

antena local

La revista de la comunicació local

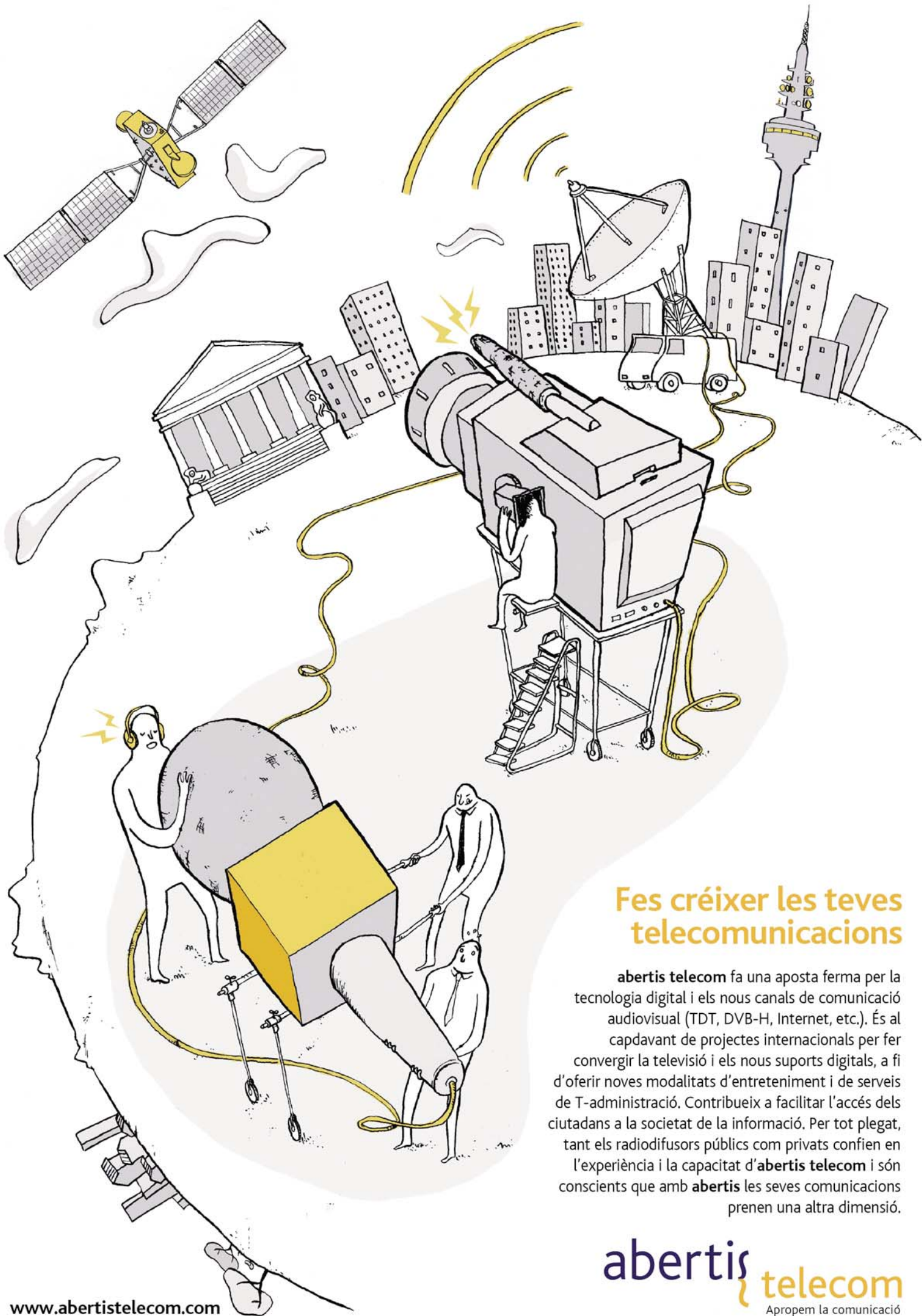
Núm. 66 - setembre / octubre 2009



Sumant telespectadors i oients

El Baròmetre és l'eina bàsica per obtenir dades d'audiència de televisions i ràdios de proximitat

Rita Marzoa, directora i presentadora d'Actualitat Viva:
"Sóc un animal de ràdio... però la tele m'està enganxant"(24)



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

Tenim dades d'audiència, tenim futur

L'informe que publiquem en aquest número sobre les dades que ens proporciona el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (vegeu p. 6-9) és realment aclaridor: les televisions de proximitat catalanes disposen, per fi, d'uns primers indicadors d'audiència fiables i contrastats. I les xifres són positives: prop d'un milió d'espectadors connecten cada mes amb les quaranta-dues emissores de televisió adherides a COMUNICÀLIA. En teníem la intuïció, però ara també tenim la certificació d'un segell de mesurament d'audiències competent i rigorós: el Baròmetre.

