són susceptibles de ser comercialitzats: “Ho fem a través de diferents branques: hi ha la branca associativa que proporciona TDI, la de venda directa a altres televisions, o bé a circuits de distribució com COMUNICÀLIA”. A més, TV del Ripollès forma part d’un grup multimèdia (Comunicacions del Ripollès), cosa que, segons Martí, permet, des d’un punt de vista comercial, presentar ofertes conjuntes i interessants. “Com se sol dir, en temps de crisi la imaginació al poder, i el fet de tenir un grup amb ràdio, televisió, premsa i diari digital ens dona molt de joc” ■

Noves oportunitats per a les productores

És evident que el nou escenari comunicatiu que dibuixa la TDT no només té efectes sobre les televisions. Les productores audiovisuals que treballen per al sector també viuen aquests canvis de manera directa. És per això que ANTENA LOCAL ha volgut copsar el seu parer sobre el procés. A l'hora d'assenyalar els aspectes positius de l'actual situació, la majoria coincideixen a destacar les noves oportunitats que aquesta genera. "La tasca de productores com la nostra -afirma Ricard Pascual, director de Bipas Produccions- es demostra precisament ara més útil que mai. Les televisions tenen dificultats i nosaltres les podem ajudar proporcionant continguts de qualitat a baix cost". En el mateix sentit s'expressa Ester Alonso, directora executiva de Wai Entertainment: "La TDT sense cap mena de dubte representa una oportunitat", afir-

ma, però adverteix que en temps de crisi com els actuals "cal ser més competents, més responsables amb els pressupostos, amb el que paguem per les coses, i amb el que es vol guanyar amb els projectes; cal deixar de tenir mercats captius en funció dels poders; cal pensar en el mercat mundial i no només en cobrir les necessitats de subsistència; cal deixar de penalitzar l'esforç, el treball i l'ambició de superació i guanyar; i cal penalitzar la dependència de l'erari públic", exposa. Des de Visiona TV aposten "pels continguts imaginatius, econòmics i realitzables des del punt de vista tant de material tècnic, com de recursos humans, com de despeses financeres", explica el seu director, Josep M. Baixauli. De la seva banda, Olga Coll, directora administrativa de Gen-lock Vídeo, afirma que el secret està en no centrar-se només en un sol tipus de pro-

ducte, ni en un sol tipus de client. "Nosaltres tenim una clientela molt diversificada i la veritat és que hem notat poc els efectes de la crisi", explica. Per últim, destaca l'experiència de Lleida, on les productores del territori han decidit organitzar-se per aprofitar millor les oportunitats que puguin sorgir: "Fins al moment d'associar-nos, les productores del territori havíem treballat unes d'esquena a les altres. Davant de la nova situació que genera la TDT, a Lleida hi ha projectes previstos que són força importants, per això hem cregut necessari coordinar-nos, per no veure passar per davant propostes, projectes i possibilitats", explica Miquel Olaya, president de Productores Audiovisuales de Lleida (PAL), que afegeix: "Respecte al nou escenari, som optimistes perquè ha de ser així, hem de treballar perquè així sigui" ■

lès, Pirineus TV, Canal Taronja Osona, Canal Taronja Anoia, Canal Taronja Central, 4 TV Mediterrani Tarragona, 4 TV Mediterrani Garraf, Empordà TV i Canal 35 Segrià). Segons Cano, "la nostra aposta principal és la proximitat, perquè és la nostra raó de ser, però també ho és la suma d'esforços". TDI utilitza una xarxa d'IP privada per intercanviar i realitzar conjuntament programes entre les diferents emissores, la qual cosa representa "un estalvi de costos i alhora un increment de la producció de continguts". D'altra banda, TDI també funciona com a grup a l'hora de captar publicitat, ja que la cobertura de totes les emissores que en formen part constitueix un mercat atractiu per a anunciants de major abast. Tot i així, el vicepresident de TDI, Frederic Cano, re-

coneix que la crisi ha provocat una davallada important del mercat publicitari. "Això ens obliga a buscar nous ingressos i la producció per a tercers és una sortida". Així, segons Cano, l'aposta de TDI passa en aquests moments "per demostrar que les televisions locals, almenys les del nostre grup, poden oferir productes de qualitat que poden resultar interessants per a altres grups o altres plataformes. L'acord a què hem arribat amb COMUNICÀLIA exemplifica aquesta estratègia", afirma (vegeu p. 19). D'altra banda, TDI té en ment nous projectes, com la creació d'una plataforma multimèdia a partir de les concessions de ràdio que té el grup i d'altres mitjans (premsa local i diaris digitals) associats a les televisions que ja en formen part.

L'estratègia de l'agrupació TVlocal.cat, integrada per set emissores (Canal Reus, TV Mataró, TV Girona, TV Manresa, El 9 TV, Olot TV i Lleida TV), és similar a la de TDI. En aquests moments el grup comparteix mitja dotzena d'espais dels quals es responsabilitza una sola emissora, però que són elaborats amb el suport i les aportacions de totes les televisions del grup, que també comparteix i gestiona publicitat de circuit. "Totes les cadenes que formen part de TVlocal.cat són líders d'audiència en les seves demarcacions, a més la majoria estan vinculades, o bé als grups de premsa local més importants del país, o bé a entitats i empreses amb una sòlida trajectòria", explica Jesús Medina, coordinador de TVlocal.cat. Tot plegat fa que, se-

aasit
assistència i assessorament,
servei integral de telecomunicacions, s.l

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

gons Medina, el pas a la TDT signifiqui per a aquestes emissores més una oportunitat que no pas un problema. “El nostre objectiu és exactament el mateix que abans que es comencés a parlar de la TDT: fer programació de qualitat, continguts vinculats al territori i amb vocació de servei públic”, explica, i aclareix: “No creiem en fer una mena de televisió catalana en petit o en una espècie de televisió d’abast nacional sense mitjans. Creiem en una suma d’interessos comuns sense renunciar mai als continguts absolutament locals i vinculats al territori”. Tot i aquesta visió més optimista, Medina també reconeix els efectes de la crisi en el mercat publicitari. “Ara toca buscar fórmules imaginatives, treballar molt al carrer, presentar ofertes interessants... Tot i així estic convençut que un cop estigui completament desplegat el mapa de la TDT, els anunciants consideraran les nostres televisions mitjans molt interessants des del punt de vista qualitat/preu”, conclou.

Tot i que el grup Canal Català, que constitueixen 13 televisions locals (Canal Català Barcelona, Canal Català Girona Pla, Canal Català Tarragona, Canal Català Maresme, Canal Català Vallès, Canal Català Vallès Oriental, Canal Català Central, Canal



Català Osona, Canal Català Anoia, Canal Català La Selva, Canal Català Penedès Garraf, Canal Català Lleida, i Canal Català Berga) va apostar inicialment per una estratègia més basada en l’emissió en cadena (fórmula que encara manté), també ha començat a realitzar conjuntament alguns espais. “Tant l’informatiu, des de fa més d’un any, com el recent estrenat *Tu denuncies* s’elaboren amb la col·laboració de totes les televisions del grup”, explica Marta Polo, directora de Canal Català, que afegeix: “Això ens permet reduir costos, ja que tot i que els programes es realitzen des de Barcelona, no ens cal desplegar

Redacció d’informatius de Canal Català. Des de fa més d’un any s’elaboren amb la col·laboració de totes les televisions del grup.

equips per tot Catalunya”. Segons Polo, totes les televisions de Canal Català intenten continuar aportant “el tret diferenciador de les televisions locals, que és la proximitat”, però també admet que la crisi econòmica hi afegeix moltes dificultats: “Fer televisió de proximitat és molt car, però fer informació de proximitat és caríssim. Intentem adequar-nos reduint costos, perquè cercar nous ingressos és molt



AEQ BRAVO

LA CONSOLA MÉS VERSATIL DEL MERCAT

JA ESTÀ DISPONIBLE.

AEQ llença la consola de mesclades professional més versàtil del mercat. Per a les emissores en les quals la inversió econòmica estigui molt limitada. Amb tots els elements necessaris per a l'operació tècnica més còmoda.

Instal·la la consola en el teu control d'emissió i oblidat d'equips accessoris per a poder completar el teu Estudi de Ràdio.

AEQ PAW-120

EL GRABADOR DIGITAL PORTATIL MÉS COMPLET



Capacitats professionals, en un espai no major que un telèfon mòbil i amb totes les operacions accessibles en la mateixa mà. 18 hores d'enregistrament, amb micròfon intern, o estèreo opcional, o connexió per a extern. Amb editor integrat per a treball de camp, control de nivell automàtic d'enregistrament, activació per veu, altaveu integrat etc...

AEQ Catalunya
Telèfon: 659 994 655
E-mail: catalunya@aeq.es

AEQ Seu Central
Telèfon: 916 861 300 Fax: 916 864 492
E-mail: comercial@aeq.es





TVlocal.cat comparteix mitja dotzena d'espais que són elaborats amb el suport i les aportacions de totes les emissores que en formen part. L'espai 7 dies n'és un exemple.

complicat. De moment estem apostant per fer programes que aconseguixin algun tipus de finançament o esponsorització diferent a l'habitual", afirma.

Valoració del CAC

Totes aquestes estratègies cooperatives estan reconegudes per la Llei de l'audiovisual catalana sota la denominació de sindicació de continguts. A més, en la mesura que es tracta d'espais coproduïts per diverses emissores que conserven de manera efectiva el control editorial dels continguts, la normativa permet computar-los en un percentatge superior al 25% de les emissions, límit legal per a l'emissió en cadena. Correspon al CAC determinar el percentatge corresponent, demarcació per

demarcació, a partir de factors com "el nombre de prestadors, la població a servir, o les estructures de sindicació preexistents al territori". A més, el regulador pot determinar en quins supòsits un determinat percentatge de programació emesa en el marc d'un esforç de sindicació (o fins i tot de cadena) pot computar-se com a programació pròpia i/o original. Els mecanismes a través dels quals les televisions han de sol·licitar al CAC aquest còmput encara no s'han posat en marxa. "Hi estem treballant. Preveiem tenir-ho enllestit l'últim trimestre d'aquest any. En aquests moments allò important i prioritari per al CAC és que els operadors puguin funcionar i ho facin en plena normalitat", explica Comas. En aquest sentit, la consellera fa una valoració positiva de l'estratègia coo-

perativa que, de moment, estan adoptant els operadors: "Es tracta d'un gran instrument a partir del qual les televisions locals poden mantenir unes col·laboracions interessants que potencien la seva capacitat d'actuació. Per tant, en la mesura que la llei catalana ho preveu, crec que val la pena insistir-hi. Sense la recerca de sinèrgies entre diferents televisions i l'agrupament d'esforços productius, la televisió local no seria possible; és molt difícil omplir la programació totalment i exclusivament a partir de l'esforç individualitzat", afirma.

Quant a la reivindicació formulada per una part dels operadors respecte a una actitud més flexible del CAC pel que fa a l'exigència d'uns mínims de programació, Comas és molt clara: "A mi no m'agrada parlar de flexibilitat, perquè la llei diu el que diu i per tant tothom l'ha de complir; però sí que puc dir que el CAC ha actuat, està actuant i actuarà amb mesura, amb prudència i amb proporcionalitat", sentència ■



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





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
c/ Diputació, 37-39 local 6B
08015 Barcelona

Tel: 93 228 91 91
Fax: 93 325 19 82
www.visiona.tv

info@visiona.tv

Catalunya lidera el pas a la TDT a menys d'un any de l'apagada

“A molt bon ritme”. Així és com avança -en paraules del conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat, Joan Manuel Tresserras- el procés de desplegament de la televisió digital terrestre (TDT) al país. A menys d'un any de l'apagada analògica definitiva -prevista per al 3 d'abril de 2010-, tots els indicadors situen Catalunya al capdavant de la migració tecnològica.

El 96% de la població catalana ja té cobertura de senyal de TDT i el 74% de les llars del país ja estan preparades per rebre la televisió a través d'aquesta tecnologia. Amb aquestes dades a sobre de la taula, el Fòrum de la TDT -que aplega tots els agents del sector- realitzava, el 2 d'abril, la seva cinquena sessió plenària, amb l'objectiu d'avaluar el grau de compliment del procés d'encesa digital. “Queda un any, ha arribat l'hora i tenim el procés a punt”, afirmava el conseller Tresserras, que recordava que s'estan complint els objectius i que les dades confirmen que s'està anant pel bon camí.

Els resultats del darrer estudi publicat per l'Observatori Impulsa TDT també corroboren aquesta anàlisi. I és que, en tots els indicadors analitzats per l'organisme estatal, Catalunya és capdavantera. Així per exemple, el percentatge de catalans que consumeixen televisió a través de la TDT (un 35,4%) supera àmpliament la mitjana estatal, on la quota de pantalla d'aquest sistema és d'un 27,3%. També en cobertura i penetració es reproduïx aquesta situació: a l'Estat, la cobertura és d'un 93,5% i la penetració a les llars d'un 50,7%.

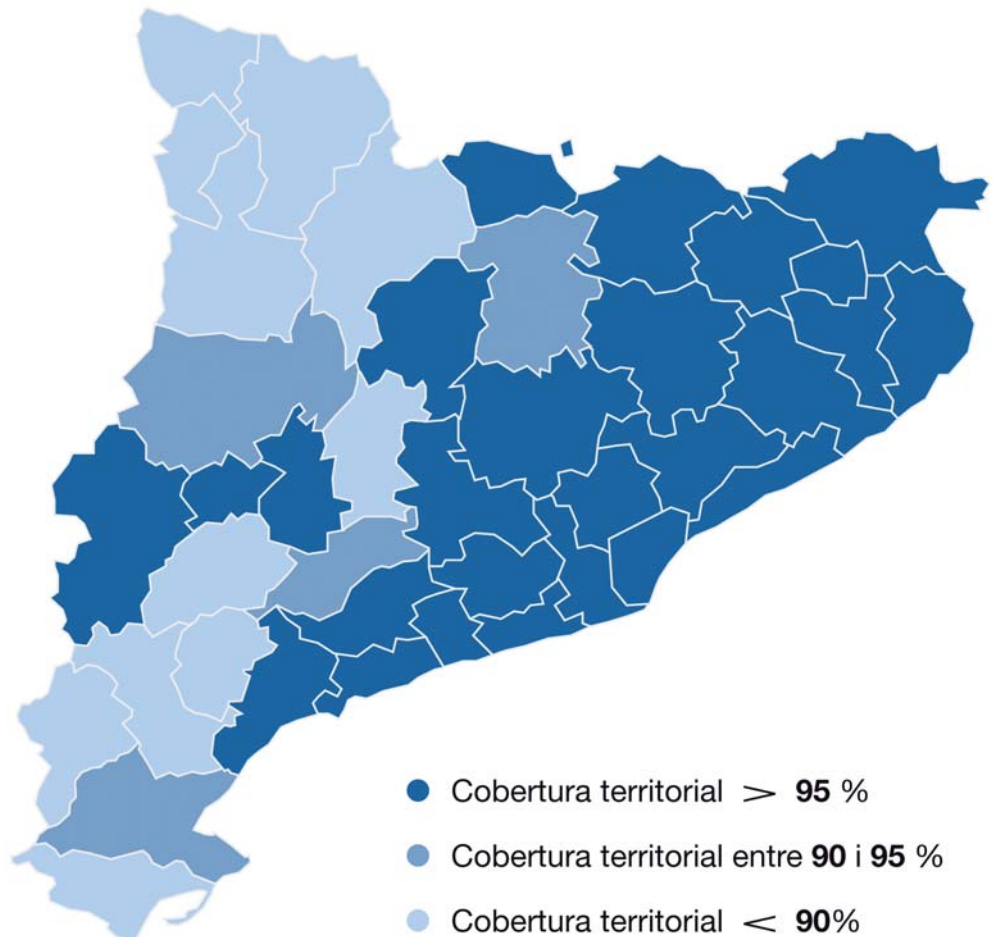
Per assolir aquests resultats s'està treballant a ple rendiment. En el marc del Pla Catalunya Connecta, la Generalitat ja ha posat en funcionament més de 170 centres emissors de TDT i la previsió és que en els propers mesos aquesta xifra es dupliqui, fins a arribar als 360 centres que donen senyal a 2.800 nuclis de població del país. D'altra banda, a través de l'acord amb la Federació Catalana d'Empresaris Instal·ladors de Telecomunicacions (Feceminte), més de 360 empreses catalanes han sol·licitat l'acreditació “Agent TDT”, que ja s'ha lliurat a 1.600 professionals de la instal·lació d'antenes. Paral·lelament, i pel que fa a l'àmbit informatiu, la Generalitat preveu noves campanyes de difusió entre la ciutadania, que s'afegeixen a les ja iniciades anteriorment

i a les que també està impulsant el Ministeri d'Indústria.

Al juny, primer examen

L'èxit (o no) de totes aquestes actuacions podrà avaluar-se d'aquí ben poc. I és que, tot i que l'Executiu central no ha establert l'apagada analògica definitiva arreu de l'Estat fins al 3 d'abril de 2010, el proper 30 de juny els municipis inclosos a la Fase I del Plan Nacional de Transició deixaran de rebre el senyal televisiu analògic i només podran sintonitzar la televisió

a través de la TDT. Es veuran afectats per aquesta primera apagada més de 600.000 catalans, veïns dels municipis d'Arenys de Mar, Arenys de Munt, Argenton, Calella, Canovelles, Cardedeu, Canet de Mar, Les Franqueses del Vallès, La Garriga, Granollers, Malgrat de Mar, Mataró, Premià de Mar, Sant Celoni, Tordera i Vilassar de Mar (corresponents a l'anomenat Projecte Mataró) i Campdevàrol, Camprodon, Olot, Ribes de Freser, Ripoll, Sant Joan de les Abadesses, Sant Joan les Fonts i La Vall d'en Bas (englobats en el Projecte Ripoll) ■



Tirar endavant una televisió de proximitat a baix cost ja és possible

L'empresa menorquina Mediahorizont posa a l'abast de les televisions locals aplicacions automatitzades fetes a mida per a cada un dels seus clients

Mediahorizont ha entrat amb força dins del mercat audiovisual amb una interessant proposta de continguts enfocats principalment a les televisions locals, es tracta d'unes aplicacions automatitzades basades en la figura del presentador virtual. Una de les característiques més importants d'aquest producte és l'atenció continuada dels professionals de Mediahorizont amb els seus clients amb la qual s'aconsegueix fer un producte quasi a mida segons les necessitats.

Com bé diu el director tècnic de Mediahorizont, Ricardo Cloquells, "No totes les televisions locals tenen els mateixos recursos i ni les mateixes característiques, de manera que les necessitats entre unes i altres poden variar. Nosaltres el que procurem és escoltar els nostres clients i fer unes aplicacions a mida en funció de les circumstàncies".

El sistema, que anomenen SVPA (Servei Virtual de Programació Automatitzada), sorgeix de la pròpia necessitat d'una televisió local: poc personal, pocs recursos tècnics i econòmics i la necessitat d'oferir els telespectadors un producte de proximitat van ser els ingredients bàsics perquè aquesta nova eina comencés a funcionar oferint tant aplicacions de caire informatiu com comercials.

Mediahorizont compta amb una llarga llista d'aplicacions com: eL METEO, l'informació meteorològica automatitzada i

personalitzada a l'àrea d'influència on es troba la televisió; el VIRTUAL NEWS, un espai de notícies que es pot omplir de manera manual o automàtica, el MOTOR o IMMOBILIÀRIA, el CANAL MUNICIPAL, informació de l'estat de les CARRETERES i sortejos com l'ONCE o la PRIMITIVA. Cloquells comenta: "el ventall de possibilitats és

molt ampli i nosaltres anem creant aplicacions a mida que els nostres clients ens van comentant quines són les seves inquietuds i les seves necessitats. És un producte molt obert i això ens ofereix molts avantatges a l'hora de crear aplicacions noves".