El percentatge de població que reconeix ser espectadora assídua d'alguna televisió local encara no és majoritari, però creix de manera continuada en els últims anys i especialment des de la irrupció de la TDT, des que els canals de proximitat es troben en igualtat de condicions que els altres en el comandament a distància. Hi ha televisions de proximitat del tot consolidades en els seus àmbits respectius, fins al punt que superen clarament en audiència algunes cadenes d'àmbit català o espanyol. D'altres tenen més dificultats per fer-se un lloc en les preferències dels espectadors, però perseveren, perquè saben que aquesta és una lluita lenta i callada, que donarà fruits a llarg termini.

A COMUNICÀLIA volem ajudar unes i altres, públiques i privades, grans i petites, a consolidar-se i a créixer. Fa anys que ho fem, però aquest 2009 hem renovat el nostre compromís amb el sector i hem incrementat en quantitat i en qualitat els continguts que distribuïm. A més, hem canviat de sistema tecnològic, ajudant així a millorar l'eficiència dels processos interns a cadascuna de les televisions receptores de la nostra graella de programació (vegeu p. 10). Els acords i convenis amb altres actors del sector comunicatiu, com l'Agència Catalana de Notícies, Televisions Digitals Independents, l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta, i, ara fa poc, la Unió de Federacions Esportives de Catalunya (vegeu p. 13), ens permeten sinergies a l'hora de millorar prestacions i enfortir-nos mútuament.

La crisi econòmica i de model de negoci ens obliga a tots a repensar l'estratègia per avançar més enllà d'aquest difícil 2009, perquè el 2010 sembla una fita encara més costeruda. Mentrestant, i valorant les dades d'audiència que tenim avui, estem plenament convençuts que la televisió de proximitat té futur.

Comunicàlia
SERVEIS PER A LA COMUNICACIÓ

President: **Jaume Gilibert**.
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, David Domingo, Antoni Esteve, Àlex Fernández, Pilar Garcia, Julio Gómez, Saül Gordillo, Joan Francesc Gras, Àlex Gutiérrez, Gaspar Hernández, Toni Iglèsies, Jordi Llavina, Miquel Macià, Jordi Margarit, Agustí Martín, Ramon Mateu, Antoni Molons, Fèlix Noguera, Xavier Núñez, Vicent Partal, Manel Ramon, Josep Ritort, Josep Carles Rius, Oleguer Sarsanedas, Lluís Tolosa, Miquel Tresserras i Joaquim Vidal**. 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.

Canal Nord: la informació local i en català, com a base

La idea de fer-nos càrrec d'un mitjà de comunicació com Canal Nord Figueres és la d'exportar el model de televisió local i de proximitat de Televisió de Girona a l'Alt Empordà. En un principi, la nostra intenció no era la de gestionar una televisió que no fos Televisió de Girona (que és el que portem fent els últims cinc anys), però en tenir la possibilitat de gestionar la televisió de Figueres i poder exportar la nostra forma de veure i fer televisió a l'Alt Empordà i, posteriorment, al Baix Empordà, ho varem trobar interessant per la proximitat geogràfica que hi ha entre les dues televisions.

El sistema de funcionament que apliquem entre les dues televisions és el d'aprofitar les sinergies que ens proporciona la productora (que és la que gestiona els continguts

dels programes) per tal de poder donar una cobertura superior als continguts i als anunciant, i el de poder disposar d'un altre mitjà per desenvolupar informació local.

Pel que fa aquests continguts, estem fent una programació de territori, amb un informatiu diari on es cobreixen principalment les notícies de Figueres i es complementen amb la resta d'informació dels municipis de l'Alt Empordà. Els dilluns els dediquem als esports, amb un programa setmanal, i els dijous els dediquem a *L'hora de l'alcalde*, un programa on els nostres telespectadors tenen l'oportunitat de trucar i preguntar qualsevol cosa al seu alcalde. Per aquest programa, no només hi passa l'alcalde de Figueres, sinó que està obert a tots els alcaldes de

l'Alt Empordà. A la nostra graella també hi ha els programes que produeix la productora Produccions Digitals de Televisió, que dóna servei tant a Figueres com a Televisió de Girona. La resta de programació la completem amb programes que ens subministren des de COMUNICÀLIA i la XTVL, sense oblidar-nos dels espais que intercanviem amb l'associació TV Local.cat.