La Televisió del Ripollès va ser la primera TV local que va



Ricardo Cloquells, director tècnic de Mediahorizont: "L'SVPA és una nova eina de treball molt assequible, fàcil de manejar i que, en definitiva, pretén donar un cop de mà als canals locals de TV per poder tirar endavant amb la seva producció de continguts de proximitat".



apostar per aquesta nova eina de treball. Canal Català Maresme, la Manyana TV o Televisió Costa Brava són altres cadenes catalanes que han incorporat aquest sistema a la seva oferta de programació de proximitat. La diversitat d'idiomes en què pot treballar l'SVPA ha fet que sigui possible la seva implantació en altres llocs com: Torressat a Orihuela Costa, que té un canal específic en anglès; Informació TV i Levante TV, que l'han incorporat en castellà, o Dezavisión, que l'ha incorporat en versió gallega ■

Més informació a:
www.mediahorizont.com

medi@horizont

COMUNICÀLIA, més present que mai a l'Audiovisual MAC 09 de Granollers



Més de 2000 persones van assistir a l'edició de 2008 del MAC.

Anna Alemany

El 27 i 28 de maig, Granollers acull, un any més, l'Audiovisual MAC 09, el mercat de referència del sector audiovisual de proximitat. En aquesta desena edició, COMUNICÀLIA hi participa més activament que mai, ja que hi té una major presència institucional i ha augmentat la superfície del seu estand, des d'on donarà a conèixer la nova etapa que impulsa des de principi d'any.

El Mercat Audiovisual de Tecnologia i Continguts, l'Audiovisual MAC, celebra la seva desena edició el 27 i 28 de maig. De nou, Granollers es converteix durant dos dies en la capital del sector audiovisual de proximitat del nostre país. Al voltant de mig centenar d'empreses audiovisuals d'economia petita i mitjana seran presents a la fira tecnològica, que els serveix d'aparador per donar-se a conèixer als seus clients potencials i els brinda una oportunitat de generar negoci. Al mateix temps, els professionals de les ràdios i les televisions locals podran trobar les solucions tecnològiques i els equips adequats a les seves necessitats. Paral·lelament a la fira, se celebra el mercat de continguts, que afavoreix les polítiques d'intercanvi, coproducció i compra i venda de continguts específics per al sector. Així, el mercat es converteix en un punt de trobada i de debat entre els agents del sector, amb l'objectiu d'enfortir-lo i poder encarar els reptes que es plantegen en el futur, tant des del punt de vista legislatiu com tecnològic, amb les màximes garanties.

En aquesta desena edició de l'Audiovisual MAC, COMUNICÀLIA incrementa sensiblement la seva participació. D'una

banda, té una major presència institucional, ja que s'ha integrat a la Comissió de Treball i al Consell Tècnic del Consorci del Mercat Audiovisual de Catalunya (CMAC), dos nous ens creats aquest any amb l'objectiu de col·laborar en el disseny del certamen. D'altra banda, COMUNICÀLIA ha volgut millorar la seva ubicació en l'espai firal, amb un estand més gran (18 m2) i més ben situat respecte als fluxos habituals de circulació dels visitants, ja que és a l'entrada de la nau 2, camí de pas de les sales de conferències. A més, aquesta edició de l'Audiovisual MAC ofereix a COMUNICÀLIA l'oportunitat de donar a conèixer el seu nou projecte d'impuls a les televisions de proximitat catalanes. En aquest sentit, a l'estand s'oferirà informació sobre la graella de continguts, el nou sistema de distribució via IP o les televisions que recentment s'han adherit al CLCC.

Una jornada dedicada a la IPTV

El president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Ramon Font, pronunciarà, dimecres 27, la conferència inaugural del mercat. El mateix dia, a la tarda,

tindrà lloc la Jornada de treball "Innovació en tecnologia i continguts", una part de la qual estarà dedicada a la televisió IP. Representants de la XAL, COMUNICÀLIA, TDI i Aetic parlaran de les possibilitats existents i de la situació actual de la distribució de continguts via IP.

D'altra banda, dijous tindrà lloc la taula rodona de productors "Programes a 1€: Nous formats per a nous temps". Tot seguit, el mercat oferirà una taula de programadors sobre producció i programació en el nou escenari audiovisual. Debats i ponències amb els professionals més destacats del sector aprofundiran durant els dos dies sobre noves formes de producció, tecnologia, encesa digital o nous models econòmics, entre d'altres.

Quatre premis Audiovisual MAC 09

L'Audiovisual MAC acull, un any més, les sessions de pitching, en què productores d'àmbit tant català com estatal i particulars presenten els seus projectes per optar als Premis Audiovisual MAC 09, que tenen l'objectiu de potenciar la producció, la qualitat i la innovació en l'àmbit audiovi-

sual. Aquest any, s'han establert quatre categories per als premis de continguts: el Premi Audiovisual MAC Nou Format XTVL, patrocinat per la XAL; el Premi Audiovisual MAC Innovació, patrocinat per la Fundació Digitalent; el Premi Audiovisual MAC Multiplataforma, patrocinat per Orange i el Premi Audiovisual MAC Cultura, que s'estrena aquest any.

Paral·lelament, la 2a Mostra de Programes de Televisió de Proximitat mostrarà, després de l'èxit de l'anterior convocatòria, els millors programes emesos a les televisions locals durant el 2008. El públic de la mostra serà el responsable de seleccionar l'espai guanyador.

Finalment, els projectes audiovisuals tecnològics poden optar al Premi MAC Tecnologia, patrocinat per Abertis Telecom i destinat a contribuir el finançament d'un projecte tecnològic de desenvolupament de nous productes o serveis dins del sector audiovisual.

Guardó al millor programa de ràdio

Una de les novetats d'aquesta desena edició és el lliurament d'un premi al millor

programa de ràdio local pública. Es tracta del Premi Audiovisual MAC Ràdio, que guardonarà la producció més innovadora emesa durant el 2008. L'originalitat de la proposta, la qualitat tècnica i estètica i la seva adequació als objectius de la comunicació de proximitat seran els criteris que guiaran al jurat a l'hora de decidir quin és el treball guanyador. Amb aquest premi, el Mercat de l'Audiovisual vol contribuir al coneixement de programes de ràdio local de qualitat.

En l'àmbit radiofònic, tindran lloc dues ponències sobre la ràdio digital a Europa i els models de col·laboració i continguts a les emissores municipals, i una taula rodona sobre la realitat de la ràdio local pública, que comptarà amb la intervenció de Dolors Comas, del CAC, Miquel Bonastre, de la XAL, i Manel Ramon, president de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya.

La desena edició de l'Audiovisual MAC 2009 tancarà les seves portes amb la conferència de cloenda a càrrec del president de Mediapro, Jaume Roures, i el lliurament dels Premis Audiovisual MAC 09, de la 2a Mostra de Programes de Televisió de Proximitat i el Premi Audiovisual MAC Ràdio ■



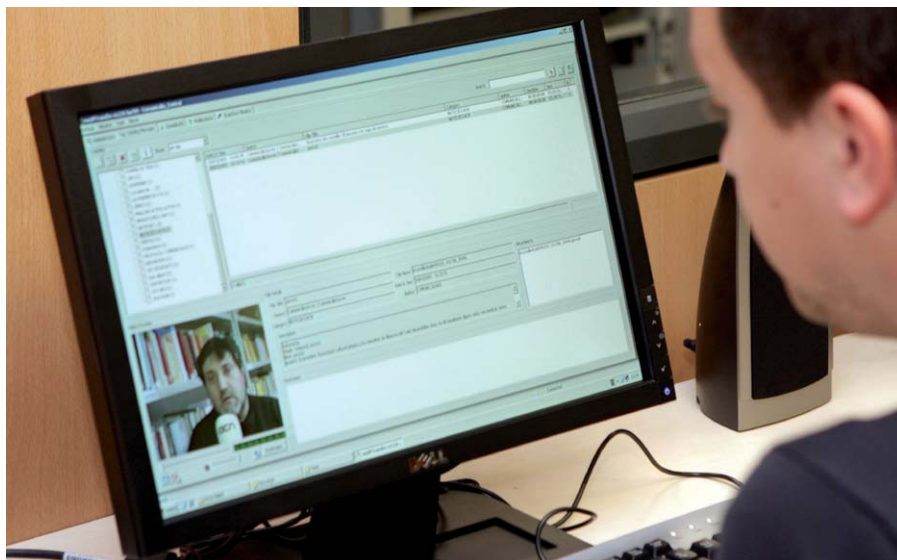
COMEXIT

- **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'IP Transfer entra en funcionament



Des del 6 d'abril la distribució de continguts audiovisuals de COMUNICÀLIA es realitza exclusivament a través d'una xarxa d'IP privada. Després d'un període de proves, iniciat el 23 de març, en què els programes també es distribuïen a través del satèl·lit –com des de fa set anys–, l'empresa ha abandonat definitivament aquest sistema.

Més facilitats

Els programes són allotjats al servidor de COMUNICÀLIA el mateix dia que estableix la graella de distribució i es mantenen accessibles fins a dos dies després, de manera que les televisions de proximitat adherides poden descarregar-se'ls, en el moment que desitgin i a temps real gràcies a la xarxa d'IP privada subministrada per l'empresa Al-Pi Telecomunicacions. A

El nou sistema per distribuir els continguts és més àgil i flexible.

més, el programari utilitzat (VSN IP Transfer) permet a l'usuari baixar-se els continguts amb el format i el còdec que faci servir habitualment en les seves emissions i introduir-los al seu sistema de continuïtat íntegrament, ja que COMUNICÀLIA posa a disposició de les emissores els seus programes tal com s'han d'emetre, sense pantalles d'avís ni compte enrere.