El nostre model de televisió és molt clar: volem una televisió de qualitat, en la qual no tenen cabuda ni els tarots, ni la televenda, ni molt menys la pornografia. Una televisió amb la que volem que els ciutadans de Figueres i de la resta de la comarca s'hi sentin identificats, amb una base d'informació local, de proximitat i en català ■



Joaquim Vidal i Perpinyà
President de Produccions Digitals de Televisió (TV Girona i Canal Nord)

Osona.com: tecnologia+ciutadania= una vida millor per a tothom

El diari digital Osona.com ha rebut el Premi Nacional de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. Cal destacar, en primer lloc, que no es tracta d'un premi per l'ús d'Internet o de les noves tecnologies, sinó d'un premi periodístic, concretament a la comunicació de proximitat.

Què vol dir això? Que el cas d'èxit que és Osona.com ha consistit a trobar formes originals i adaptades a la realitat d'utilitzar les noves tecnologies per crear un model periodístic. I de proximitat, que és més difícil, perquè els lectors són molt a la vora del mitjà i el fiscalitzen amb una in-

tensitat que no es dóna en els mitjans d'abast nacional i internacional.

Servir-se de les noves tecnologies és tan senzill com barat. El mèrit que aquí es premia és l'aplicació d'aquestes eines a la realitat del poble.

Osona.com és un model de diari digital, que va ser creat el 1996 amb el ferm convenciment per part dels seus fundadors que el futur pertanyia a la premsa digital.

Osona.com és un model molt elaborat i depurat, que ha creat escola a nivell nacional. I que cada dia -a peu de redacció- és pensat i repensat fins al més petit detall per tal de fer-lo

ben proper a la vida diària de la nostra gent. Sempre en base a una equació matemàtica que ha esdevingut un gran lema del Grup Nació Digital: tecnologia + ciutadania = una vida millor per a tothom. Entenent la ciutadania com un concepte que fusiona els valors del dret i la llibertat.

Els mitjans del Grup Nació Digital utilitzen les noves tecnologies per millorar la vida de la gent en tots els aspectes. Per afavorir la democràcia des de la base, mantenint des de la nostra fundació una línia editorial sobiranista, o independentista, com se li vulgui dir ■



Miquel Macià
Editor del Grup Nació Digital

El pitjor moment per fer canvis

La substitució tecnològica que representa el pas de l'emissió analògica a la televisió digital terrestre ha agafat la televisió local en el pitjor dels escenaris possibles. Un dels elements d'aquest escenari era difícilment previsible per a ningú, si més no en els termes en què ens ha arribat, la forta crisi econòmica que estem vivint, però n'hi havia molts d'altres que crec que eren perfectament previsibles, i malgrat això es va tirar endavant el procés en els termes que tots coneixem. Potser era l'única possibilitat.

En l'inici del procés, el sector veia aquest pas com l'ocasió, tan esperada, de regularitzar la seva situació i sortir de l'alegalitat en què havia viscut des de l'inici dels seus dies i, alhora, com una manera de delimitar un mapa de canals i cobertures que des del primer moment s'entreveia excessiu, però com a mínim quedava fixat.

Durant el període des que es va començar el concurs fins a la seva resolució, ja es van començar a verbalitzar les primeres incomoditats, tant pel que fa al mapa que s'havia dibuixat, que preveia una oferta de canals molt superior a la que ja en aquells moments semblava que el mercat podria suportar, com per les exigències mínimes de programació que prefixava el concurs, que es veien, en molts casos, impossibles de portar a terme pel seu elevat cost econòmic.

Un cop resolt el concurs, comencen a sorgir uns altres tipus de problemàtiques, que el sector també preveia, però que a mesura que s'ha anat acostant el moment de l'encesa digital s'han posat de manifest amb una cruessa que està provocant situacions d'encallada en diversos dels múltiples que queden per encendre i que genera, o generarà, problemes en el futur en alguns dels que ja funcionen. Aquestes problemàtiques vénen tant del sector públic, amb molts dels consorcis encara per constituir, o constituïts però sense interlocutors clars, com des del sector privat, amb casos d'abandonaments o d'empreses que han guanyat el concurs però que, no tenint encara emissió en analògic, no tenen cap pressa per posar en marxa una televisió digital en la situació de mercat ac-

tual, la qual cosa suposa una dificultat afegida al ja complicat procés de presa de decisions en el si del múltiplex. A aquestes dues problemàtiques, s'hi ha d'afegir l'increment de costos que suposa l'emissió mitjançant la nova tecnologia en molts dels múltiples, motivada molts casos per un augment de les cobertures en territoris poc atractius comercialment, i que en molts casos el sector no té possibilitats de negociar, ja que, *de facto*, només hi ha una empresa en el sector amb capacitat per prestar el servei. A més, aquest increment de costos, el sector l'està valorant solament en l'escenari de la primera fase de cobertura, però la situació s'agreuja moltíssim quan s'hagin d'anar fent els diferents salts de cobertura que estan previstos en el concurs.