Tot i que, com és habitual quan es realitza un canvi tecnològic d'aquestes característiques, cal superar una primera fase d'adaptació abans de fer valoracions, de moment el nou sistema s'està demostrant força fiable i en general les televisions valoren molt positivament les facilitats que aporta ■

Signatura de l'acord amb l'ACN

Precisament coincidint amb l'inici de la distribució de continguts a través del sistema IP, COMUNICÀLIA i l'Agència Catalana de Notícies (ACN) van formalitzar l'acord de col·laboració mitjançant el qual l'ACN ha assumit la producció dels serveis informatius d'àmbit nacional que es distribueixen diàriament a les televisions de proximitat adherides. El 23 de març, en un acte a la seu de COMUNICÀLIA, el director de l'empresa, Joan Vila i Triadú, i el de l'ACN, Saül Gordillo, explicaven les novetats d'aquest servei, que des que va posar-se en marxa l'octubre de 2002 havia estat realitzat per productores audiovisuals privades. Així, des de l'1 d'abril, l'ACN ofereix a COMUNICÀLIA un mínim diari de 10 peces informatives d'interès general català, editades i locutades per a ús exclusiu de les televisions adherides, amb una actualització permanent. A banda de guanyar en immediatesa, el nou servei de notícies de COMUNICÀLIA també ofereix una visió més àmplia i variada de l'actualitat nacional, gràcies als 70 periodistes de l'Agència que treballen arreu del territori ■

COMUNICÀLIA s'incorpora al Baròmetre de la Comunicació i la Cultura

COMUNICÀLIA s'ha incorporat com a patró a la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC), l'organisme que realitza el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, l'estudi de mesura i anàlisi de les audiències i consums culturals en el mercat de parla catalana. Amb la seva adhesió, COMUNICÀLIA tindrà accés a les dades sobre la penetració dels mitjans de comunicació locals del territori català.

Aquest any, el Baròmetre publica sis onades bimestrals l'any, en lloc de les tres trimestrals que ha anat publicant fins ara.

La incorporació de COMUNICÀLIA al patronat de FUNDACC s'ha produït paral·lelament a les incorporacions de COMRàdio i de la Xarxa Audiovisual Local (XAL). A més d'aquests tres grups de comunicació, el patronat de la fundació està format per la Corporació Catalana

de Mitjans Audiovisuals (CCMA), IB3, Mediapro, Grup Flaix, Sàpiens Publicacions -Grup Cultura 03, Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC), Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG), Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), Televisions Digitals de Proximitat (TDP) i les agències Carat, Media Planning Group, GroupM i Zenithmedia ■

Programes que aposten per una primavera sostenible i literària

COMUNICÀLIA ha encetat el segon trimestre de programació d'aquest 2009 amb canvis en la seva graella, que coincideixen amb la posada en marxa de la distribució dels continguts per IP.

La principal novetat a la graella és la distribució de tres nous programes. D'una banda, *Derivada zero*, una producció de Televisió del Ripollès sobre medi ambient i sostenibilitat. L'espai, de mitja hora de durada, és presentat pel prestigiós enginyer ambiental Enric Aulí, que utilitza un llenguatge molt planer per explicar els temes mediambientals més actuals i, alhora, més propers al ciutadà. Les localitzacions de *Derivada zero* són espais naturals de Catalunya i Andorra. Al mateix temps, l'espai ofereix esquemes demostratius en 3D i demostracions pràctiques realitzades en espais naturals.

Dos microespais sobre literatura

En segon lloc, i amb motiu de la primavera, l'estació que té Sant Jordi, el Dia del Llibre, com a protagonista, COMUNICÀLIA aposta per la literatura i els microespais. *Li-*

terats, de The End Produccions, i *Escriptors TV*, de Vilaweb, són dos nous programes d'uns 3 minuts de durada cadascun centrats en les lletres. *Literats* tracta els grans autors de la literatura catalana de tots els temps. L'espai busca la participació activa dels telespectadors ja que l'objectiu és endevinar un gran literat i una de les seves obres mestres. El segon nou microespai és *Escriptors.tv*, dedicat als autors i a les autores més actuals de la literatura catalana. En cadascun d'ells, un escriptor o una escriptora llegeix un fragment de la seva última obra, sigui novel·la, poesia o assaig. Antoni Pladevall, Lolita Bosch, Baltasar Porcel o Teresa Pàmies són alguns dels escriptors que llegeixen les seves obres.

Literats i *Escriptors.tv* acompanyaran aquest trimestre *El book insígnia*, el programa literari que COMUNICÀLIA distribueix des de l'any 2004. *El book insígnia*, presentat per Gaspar Hernández i Jordi Llavinà, acosta la literatura catalana i universal al gran públic.

D'altra banda, cal destacar que *Alquímia*, el programa que es va estrenar l'estiu de l'any passat sobre el benestar de les persones, i produït per Càtar Films, deixa



A *Derivada zero* el prestigiós enginyer ambiental Enric Aulí realitza demostracions pràctiques en espais naturals.

de ser un microespai per convertir-se en un espai de mitja hora de durada.

En total, des del 13 d'abril fins al 12 de juliol, data que finalitzarà el segon trimestre de programació d'aquest 2009, COMUNICÀLIA posa a la disposició de les televisions de proximitat que té adherides un total de 22 programes ■

COMUNICÀLIA produeix una sèrie d'entrevistes per al Diari de l'alcalde de l'ACM

COMUNICÀLIA ha produït una sèrie d'entrevistes televisives a personatges destacats del món polític local per al Diari de l'alcalde (www.diari.alcalde.cat), publicació en línia de l'Associació Catalana de Municipis (ACM), que ofereix informació d'actualitat i continguts que afecten l'àmbit municipal del país. La sèrie, que porta per títol Alcalde.tv, ha entrevistat el president de la Diputació de Barcelona, Antoni Fogué; el de la Diputació de Lleida i alcalde de Montgai, Jaume Gilabert; el president de la Diputació de Girona i alcalde de Vilablareix, En-

ric Vilert; el president de la Diputació de Tarragona i alcalde de Vila-seca, Josep Poblet; l'alcalde de Martorell i president de l'ACM, Salvador Esteve; l'alcalde

d'Ampostà, Manel Ferré; l'alcalde de Vic, Josep M. Vila d'Abadal; l'alcalde de Sant Cugat, Lluís Recorder; l'alcalde de Ripoll, Teresa Jordà; l'alcalde de Ripollès, Juan M. Parralero; i el conseller de Governació i Administracions Públiques de la Generalitat, Jordi Ausàs.

Les entrevistes, que s'han realitzat amb motiu del 30è aniversari de la restauració dels ajuntaments democràtics, es presenten en format de reportatge de cinc minuts de durada i volen aprofundir en el vessant més humà dels polítics locals del país ■



300 estudiants participen a la VII Mostra de Comunicació de Batxillerat Blanquerna

El jurat de la VII Mostra de Comunicació de Batxillerat Blanquerna, que organitza la Facultat de Comunicació Blanquerna (FCCB) de la Universitat Ramon Llull en col·laboració amb el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), Televisió de Catalunya, RAC1, l'Ajuntament de Barcelona, el Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya, Caixaforum i l'Observatori Europeu de Televisió Infantil (OETI), ha seleccionat els treballs elaborats pels alumnes de l'IES Gaudí de Reus (en la categoria d'informatiu per a televisió), de l'Escola Pia Sant Antoni de Barcelona (en la categoria d'espot publicitari), de l'Escola Joviat de Manresa (en la categoria de vídeo de ficció), de l'IES Baix Empordà de Palafrugell (en la categoria de reportatge), de l'IES Euclides de Pineda (en la categoria de weblog), i de l'IES Lluís de Peguera de Manresa (en la categoria "minut jove") com els millors dels treballs presentats pels 25 centres que han participat en aquest certamen.



balls finalistes per les cadenes de televisió i de ràdio de proximitat del CLCC, per RAC1 i pel K3 de TVC ■

Des que es va posar en marxa aquesta iniciativa, més de 4.000 estudiants d'arreu de Catalunya, de les Illes Balears i d'Andorra han rebut formació.

Suport de ràdios i televisions locals

Els participants en aquesta setena mostra, que té com a principal objectiu formar, recollir i donar a conèixer els documents de gènere informatiu per a ràdio, televisió o Internet, espots publicitaris i vídeos de ficció produïts pels estudiants, han rebut en els darrers mesos el suport tècnic i l'assessorament dels mitjans locals adherits al CLCC.

El premi per als guanyadors és l'emissió d'un programa especial amb els tre-

Per una mirada crítica: Educació en comunicació

Un dels objectius de la Mostra de Comunicació de Batxillerat Blanquerna, des del seu naixement, és potenciar l'educació en comunicació entre els joves. Precisament amb aquesta mateixa finalitat l'associació AulaMèdia ha impulsat una nova campanya que sota el títol "Per una mirada crítica: Educació en Comuni-

cació", es desenvoluparà al llarg de tot el 2009.

La campanya reivindica la necessitat d'una assignatura en educació mediàtica en tots els nivells educatius, que es realitzi en horari lectiu i que doti els alumnes de les capacitats necessàries per desenvolupar-se en l'actual context social ■

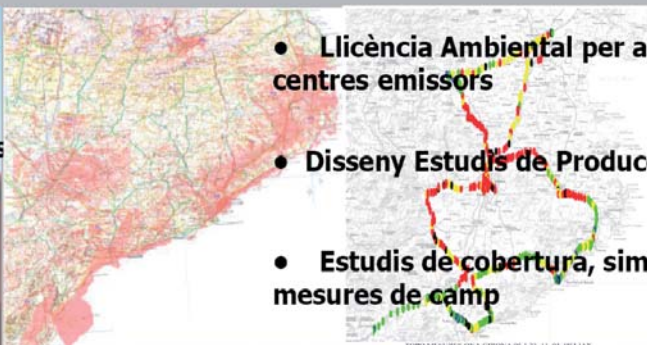
Sinergia Telecom Consultoria i Projectes

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



COMUNICÀLIA i TDI uneixen esforços

COMUNICÀLIA i el grup Televisions Digitals Independents (TDI) han formalitzat, amb la signatura d'un conveni, l'acord de col·laboració mitjançant el qual ambdues entitats pretenen reforçar el seu suport als mitjans audiovisuals de proximitat del país. El conveni es basa, principalment, en la coproducció d'una sèrie d'espais per al conjunt de televisions locals adherides. Els programes *Forma de vida* i *Europa't* (realitzats per ETV-Llobregat TV i Mola TV respectivament, i que ja emetien prèviament les emissores de TDI) i *GPS. Guia de propostes per sortir* (realitzat pel conjunt de cadenes del grup coordinades per TV del Ripollès i creat arran d'aquest acord) estan a disposició de totes les televisions de COMUNICÀLIA des del mes de gener. "Amb aquest conveni permetem que el conjunt de televisions que tenim associades puguin beneficiar-se de l'esforç conjunt que ja fa TDI, i alhora contribuïm a la viabilitat dels projectes que aquest grup posa en marxa", explica el director general de COMUNICÀLIA, Joan Vila. El vicepresident de TDI, Frederic Cano, ha valorat també la rellevància de l'acord, "ja que és el primer que s'assoleix al país i



que d'una manera formal reconeix, després de molts anys, la capacitat de producció de la televisió local".

D'esquerra a dreta, el vicepresident de TDI, Frederic Cano, i el director general de COMUNICÀLIA, Joan Vila i Triadú, signant el conveni.

Noves televisions adherides

A més, el conveni implica l'adhesió a COMUNICÀLIA d'aquelles emissores associades a TDI que encara no en formen part. És el cas de Mola TV, Canal Taronja Osona, Canal Taronja Anoia, 4 TV

Mediterrani, Empordà TV, Canal 35 Segrià TV i Nord TV de Morella. D'altra banda, Televisió de Cambrils, que va començar a emetre a finals del 2006, també s'ha adherit recentment a COMUNICÀLIA ■

Rita Marzoa es posa al capdavant de l'Actualitat viva

La periodista Rita Marzoa ha assumit la direcció i conducció d'*Actualitat viva*, el programa d'entrevistes, tertúlies i debats de COMUNICÀLIA, que es pot veure arreu del país a través d'una quinzena de televisions de proximitat. Marzoa, que actualment presenta a Catalunya Ràdio l'espai *Solidaris*, substitueix Rafael de Ribot, responsable del programa des del 2004.

Segons la periodista, l'espai continuarà prenent el pols a l'actualitat catalana, amb entrevistes a destacats dirigents polítics i debats temàtics amb experts de prestigi, tot i que preveu incorporar nous periodistes col·laboradors i incrementar-ne la participació femenina.

Llarga trajectòria professional

Marzoa ha desenvolupat la major part de la seva vida professional al grup d'emissores de Catalunya Ràdio, on ha treballat com a redactora d'informatius a Tarrago-



na i a Barcelona, i ha estat sotsdirectora del programa *Catalunya vespre*, coordinadora de Catalunya Informació, editora dels informatius del cap de setmana, presentadora de *El matí de Catalunya Ràdio* durant l'estiu, directora del *Catalunya matí*, i responsable de l'espai *Si més no*, guardonat amb una menció d'honor del Premi Ràdio Associació de Catalunya 2006. Del 2000 al 2004 va deixar la ràdio pública per conduir el magazín setmanal *Res a veure*, a Ona Catalana. És membre del Grup de Periodistes Ramon Barnils, entitat de la qual en va ser la primera presidenta (2001-2003) ■

Marzoa presenta actualment el programa Solidaris, dissabte al migdia, a Catalunya Ràdio.

«Oferim continguts nacionals perquè les teles completin la seva oferta d'informació de proximitat»

Saül Gordillo, director de l'Agència Catalana de Notícies

Sònia Maza

Saül Gordillo (Calella, 1972) és director de l'Agència Catalana de Notícies (ACN) des del març de 2007. Autor del llibre *Nació.cat*, abans havia treballat a El Punt, Vilaweb, la revista *Repòrter* (de la que va ser fundador), i altres mitjans locals del Maresme. El juliol de 2004 esdevé un pioner al crear el primer bloc periodístic dedicat a la política catalana (*Bloc sense fulls*), on escriu diàriament des de llavors. La mateixa passió l'aboca en la seva feina a l'ACN, que -assegura- ha guanyat en 10 anys "una credibilitat i un prestigi indubtables". Però no s'atura aquí i afirma: "L'ACN va arribar per quedar-se i qualsevol evolució ha de ser creixement". Per aconseguir-ho es fixa nous reptes. El darrer: la producció dels serveis informatius de COMUNICÀLIA.

Fa 10 anys el Consorci Local i Comarcal de Comunicació impulsava el naixement de l'Agència Catalana de Notícies (ACN). Si hagués de valorar aquesta dècada d'existència en una sola paraula, quina seria?

Èxit, sense dubte ha estat una dècada d'èxit. Perquè el que va començar com una aventura de futur incert, s'ha demostrat com un projecte pioner, visionari i necessari. Pioner, perquè no existia una agència nacional; visionari, perquè quan es va crear va ser a través de la xarxa; i necessari, perquè ara que ens trobem en un context de crisi econòmica s'està demostrant més que mai la seva importància per al país i per a l'espai català de comunicació.

L'aposta per Internet va ser arriscada. Fa 10 anys cap agència de notícies a l'Estat i molt poques a Europa funcionaven només a través de

la xarxa. El temps els ha donat la raó?

Efectivament. Fa 10 anys quan els periodistes de l'Agència anaven amb un portàtil, una càmera de fotos i un minidisc a les rodes de premsa, els periodistes que els acompanyaven se'n reien. Deu anys després, els mitjans es fixen en nosaltres com un model a seguir. Som l'única empresa periodística a Catalunya on tots els seus professionals són multiplataforma. Així, doncs, d'alguna manera hem passat de la ridiculització a l'enveja.

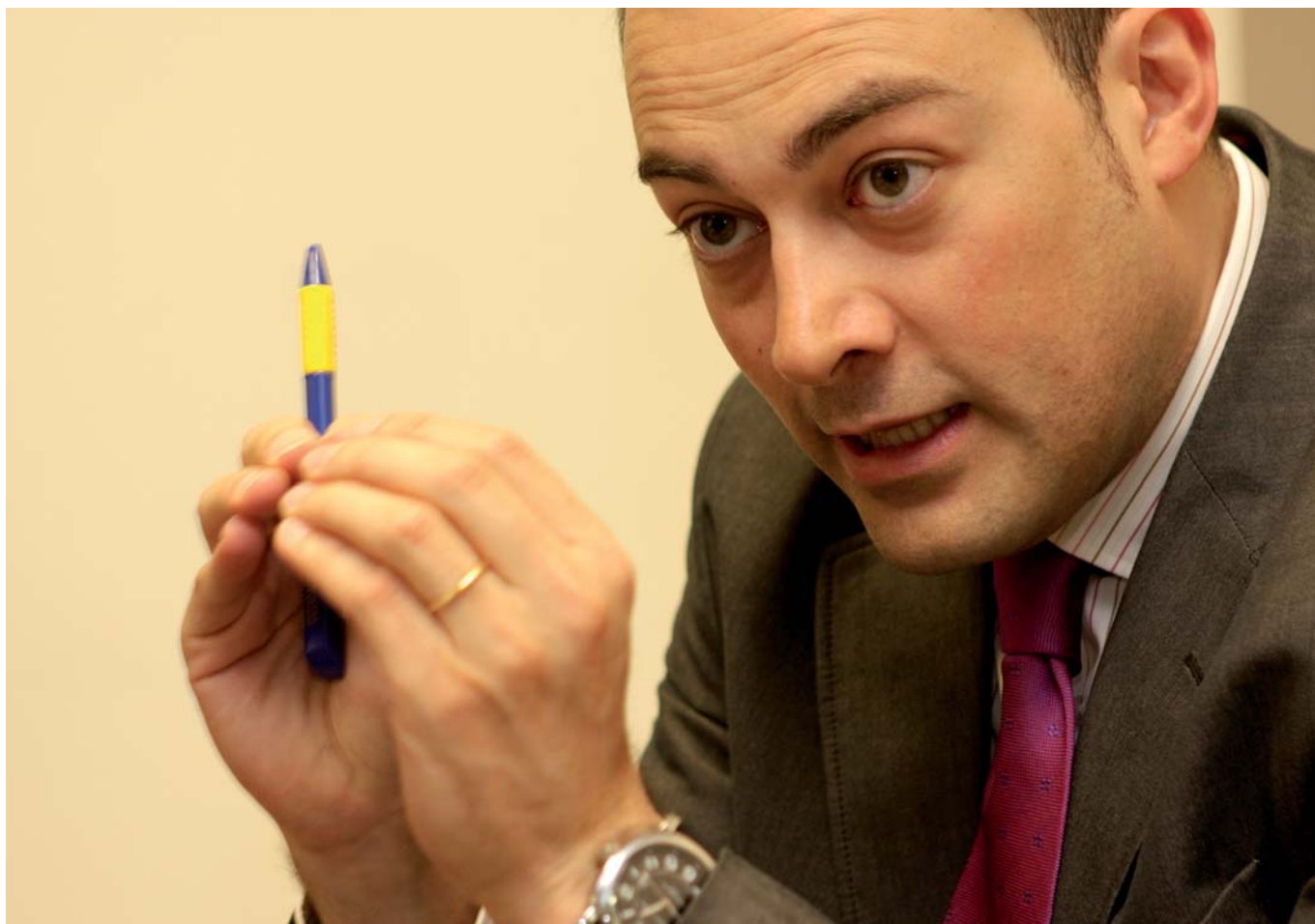
Hi ha, però, qui encara qüestiona aquest model de periodista multimèdia perquè creu que va en detriment de la qualitat de la informació...