A les problemàtiques abans esmentades, cal afegir-hi el fet que ens veiem obligats a conivir i a competir en el mercat amb emissores pirata que no han de complir cap ni una de les obligacions que complim nosaltres. Aquest fet, que fins ara es produïa en analògic, des de fa poc també es produeix en digital, la qual cosa ens fa pensar que o bé l'administració intervé amb decisió o el tema es perpetuarà.

En aquesta part del procés, cal agrair la ràpida lectura que ha sabut fer tant el Consell de l'Audiovisual de Catalunya com la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals, pel que fa a la nova, o no tan nova, realitat, la qual cosa ha derivat en una adequació de les exigències que ha permès al sector afrontar algunes d'aquestes problemàtiques

«És important que les nostres administracions no deixin d'acompanyar el sector en el que queda de procés, perquè hi ha diversos múltiples que tenen complicada l'encesa i n'hi ha que han encès i se'ls complicarà la continuïtat»



Fèlix Noguera

President de l'Associació Catalana de Concessionaris de TDT Local

amb més tranquil·litat. Dit això, i aquesta Associació creu que és de justícia fer-ho, també creiem que és important que les nostres administracions no deixin d'acompanyar el sector en el que queda de procés, perquè, com dèiem abans, hi ha diversos múltiples que tenen complicada l'encesa i n'hi ha que han encès i se'ls complicarà la continuïtat. Des de l'Associació els demanem que ajudin a gestionar aquestes situacions de bloqueig que ja es produeixen, i també les complicacions que puguin sorgir en el futur, en els múltiples que ja han arrancat. No és admissible que siguem els concessionaris amb voluntat de tirar endavant els que hàgim de fer front al cost de les desercions o de les incompareixences d'altres concessionaris, per molt que entenguem que l'empresa que presta el servei d'emissió té dret a cobrar per la totalitat del servei. Al mateix temps els exigim, i en aquest apartat creiem que podem fer-ho, una actuació contundent amb tothom qui està emetent sense haver-se sotmès a les regles del joc ni tenir cap intenció de fer-ho; emprenguin les accions que calgui per tal de tancar les emissores pirata. I ens atrevim a demanar-ho i, en algun cas, a exigir-ho, perquè cal no oblidar que no és el sector qui ha dibuixat un mapa de 24 demarcacions, amb 22 on conviuen concessionaris públics i privats. El sector, el privat que aquesta Associació representa, l'únic que ha fet és presentar-se a un concurs amb l'únic objectiu de començar o continuar en l'activitat de fer televisió local ■

Audiència contrastada

Segons el Baròmetre, prop d'un milió d'espectadors segueixen cada mes la programació de les televisions adherides a COMUNICÀLIA



Sònia Maza

929.000. Aquests són els espectadors que, segons dades de la darrera onada del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, acumula el conjunt de televisions de proximitat adherides a COMUNICÀLIA al llarg d'un mes. Tanmateix, si observem el rànquing global d'audiència de la televisió local i comarcal al conjunt del país, veiem que 30 d'aquestes emissores pertanyen a COMUNICÀLIA. De fet, com a televisió líder amb 275.000 espectadors mensuals acumulats es troba 25TV. Seguida per Barcelona TV i Teletaxi TV, posteriorment se situen Lleida TV, TV Girona, Canal Taronja i ETV Llobregat, també adherides. Són dades que reafirmen la consolidació de la televisió de proximitat a Catalunya i la seva penetració entre la població. Des de fa dos anys, el Baròmetre permet demostrar aquesta realitat, abans només intuïda en no existir eines de medició suficientment fiables i rigoroses per al sector. En temps de crisi i amb l'audiència televisiva cada cop més fragmentada per la multiplicació de canals, conèixer amb detall els espectadors és clau. Així ho constaten els experts, les agències de mitjans i les pròpies televisions.

Amb la TDT les opcions al comandament és multipliquen, conèixer l'audiència per posicionar-se és clau.

Fa exactament cinc anys a les pàgines d'ANTENA LOCAL analitzàvem el potencial publicitari de les televisions de proximitat. La situació llavors era completament diferent. El marc legal del sector encara estava per definir i els instruments de medició de la seva audiència eren pràcticament inexistents. Tot i així, els experts consultats (agències de publicitat i centrals de mitjans) ja destacaven l'interès creixent dels anunciants pel mercat local. La necessitat, però, de comptar amb un estudi d'audiència suficientment rigorós i fiable era assenyalada per tots. Cinc anys després ja podem afirmar que els mitjans locals i comarcals del país compten amb un instrument que els permet conèixer el seu públic amb profunditat.

Eina consolidada i útil

El novembre de 2007 el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, impulsat per la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura amb el suport institucional de la Generalitat de Catalunya i el Govern de les Illes Balears, presentava les primeres dades oficials. Dos anys després els seus responsables valoren la seva utilitat. "Ara mateix podem dir que tècnicament el Baròmetre està plenament consolidat", afirma Joan Sabaté, director general del Baròmetre, i afegeix: "En dos anys hem fet evolucions significatives, com per exemple publicar les dades sis cops l'any en lloc de tres. Jo diria que el Baròmetre és en aquests moments el millor instrument per conèixer la realitat local i comarcal dels mitjans de comunicació dels territoris de parla catalana". Amb una mostra de gairebé 30.000 persones en-

trevistades durant un any, el Baròmetre també analitza els consums culturals i tecnològics de la població major de 14 anys. Són dades que fins a la posada en marxa d'aquesta eina eren -almenys per als mitjans de proximitat- pràcticament desconegudes. És per això que en general els seus responsables coincideixen a l'hora d'avaluar la seva aportació. "La fiabilitat i la credibilitat dels resultats que dóna el Baròmetre és vital per a televisions locals com la nostra. Cap dels nostres clients no dubta de les seves dades", explica Maribel Rodríguez, directora de la cadena barcelonina 25 TV. Des de Lleida TV coincideixen amb aquest punt de vista: "El Baròmetre ens aporta una medició diària d'audiència. Això ens serveix a nivell intern per saber quina és l'evolució que aquesta segueix, i de cara als anunciants, perquè tinguin coneixement de quin és el grau de rendibilitat de la seva inversió publicitària", assegura el director de l'emissora, Joan Cal. Àlex Martí, director de TV Girona, destaca la importància del Baròmetre a l'hora d'unificar criteris: "Estableix unes bases bastant estrictes i concretes del que són les audiències dels mitjans locals, i com aquestes estan estructurades i ordenades. Això, en aquests temps difícils, ens ha servit per demostrar que tenim una audiència molt consolidada i fidel". Pilar Goñi, directora del Grup Taelus -que gestiona, entre d'altres mitjans, Canal Taronja-, també destaca la seriositat i el prestigi d'aquesta eina: "És un estudi fiable al cent per cent. I no ho dic perquè en sortim afavorits, sinó perquè és oficial. Anys enrere els anunciants apostaven per la tele local per raons gairebé sentimentals, ara volen un rendi-

ment i el Baròmetre ens permet demostrar-ho". A ETV-Llobregat TV valoren la utilitat del Baròmetre, tot i assenyalar que encara queden moltes qüestions per corregir: "Tenint en compte la complexitat del panorama televisiu de proximitat, déu n'hi do la feina que els queda per fer", afirma el seu director, Frederic Cano. "En el nostre cas, el Baròmetre ens dóna uns resultats molt més baixos dels que ens donen estudis propis, però sí que ens ha servit per detectar, per exemple, que la TDT ens ha perjudicat. Molta gent, en no saber ben bé com funciona, no demana a l'instal·lador que sintonitzi la televisió local. Ara sé que hem de fer una campanya per aconseguir-ho", afegeix. Des de Canal Català són força més crítics. "Des del nostre punt de vista el Baròmetre és el típic instrument polític. En el nostre cas la diferència entre les dades que ens dóna aquest estudi i les dels informes propis és abismal", afirma Núria Codina, directora del grup, que sentència: "No creiem que sigui una eina neutral, no ens hi veiem reflectits i per tant no la fem servir".

Però, fan un ús efectiu de les dades del Baròmetre els mitjans de proximitat? "Jo diria que comencen a treure'n profit. S'està fent un ús incipient de tot el seu potencial. La majoria de mitjans locals i comarcals utilitzen exclusivament les seves dades d'audiència i els rànquings, que de per si tenen una força important. Potser faltaria fer-ne un ús més intensiu a l'hora de conèixer millor com és el lector, espectador o oient d'aquests mitjans, el que pot ser molt útil a l'hora d'ajustar el tipus de continguts", explica Sabaté. Segons el director del Baròmetre, els cursos de formació que amb aquest objectiu s'estan im-

La ràdio de proximitat, en dades

El Baròmetre també confirma l'alta acceptació de la ràdio de proximitat. Així, segons les dades de la darrera onada de l'informe, el conjunt d'emissores adherides a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) acumula una audiència mensual de 314.000 oients, 17.000 més respecte l'onada anterior. Si analitzem el rànquing global, observem que 33 de les ràdios locals amb més de 4.000 oients mensuals estan associades a la Federació, nou de les quals superant-ne els 10.000. Entre les millors situades es troben Ràdio Blanes (amb 17.000

oients mensuals acumulats), Ràdio Sabadell (15.000), Ràdio Vilafant (15.000), Ràdio Igualada (14.000), Nova Ràdio Lloret (12.000), Ràdio el Vendrell (12.000), Calafell Ràdio (11.000), Amposta Ràdio (10.000) i Ràdio Sant Feliu de Guíxols (10.000).