En una època en què qualsevol ciutadà pot generar continguts i difondre'ls a través d'Internet, no té cap sentit que els professionals de la informació fem de la tecnologia un entrebanc i una barrera. La nostra premissa és la següent: tots els pe-

riodistes de l'ACN han de saber fer continguts en tots els formats, però això no vol dir que un mateix periodista hagi de fer tots els formats d'una mateixa notícia.

Pel que fa als continguts, si alguna cosa ha caracteritzat l'Agència des del seu naixement ha estat l'aposta per la descentralització de la informació. Fer de l'ACN una veritable agència nacional capaç també d'explicar els grans temes de país és un dels reptes que es va plantejar quan va assumir-ne la direcció. L'ha assolit?

Crec que com a mínim estem fent una cosa molt interessant i és que sense perdre territorialitat estem potenciant el vesant nacional i la mirada als interessos catalans fora de Catalunya. És a dir, tenim més periodistes a Barcelona que cobreixen temes d'interès nacional i disposem



de dues delegacions a Brussel·les i a Madrid que no fan la informació europea ni espanyola que ja fan els altres mitjans, sinó que posen molt l'accent en els temes catalans o en la mirada catalana als temes globals.

Precisament aquesta filosofia es correspon amb la finalitat del servei de notícies de COMUNICÀLIA, del qual l'ACN s'ha fet càrrec recentment.

Exacte. A més, aquest acord representa un retrobament que té molta coherència perquè tant COMUNICÀLIA com l'Agència tenen la mateixa institució mare, el Consorci Local i Comarcal de Comunicació. A banda d'això, suposa un rept, ja que ens obliga a reforçar un servei -el de vídeo- que ja teníem en funcionament des de fa 3 anys, però que es limitava a realitzar vídeos en brut. Ara fem un pas més i els oferim locutats i editats per a totes les televisions de COMUNICÀLIA.

I això a nivell organitzatiu quins canvis suposa?

«El que va començar com una aventura de futur incert, s'ha demostrat com un projecte pioner, visionari i necessari»

Hem creat un equip propi que hem anomenat ACNtv, format per set professionals dedicats exclusivament a vetllar perquè tots els continguts audiovisuals que fan el conjunt de redactors de l'Agència (ells inclosos) donin com a resultat un reflex fidel de l'actualitat catalana.

Disposar d'una àmplia xarxa de professionals arreu del territori és una garantia?

I tant! Actualment tenim 70 redactors arreu del país i això permet que aquest producte que fem per a COMUNICÀLIA tingui una territorialitat molt clara. Ara bé, el que nosaltres oferim és un complement per a totes les televisions que vulguin afegir continguts nacionals a la seva oferta singular d'informació de proximitat.

Pel que fa a les temàtiques que s'aborden. Quines qüestions són prioritàries?

Tenim el propòsit d'evitar un excés de política, però bàsicament la premissa és fer informació que interessi la gent.

Quant al tractament, insisteix en què la mirada i l'enfocament són plenament catalans. Què vol dir exactament amb això?

Simplement mirar-se les notícies tenint en compte allò que els ciutadans d'aquest país viuen més directament, no determinats per una agenda que té un marc referencial que no és el nacional, sinó que és l'estatal. En definitiva, vol dir tenir una agenda desacomplexadament pròpia, i no estar tan pendents de si el Zapatero i el Rajoy s'han fet un retret, com de quins acords que ha aprovat el Consell de Ministres afecten directament a Catalunya.

La tecnologia emprada per servir les notícies també ha canviat. Una xarxa d'IP privada

Tenim una agenda desacomplexadament pròpia, el nostre marc referencial no és l'estatal

substitueix el satèl·lit. Quins avantatges aporta aquest sistema a les televisions?

El que permet és una actualització continuada de la informació. Les televisions ja no han d'esperar a la 1 del migdia i a les 7 de la tarda per rebre uns vídeos concrets, sinó que durant el dia poden anar rebent les notícies a mesura que es van produint. Hem fixat uns mínims amb aquestes dues hores com a referència, però si d'una notícia hi ha canvis i evoluciona al llarg del dia, encara que hagin passat les 7 de la tarda, com és lògic, l'ACN n'oferirà una nova versió actualitzada.

Tot i tenir una vigència de 2 anys, durant la signatura de l'acord va afirmar estar convençut del seu futur.

No en dubto. No volem que aquesta sigui només una relació entre un proveïdor de continguts i un client. Ens agradaria aprofitar la força i la capillaritat de COMUNICÀLIA i de les seves televisions al territori perquè el camí no sigui només de l'ACN caps als abonats, sinó que també hi hagi bidireccionalitat. Com diria aquell, a mi m'agradaria que aquest acord que hem signat amb COMUNICÀLIA sigui l'inici d'una gran amistat ■



El test de... Saül Gordillo

Quanta estona dedica al dia a mirar la TV?

La tinc constantment posada al despatx, però a mirar-la realment uns 30 minuts.

I a escoltar la ràdio?

Unes dues hores al dia, quan em desplaço en cotxe.

I a navegar per Internet?

No entendria la meua vida sense navegar per Internet, és a dir, estic permanentment navegant ja sigui a la feina, per raons òbvies, com quan arribo a casa, on em connecto per escriure al meu bloc.

Quants correus electrònics rep al dia?

Entre 100 i 150

Un programa de ràdio / TV preferit?

De la televisió, m'agrada *Polònia*, l'*APM*, sèries com *CSI* o *House*, i espais com l'*Àgora* i *59 segons*. Pel que fa a la ràdio, escolto *Els matins* de Catalunya Ràdio, els butlletins de Catalunya Informació i *La nit* a RAC1.

Un web?

És difícil triar... Però per exemple Facebook, que em permet relacionar-me amb molta gent.

Té reproductor d'mp3/4? Si és així quin tipus de música hi porta?

Sí, tinc un Ipod i ara mateix estic enganxat a Manel, Antònia Font, Joan Miquel Oliver i U2.

Últim llibre que s'ha llegit?

Uh, Gabiru, d'en Julià Guillamon, i ara mateix tinc a la tauleta de nit *Periodisme? Permetin!* de Quim Torra, que repassa la vida i els articles d'Eugeni Xammar.

Un viatge per recomanar?

Qualsevol viatge és recomanable... Però per exemple, a l'Índia, que és l'últim que he fet.

Alguna afició especial?

Els blocs.

Un indret per perdre's?

El delta de l'Ebre.

AUDIOVISUAL MAC 09

MERCAT AUDIOVISUAL DE CATALUNYA

MERCAT EUROPEU DE TECNOLOGIA I CONTINGUTS

Fira Tecnològica/
Mercat de Continguts/
Ponències/
Pitching/
Premis Audiovisual MAC/
2a Mostra Programes TV Proximitat/

27/28 MAIG 2009
GRANOLLERS
(BARCELONA)
CATALUNYA

Organitza

AUDIOVISUAL
MAC
www.audiovisualmac.com
tel: 93 860 49 97

Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
i Mitjans de Comunicació

Diputació
Barcelona
xarxa de municipis

Ajuntament de Granollers

Patrocina

abertix telecom



asimelec



Ubicació



rocaumbert f.a.

Co-Habora

Generalitat de Catalunya
Corporació Catalana
de Mitjans Audiovisius

fenestra digital>ent

ent leg. oficial
consorci català
enginyers de telecomunicació

LA SALLE
Innovació i Recerca

Estabanell
Energia

Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

activa multimèdia
digital

observatori
de la
radio
de Catalunya

CTPL
COORDINADORA DE TELEVISIÓ
PÚBLICA LOCAL

SONOSTUDI
AUDIOVISUALS

X|A|L|
XARXA AUDIOVISUAL LOCAL

Consorci de
Comunicació Local

Federació de
Ràdios Locals
de Catalunya

TDT
Televisió Digital Independent

TAC

impulsa tdt

PAC

coettc
col·legi oficial
d'enginyers tècnics
de telecomunicació
de Catalunya

a.c.
ASSOCIACIÓ
CATALANA
DE INTERACTIUS

i2cat
FUNDACIÓ

CPAC
Col·legi professional de Traductors de Catalunya

eurona
telecom

El Baròmetre
de la comunicació
i la cultura

Comunicàlia

LOCALRET

IMC

Televisió de Girona promou la lectura entre els adolescents

Trenta-sis estudiants de quart d'ESO de diversos centres educatius de Girona participen en el programa televisiu de Televisió de Girona, *La ciutat dels llibres. Versió 2.0 adolescents*. L'espai, mensual i de 25 minuts de durada, té l'objectiu de promoure l'hàbit de la lectura entre els joves, conèixer els seus gustos literaris i estimular la literatura en llengua catalana.

El programa inclou dues seccions. A la primera, sis estudiants presenten els llibres que han llegit, en fan una valoració i en recomanen la seva lectura. Tot se-

guit, en una segona part, s'estableix un debat col·loqui, conduït pel periodista Xavier Carmaniú entorn a les lectures recomanades.

La ciutat dels llibres. Versió 2.0 adolescents és possible gràcies a la coordinació del Servei Educatiu del Gironès del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya, Televisió de Girona i el Servei de Biblioteques Municipals. La iniciativa s'emmarca en el Pla d'entorn educació i convivència dels barris de Sant Narcís i Santa Eugènia ■



La ciutat dels llibres. Versió 2.0 adolescents té l'objectiu de promoure l'hàbit de la lectura entre els joves, conèixer els seus gustos literaris i estimular la literatura en llengua catalana.

Canal Català estrena *Tu denúncies*

L'última novetat a la graella de Canal Català Televisió és l'espai *Tu denúncies*, un programa on els ciutadans i les ciutadanes tenen l'oportunitat de denunciar problemes que estiguin vivint o expressar les seves queixes. *Tu denúncies* està dirigit i presentat pel periodista Miquel Valls i té l'objectiu de ser un espai de servei públic i l'altaveu de tothom que sigui testimoni d'alguna injustícia o que la pateixi.

El programa compta amb entrevistes als ciutadans, denunciants i denunciats, i



Miquel Valls s'ha acomiadat dels informatius de Canal Català per posar-se al capdavant d'aquest nou projecte.

especialistes que els ajuden a buscar solucions. A més, ofereix als espectadors la possibilitat d'enviar les seves pròpies imatges gravades o fotografies dels casos que vulguin denunciar. En la seva realització, hi participa tot un equip de reporters que, a través de les televisions del grup, arriben a qualsevol punt de Catalunya.

Miquel Valls s'ha acomiadat dels informatius de Canal Català per posar-se al capdavant d'aquest nou projecte. *Tu denúncies* s'emmet de dilluns a diumenge a les 19.30h ■

Andorra TV busca andorrans que viuen a l'estranger

Fent l'andorrà és el nou programa que ha estrenat Andorra Televisió. Amb un format molt dinàmic, l'espai busca andorrans que resideixin a diversos països del món perquè expliquin la seva experiència, el motiu de la marxa, el que més els agrada del seu país d'acollida i què és el que més troben a faltar d'Andorra. Es tracta d'un programa de viatges ja que proposa la descoberta d'un nou país, però sempre des del prisma de comparativa amb Andorra.

Ginebra, Madrid, Tolosa de Llenguadoc o Londres són alguns indrets que re-



corre *Fent l'andorrà*. Es mostra la seva cultura, la seva societat, les seves tradicions i la seva economia, amb el guiatge de l'andorrà que hi resideix. Alguns dels andorrans que viuen fora del Principat, i que el programa permetrà conèixer més a fons, són científics que fan recerca, emprenedors, experts financers en mercats internacionals o experts de l'esquí que desenvolupen altres tasques ■

Ginebra, Madrid, Tolosa de Llenguadoc o Londres són alguns indrets que recorre *Fent l'andorrà*.



WAOI
ENTERTAINMENT

<http://waio.tv/tv/index.php>
Tel. 93 208 06 66 c/e: eric@wai-e.com



GEN.LOCK VIDEO

serveis globals de vídeo i televisió

C. Manlleu 38, 1r 08500 - Vic (Barcelona) Tel / Fax 93 886 60 30
gen.lock@genlockvideo.com www.genlockvideo.com



Vatua L'olla Produccions
info@vloproduccions.com



10 anys
passant la navalla
per la lluna

Cinema
Televisió
Internet
Festivals
Publicitat
Subtítols

93 888 76 39
moviolapro@mac.com



BIPAS TV PRODUCCIONS S.L.



elFLAIX

REALITZACIONS VIDEOGRÀFIQUES

c/ Dr. Torras i Bages, 26, 1er / Molins de Rei / 08750
Barcelona / 93 668.13.15 / bipastv@molins.tv / www.bipas.tv



COMUNICACIÓ I CREATIVITAT

Luxmedia

www.luxmedia.cat



VULCANIA
PRODUCTORA AUDIOVISUAL

Pou del Glaç, 6 B
Tel. 972 27 55 55
17800 Olot (Girona)

Roger de Llúria, 115, pral 1a
Tel. 93 272 61 96
08037 Barcelona



Factoria TV
PRODUCCIÓ PROGRAMES

Videos Corporatius
Spots publicitaris
Rosendo Bertomeu Tel. 699 935093. Lleida.

Es constitueix oficialment Emun FM Ràdio

Els cinc municipis lleidatans, Albesa, Alguaire, Almenar, Corbins i Rosselló de Segrià, han signat la declaració d'intencions prèvia a la constitució del consorci Emissores Municipals Terres de Ponent que ha de gestionar l'emissora Emun FM Ràdio. El fet que cinc emissores municipals emetin conjuntament i s'hagin unit sota un mateix nom i personalitat jurídica, amb una única programació i amb la titularitat formada pels cinc ajuntaments, és una iniciativa pionera en l'àmbit de la radiodifusió.

L'emissora Emun FM Ràdio ofereix una programació pròpia, centrada en els informatius, magazines i radiofòrmula, als cinc municipis lleidatans. Un 25% de la programació musical és en llengua catalana i inclou formacions locals dels municipis d'Emun i poblacions veïnes. Els estudis de l'emissora s'ubiquen actualment a Rosselló de Segrià. D'aquí a dos anys se situaran a un altre municipi ja que són itinerants. L'objectiu de l'emissora és promocionar les activitats que es realitzen a les cinc localitats ■



L'acte de constitució d'Emun FM Ràdio va tenir lloc a l'Ajuntament de Rosselló.

Ràdio l'Om entra a la presó de Picassent

Amb l'objectiu de donar a conèixer la realitat social a la qual s'enfronten les dones internes del Centre Penitenciari de Picassent, l'emissora municipal, Ràdio l'Om, ha enregistrat un programa especial amb motiu del Dia de la Dona. Amb el nom de *Pica-dos*, l'espai ha donat veu a les recluses, que han fet de periodistes, entrevistades i han posat la música en directe. D'aquesta manera, els oients han pogut escoltar testimonis durs i aclaridors d'una sèrie de dones que han reflexionat amb veu alta sobre les seves vides, la



Amb el nom de *Pica-dos*, l'espai ha donat veu a les recluses, que han fet de periodistes, entrevistades i han posat la música en directe.

situació al centre o com encaren el futur.

Al mateix temps, les protagonistes han tingut l'oportunitat d'entrevistar el director del centre penitenciari, Ramon Cànovas, que ha explicat com és la gestió de la presó, que té més de 2.000 internes. Per altra banda, el programa també ha debatut la situació del centre i el tracte que reben les recluses.

El programa de ràdio, una iniciativa del Centre de Formacions d'Adults de la Presó de Picassent, s'ha pogut escoltar per les emissores integrades a la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes ■

Educació ambiental a La Plana Ràdio

La Plana Ràdio, l'emissora municipal de Santa Bàrbara (Montsià), ha inclòs a la seva graella de programació un nou espai sobre educació mediambiental. Es tracta d'un espai que vol insistir en la importància de fer un ús correcte del nou sistema de recollida selectiva de deixalles que s'ha implementat al municipi.

Dues educadores ambientals, que han anat explicant casa per casa com s'ha de realitzar el reciclatge, condueixen l'espai informatiu a La Plana Ràdio. El programa



La Teresa Guarsh i la Carmen Segura són les dues educadores ambientals que condueixen el programa.

s'estructura en forma de concurs, amb preguntes als oients sobre com i de quina manera s'ha de fer el reciclatge, i a quin contenidor s'ha de llençar cada matèria. El programa s'emet els matins dels dilluns, dimecres i divendres i cada setmana els participants entren en un sorteig d'un paquet de bosses contenidores. A banda del programa de ràdio, les educadores ambientals visiten periòdicament les illes de contenidors per avaluar si el reciclatge es fa correctament ■

“Eines per a la ràdio local” reuneix una trentena d'assistents

La Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull de Barcelona va acollir la primera de les jornades “Eines per a la ràdio local pública”, que organitza la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC). Una trentena de representants d'emissores locals catalanes van participar al debat sobre com programar una emissora local. “Va ser un èxit de participació”, explica el president de la Federació, Manel Ramon, que afegeix: “Vàrem constatar que aquest model de debat és molt positiu perquè les emissores exposen al mateix temps els seus problemes i les solucions que van adoptant amb l'objectiu de millorar la ràdio de proximitat”.

Una aposta cap a les noves tecnologies

Després de l'intercanvi d'experiències entre els diversos representants de la ràdio local catalana, la jornada va evidenciar la necessitat de les emissores locals públiques d'utilitzar el web 2.0 perquè siguin més properes a l'audiència. A més, van concloure que utilitzar les xarxes socials (com el *facebook* o el *twitter*), el *podcast* o l'*streaming* permet que les ràdios arribin amb major facilitat als joves.

En segon lloc, la jornada també va servir per insistir en la funció de servei públic de les emissores municipals. Les persones assistents van acordar que la ràdio ha d'intentar que la societat civil sigui activa en la vida del municipi, “d'aquesta manera -diu Ramon- la ràdio fa realment la seva funció de servei públic”.

Per altra banda, la jornada va manifes-



La Facultat de Comunicació Blanquerna va acollir la jornada de debat.

tar, una vegada més, la necessitat de professionalitzar les emissores locals. “El que cal professionalitzar sobretot són els informatius, ja que són la pedra angular de les emissores i s'han de tractar amb respecte”, manifesta Ramon. Finalment, es va

insistir en la necessitat de fer més visible la ràdio local: “S'ha d'autopromocionar i donar-se a conèixer mitjançant la publicitat de qualitat”, diu Ramon. La segona jornada de la Federació per millorar la ràdio de proximitat tindrà lloc al mes de juny ■

L'FRLC i Picap inicien una etapa de col·laboració

El president de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya, Manel Ramon, i el director de la discogràfica Picap, Joan Carles Doval, han signat un conveni amb l'objectiu d'iniciar una etapa de col·laboració entre les dues entitats. Amb aquest conveni, la Federació es compromet a produir programes de contingut musical que després seran distribuïts entre totes les seves emissores adherides.

La primera col·laboració és la producció d'una sèrie de 12 programes

de música en català. L'espai ofereix èxits de tots els temps i també els temes més recents editats per la discogràfica. Els programes, d'aproximadament uns 30 minuts de durada, s'enregistren a Ràdio Castellar i es difonen a totes les emissores federades a través del web de la Federació (www.radiolocal.cat).