Per al president de la Federació, Manel Ramon, aquestes dades refermen l'important paper de la ràdio local pública en el panorama radiofònic del país. Segons Ramon, el Baròmetre posa de manifest "que la comunicació de proximitat continua sent clau en la vertebració sociocultural de Catalunya" ■



pulsant permeten augurar un ús més intensiu de les dades en un període curt de temps.

Les dades

L'última onada del Baròmetre, corresponent al període agost 2008-setembre 2009, atorga al sector televisiu local uns resultats força positius. Així, el conjunt de televisions adherides a COMUNICÀLIA acumula una audiència mensual de 929.000 espectadors, 25.000 més respecte a l'onada anterior. Trenta de les quaranta-dos televisions de COMUNICÀLIA tenen més de 4.000 espectadors mensuals, amb 17 emissores que superen els 20.000. Quant al rànquing global de Catalunya, 25 TV (només adherida a COMUNICÀLIA) se situa líder, amb 275.000 espectadors mensuals. La segueixen BT (268.000) i Teletaxi TV (214.000). A continuació trobem Urbe TV (146.000), Lleida TV (128.000), TV Girona (61.000), Canal Taronja (59.000) i ETV-Llobregat TV (50.000), totes elles també amb franges de programació de COMUNICÀLIA. "El Baròmetre visualitza una realitat que ja existia. Posa de manifest que quan mirem el mapa de les audiències comarca a comarca el lideratge en aquestes àrees territorials normalment correspon a mitjans locals i comarcals", conclou Sabaté

Les agències de mitjans coincideixen a l'hora d'assenyalar els atractius del mercat publicitari local: la proximitat n'és el principal valor.

Però sí aquestes dades no serveixen per incrementar el potencial comercial dels mitjans de proximitat és evident que la seva utilitat resulta qüestionable. Precisament per aquest motiu al patronat del Baròmetre també hi són presents les agències de mitjans i les centrals de compres. "Estem treballant conjuntament perquè l'eina respongui exactament a les seves necessitats. Però cal tenir present que aquesta no és només feina del Baròmetre. Perquè les agències puguin planificar de manera adequada necessiten estar al dia de les tarifes publicitàries del mitjà, l'han de conèixer. I per això cal que també els mitjans s'apropin a les agències", explica el director del Baròmetre.

Opinen les agències

Com percep el sector publicitari l'aportació del Baròmetre? ANTENA LOCAL també ha volgut recollir el seu punt de vista. Per a Javier Muñoz, director tècnic de Focus Media, la riquesa informativa d'aquesta eina és impressionant: "Recull audiències de mitjans dels que abans no teníem informació. Abans havíem de creure en el que ens deien, consultar controls de difusió o similars. Ara disposem de dades concretes i la seva utilitat és màxima. És evident que això ha de donar vida als mitjans locals". Enric Carpi, director general de Proximia (filial del grup Havas Media), hi està d'acord. "Per a nosaltres és clau. Proximia dona servei de planificació a clients locals, a clients nacionals amb necessitats locals o a

clients nacionals amb implantació local, i el Baròmetre té una mostra que dona una gran potència d'estudi, una gran fiabilitat a les dades. Això ens ha permès millorar les nostres recomanacions als clients. Podem fer seleccions de mitjans, suports i vehicles de comunicació més adients i d'una forma més òptima pel que fa a la inversió publicitària que s'ha de realitzar". Muñoz i Carpi també coincideixen a l'hora d'assenyalar els atractius del mercat publicitari local. "El principal valor dels mitjans de proximitat l'indica el seu nom: proximitat. Cada vegada tenim més mitjans per arribar al consumidor, però hi arribem menys i una forma d'assolir més cobertures és buscar el consumidor en els seus mitjans locals i de confiança", explica el director de Focus Media. Des de Proximia afirmen: "Amb la fragmentació d'audiències que implica la TDT necessites una major amplitud de suports per poder arribar al màxim de consumidors i en això els mitjans locals entren en joc. Ja hi ha grans marques que han començat a fer un gir en aquest sentit. Han començat a adonar-se que aquests mitjans estan menys saturats, són més pròxims i cada vegada tenen més influència en el consumidor". Tant Carpi com Muñoz asseguren però, que el camí no és fàcil. El context de crisi global amb efectes evidents en el mercat publicitari hi té molt a veure. I és que, segons les dades de Zenith fetes públiques recentment, el sector preveu caigudes en la inversió de les televisions locals d'un 21,2% aquest 2009 respecte l'any passat.