L'empresa Picap promociona, produeix i edita música de tots els estils musicals, principalment d'artistes catalans i en llengua catalana ■

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



Els llibres seran electrònics

Joan Bril-li

Els experts diuen que el 2018 els e-Books (e-llibres o llibres electrònics) superaran als de paper. Podran els amants del llibre canviar el paper pels píxels? Com sempre, les noves tecnologies són imprevisibles, però és cert que el llibre digital ha començat a atraure lectors. Serem capaços de llegir un llibre en suport digital amb la mateixa intensitat que en format paper? Una investigació del Centre Nacional per a l'Educació i la Investigació de la Lectura de Noruega manté que el format digital i les pantalles de l'ordinador influeixen en la forma de llegir una obra, fins al punt d'impedir la immersió que s'aconsegueix amb un llibre. Existeixen diferents estudis que demostren que no es llegeix de la mateixa manera en format digital que en format paper. Un d'ells manifesta que la separació del text del seu suport físic comporta una lectura superficial. Un altre arriba a la conclusió que els lectors comprenen més la informació i en menys temps amb el paper que davant d'un suport electrònic. Sigui com sigui, el canvi d'escenari pot ser brutal.

Avantatges i inconvenients

L'octubre passat, *El Periódico* publicava un comparativa dels dos suports. Tot té els seus avantatges i els seus inconvenients, però val la pena extreure'n algunes conclusions. Pel que fa al llibre electrònic, s'hi pot accedir des de qualsevol lloc via mòbil en el cas de Kindle -aparell prim i blanc de la mida d'un llibre que comercialitza Amazon- ; té una gran capacitat

d'emmagatzematge; es poden transportar fàcilment fins a 200 llibres amb un pes mínim; permet alliberar les prestatgeries de casa; es pot triar a gust de l'usuari la mida de la tipografia (tinta electrònica) i no es pot deixar a una altra persona. Quant al llibre imprès, es pot portar a la platja i si es deteriora no és una pèrdua greu; fora de les llibreries no sol ser un objectiu per als pispes; permet usar tintes de colors en la tipografia; s'hi poden afegir notes i també subratllar-lo; i comprar 12 o 15 llibres de paper a l'any segueix essent més barat que no pas comprar un dispositiu. Fetes les comparacions i per començar a fer boca, al mercat ja ha començat la guerra de suports. Per 300 dòlars Sony comercialitza l'e-Book PRS-505 amb una capacitat de 6.800 pàgines; el Kindle 2 d'Amazon permet llegir i incorpora so; l'iRex Iliad és el lector digital més gran, és tàctil i permet llegir documents format A4; i el Papyre -la versió espanyola de l'e-Book- es pot adquirir amb una targeta de memòria d'1 Gb i porta emmagatzemats 400 llibres.

D'exemples com aquests n'hi ha molts més, però serà capaç la tecnologia de canviar la manera de llegir? Els editors coincideixen que el llibre tradicional i

l'electrònic coexistiran durant molt temps. Però realment estem preparats per al canvi? Arribarà el dia en què deixarem de comprar llibres impresos per Sant Jordi? Us imagineu el llibre més venut de la Diada en format digital? ■



antenlocal
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, 2n 2a

08007 Barcelona

Tel. 93 488 10 08

Fax 93 487 40 04

subscripcions@antenlocal.cat

www.antenlocal.cat

Activa Multimèdia presenta al MAC solucions per a una TV local de qualitat i a baix cost

Activa Multimèdia presenta al MAC dues noves solucions per fer possible una TDT de proximitat de qualitat a baix cost. La primera, Canal Local, és un sistema per gestionar i emetre continguts de qualitat amb una inversió mínima i de forma automàtica. A més, per als canals que vulguin fer producció pròpia, Compact TV ofereix una àmplia gamma de possibilitats de producció i arxiu digital.

Canal Local, basat en la plataforma Automatic TV, ofereix un model de TDT automàtica que es basa en tres eixos

de continguts: "Informació", que combina imatges, fotografies i text; "Finestres", que ofereix imatges des de càmeres fixes ubicades en llocs emblemàtics; i "Participació", que permet als espectadors aportar missatges i imatges. El sistema també permet l'ús de continguts de COMUNICÀLIA, la XTVL o la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Producció i arxiu amb Compact TV

D'altra banda, el sistema de producció i arxiu digital de

continguts audiovisuals Compact TV ofereix una àmplia gamma de possibilitats de producció professional com ara la captura de continguts des de cinta o enllaços, edició de vídeo, gestió d'assets, arxiu, etc.

Compact TV fa molt més fàcils les tasques quotidianes en el camp de la producció, gràcies a treballar sense cintes de vídeo en un entorn web senzill i intuïtiu. És una solució completa que permet reduir el temps de producció, augmentar la qualitat dels continguts produïts i optimitzar l'ús del arxiu ■



Canal Local ofereix una alternativa de programació automàtica que pot ajudar a la viabilitat de l'encesa de la TDT de proximitat.

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.

Cómo elaborar reportajes en radio

Susana Herrera Damas, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2008, 268 pàg., 24€



La professora i investigadora dels gèneres radiofònics, Susana Herrera Damas, fa una crida en *Cómo elaborar reportajes en radio* perquè es recuperi el reportatge a la ràdio. Segons l'autora, a causa de la manca de temps i de recursos, el reportatge no és massa freqüent però té enormes potencialitats per a la ràdio. En aquest sentit, Herrera destaca la capacitat d'aquest gènere per

oferir una major profunditat a l'hora de relatar els fets i contextualitzar-los. Per aquest motiu, el llibre aborda el reportatge des d'una perspectiva pràctica, amena i didàctica, i proposa un seguit d'exemples reals que demostrin les possibilitats que ofereix el gènere.

Cómo elaborar reportajes en radio s'estructura en set capítols, entre els quals n'hi ha

un de dedicat als diferents tipus de reportatges radiofònics, a les fases per a la seva elaboració o al seu estil. Finalment, destaca la part dedicada al reportatge radiofònic contemporani, que se centra en el lloc que ocupa dins la graella de programació, els perills on es pot caure a l'hora d'elaborar-los i les qualitats que ha de tenir un bon reportatge ■

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

La nueva televisión digital en el universo multimedia

Miguel Urretavizcaya Hidalgo, Deusto Publicaciones, San Sebastián, 2008, 270 pàg., 20€



El professor de la Facultat de Comunicació de la Universitat de Deusto, Miguel Urretavizcaya, dibuixa una radiografia de la televisió digital en l'actualitat a *La nueva televisión digital en el universo multimedia*. L'autor explica com la TDT s'ha convertit en un entramat audiovisual omnipresent, farcit de canals accessibles des de qualsevol indret i amb una programació feta

cada vegada més a la mida de l'espectador. Al mateix temps, augura que la nova televisió digital s'enfronta a un futur ple d'incerteses, però també ple de grans possibilitats.

El llibre s'estructura en quatre parts. La primera se centra en la revolució que ha suposat la digitalització de la televisió, i dedica un dels capítols a les plataformes digitals a l'Estat espan-

yol. A la segona part, l'autor desglossa les experiències del Regne Unit, França, Itàlia i Alemanya en el seu procés de digitalització. La nova televisió digital a Espanya ocupa tot un tercer capítol del volum i inclou una part dedicada a l'apagada analògica. Finalment, el llibre se centra en la interactivitat i la convergència de la televisió amb Internet ■

contactes d'interès

Federació de Ràdios Locals de Catalunya

Tel. 93 488 10 08
Fax 93 487 40 04
www.radiolocal.cat
info@radiolocal.cat

Associació Catalana de Concessionaris Privats de TDT Local

actdtlocal@gmail.com

Televisions Digitals de Proximitat

Tel. 902 88 57 37
etv@llobregat.tv

Xarxa Audiovisual Local

Tel. 93 507 02 50
Fax 93 411 89 22

www.xal.cat
xtvl@xtvl.tv

COM Ràdio

Tel. 93 508 06 00
Fax 93 501 01 11 / 12
www.comradio.com
comradio@comradio.com

Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals

Tel. 93 567 63 50
www.gencat.net/dgma
mitjanscom@gencat.net

Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la informació

Tel. 93 363 83 60

www.gencat.net/governacio-ap/stsi/
stsi.governacio-ap@gencat.cat

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Tel. 93 365 25 25
www.cac.cat
audiovisual@gencat.cat

Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç

Tel. 902 446 006
www.mityc.es
info@mityc.es

Abertis Telecom

Tel. 93 567 89 10
www.abertistelecom.com
abertistlc@abertistelecom.com

Direcció General de Tecnologia i Comunicacions del Govern de les Illes Balears

Tel. 971 78 41 78
<http://dgtic.caib.es/index.ca.htm>
sac@dgtic.caib.es

Direcció General de Promoció Institucional - Servei de Comunicació de la Generalitat Valenciana

Tel. 96 386 37 77

Consell Andorrà de l'Audiovisual

Tel. 34 376 824 489
www.caa.ad/
caa@andorra.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



New Delhi - Stand: A4B

CANALES DE TV	650
PAISES	70
OPERATIVA	24/7

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

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

vsN North America
t. +1 305 629-3201 (Miami)
t. +1 971 536 1891 (NYC)
usa@vsN-tv.com



Automatic TV / Compact TV

Activa la teva televisió "low cost" sense complicar-te la vida

Gràcies a les solucions integrals d'Activa Multimèdia pots produir un canal local de qualitat a baix cost. Només necessites 2 productes:

Automatic TV Produeix informació automàtica a la pantalla del televisor, integrant fonts d'internet, agències, mitjans de comunicació, imatges de webcams... A més, incentiva la participació ciutadana publicant vídeos o textos.

Compact TV Nou sistema de producció i arxiu digital que captura contingut, edita vídeos, gestiona assets i permet play-out de notícies.

**Posa en marxa la teva TV local.
Amb Activa Multimedia la solució
és a les teves mans.**

Més info www.activamultimedia.com

IMAGINA Centre Audiovisual Gaspar Fàbregas 81, 2a. planta
08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)

T +34 93 567 25 50
contact@activamultimedia.com

activa_multimèdia
digital