Imatge gràfica del Baròmetre. En general les televisions valoren molt positivament la seva aportació.

dríguez. “Al Grup Segre -propietari de Lleida TV- estem adaptant la mida de les nostres empreses a la nova realitat, i això significa aprimar-se. Per altra banda, estem buscant noves vies d’ingrés, sobretot publicitat no convencional, perquè jo crec que l’spot en bloc horari és una espècie a punt d’extingir-se, almenys en la televisió local”, afegeix Joan Cal. Segons Àlex Martí, de TV Girona, la clau està en la proximitat: “Seguim amb la mateixa fórmula que seguïem fins ara perquè l’única televisió que pot oferir el que passa al costat de casa, la informació local i de proximitat, som nosaltres, la nostra força està aquí”. A Canal Taronja coincideixen: “La nostra estratègia bàsicament se centra a seguir fent programes engrescadors, programes de proximitat i caire social, perquè hem descobert que aquests són els que ens fan tenir audiència. Fer una televisió local molt social i molt abocada a la gent que tenim al voltant és el secret”, assegura Pilar Goñi. A ETV l’aposta és la diversificació. “La situació és realment molt complicada, sobretot pel que fa a la televisió, per això estem intentant diversificar cap a altres mitjans. De moment, a més de la tele, també tenim un diari digital”, explica Frederic Cano. A Canal Català, segons Núria Codina, l’estratègia és “treballar amb il·lusió i sentit comú”.

L’efectivitat o no d’aquestes estratègies es demostrarà amb el temps. És destacable, però, que el sector ha demostrat un cop més que l’immobilisme no forma part del seu vocabulari. Amb la TDT les opcions al comandament és multipliquen, moure fitxa per posicionar-se és clau ■

Estratègies en temps de crisi

És precisament en temps de crisi quan el fet de tenir un coneixement més profund de l’audiència esdevé més necessari que mai. “En aquest context el Baròmetre és estratègic. Quan els recursos publicitaris són escassos, cal proporcionar de la forma més clara i efectiva possible informació perquè els anunciants entenguin

que la seva inversió publicitària serà optimitzada el màxim possible”, assegura el director del Baròmetre. Des de les televisions de proximitat també ho entenen així i per això ja han començat a perfilar estratègies que els ajudin a tirar endavant. “A 25 TV estem oblidant les grans produccions d’espots per abaratir i fer més accessible la publicitat”, explica Maribel Ro-

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



L'IP Transfer aprova amb nota

Satisfacció unànime entre les televisions mig any després de la posada en marxa del nou sistema de distribució de continguts



El passat 6 d'abril, el sistema de distribució de continguts de COMUNICÀLIA a les seves televisions de proximitat adherides vivia una gran transformació tecnològica: es deixava enrere la transmissió de programes a través del satèl·lit i s'instal·lava una xarxa d'IP privada. Mig any després de la seva posada en funcionament, s'ha demostrat que el sistema és fiable i les televisions en fan una valoració molt positiva destacant les facilitats que aporta.

Els programes són allotjats al servidor de COMUNICÀLIA el mateix dia que esta-

bleix la graella de distribució i es mantenen accessibles durant tres dies. Els principals avantatges que destaquen els tècnics de les televisions adherides són l'alta qualitat de la imatge i del so dels programes, la rapidesa del sistema i el fet que permet la descàrrega en el moment que es desitgi sense condicionants horaris. "El satèl·lit ens obligava a estar pendents tot el dia i a vegades se'ns passaven programes", explica el responsable tècnic de Televisió del Ripollès, Eudald Teixidor. Des d'ETV-Llobregat TV, el seu tècnic, Aaron López, comenta que l'IP Transfer facilita

Els tècnics de les TV adherides destaquen l'alta qualitat de la imatge i del so dels programes, la rapidesa i el fet que permet la descàrrega en el moment que es desitgi com a principals avantatges de l'IP Transfer. A la imatge, un tècnic de TV Ripollès fent-ne ús.

molt la feina del tècnic de continuïtat perquè "en un matí, pots baixar tots els programes del dia per després inserir-los a la continuïtat sense haver d'esperar que arribin a una hora determinada per sa-

tèl·lit". En aquesta línia, el responsable de continuïtat de Televisió del Ripollès, Albert Bassaganya, manifesta: "Estalviem molt temps, perquè la baixada dels programes és molt ràpida. Si un espai dura 25 minuts, es descarrega en 20 minuts o menys. És excel·lent", puntualitza. Per la seva banda, la tècnica de continuïtat de la televisió barcelonina Urbe TV, Helena Saldaña, destaca el fet de poder veure *a priori* la durada exacta del programa: "Ens va molt bé per poder quadrar la graella abans de tenir el programa completament descarregat".

Compatibilitat amb diversos formats

Una altra de les qualitats de l'IP Transfer és el seu multiformat, que suposa que els programes s'adaptin a les diferents continuïtats de les televisions. A més, el programari de l'IP Transfer és compatible tant amb programes d'edició no lineals de Windows (Edius, Vegas, Avid, Adobe Premiere...) com de MAC (Final Cut) i servidors de vídeo (VsnVMax, Sony, Vector Server...).

El responsable tècnic de COMUNICÀLIA, Rubén Martínez, destaca l'actualit-

TV3 i COMUNICÀLIA, connectats per IP

Televisió de Catalunya, l'empresa tecnològica VSN i COMUNICÀLIA han arribat a un acord per instal·lar una llicència de l'IP Transfer al Departament de Documentació de la Televisió autonòmica catalana, que queda així connectada permanentment amb la seu de COMUNICÀLIA. D'aquesta manera, l'enviament de continguts audiovisuals, com les pel·lícules doblades al català, que fins ara es feien arribar en cinta o disc dur, ja es podrà fer de manera molt més ràpida i còmoda a través de la xarxa i en tots dos sentits. Recordem que, des del 2002, TV3 cedeix de forma gratuïta el doblatge en català d'aquells llargmetratges dels quals prè-

viament han estat comprats els drets d'emissió per una televisió local adherida a COMUNICÀLIA.

Aprofitant aquest pas tecnològic, operatiu des de mitjan octubre, les direccions de les dues empreses públiques, Televisió de Catalunya i COMUNICÀLIA, estan ultimant detalls d'un acord de col·laboració en matèria de continguts que entrarà en vigor el 2010. Així, COMUNICÀLIA disposarà de diversos programes produïts i ja emesos per TV3 o el 33 amb anterioritat, mentre que TV de Catalunya té intenció de participar en la coproducció d'alguns dels espais distribuïts per COMUNICÀLIA ■

zació contínua del programari per l'empresa subministradora del sistema IP, VSN, "que contribueix a una millora constant en la distribució dels nostres continguts".

Les qualitats del nou sistema de distribució de continguts a través de l'IP han convençut a les televisions de proximitat, que han augmentat les hores d'emissió dels programes distribuïts per COMUNICÀLIA ■



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



Oferta de tardor amb predomini dels divulgatius i amb nous microespais



COMUNICÀLIA presenta una oferta televisiva de tardor en la qual els programes de gènere divulgatiu tenen la màxima presència. La graella recupera la majoria dels espais distribuïts durant el primer i segon trimestres de l'any, atès que han tingut molt bona acceptació entre les televisions que els emeten, com *El cinematògraf* (cinema), *El flaix* (arts escèniques i música), *El book insígnia* (llibres) i *Enderrrock TV* (música en català), els tres primers de llarga trajectòria i el darrer, malgrat haver-se estrenat a principi d'aquest any, també força programat per les televi-

Imatge de l'espai Temporada Alta, que fa un repàs dels muntatges teatrals programats al festival.

sions adherides. Una de les novetats d'aquest àmbit cultural és *Temporada alta*, de Produccions Digitals de Televisió, S.L (TV de Girona) sobre el Festival Internacional de Teatre de Girona i Salt amb el mateix nom. El programa fa un repàs dels muntatges teatrals programats al festival, així com entrevistes a directors, actors i actrius dels espectacles.

L'apartat de divulgatiu es completa amb dos espais de gastronomia: *La cuina de...*, que continua el recorregut per les comarques lleidatanes que va començar el febrer de 2009, i *Des de Montserrat. Gastronomia*, una de les novetats d'aquesta temporada, amb els millors xefs de la cuina catalana, reunits a l'Hostal Cisneros del monestir.

GPS -*Guia de Propostes per Sortir*, *Forma de vida* i *Alquímia*, amb molt bona acceptació, es mantenen a la graella, així com també els espais informatius *Actualitat viva* i *Reporters*, i els d'esports, *Límits*, *Top motor* i *Set d'esports*.

Microespais sobre la TDT i les TIC

Una altra de les novetats de la graella de tardor és la incorporació de dos nous microespais. L'un, *Prepara't per a la TDT*, és una producció de Televisió de Catalunya amb el suport de la Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat, sobre el pas de la televisió analògica a la digital.

El segon és *Psicopatologia digital amb el doctor Soler*, produït per Televisió de Catalunya, amb la col·laboració de Visiona TV i el suport de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat. L'espai pren la forma d'un consultori, on el popular Dr. Soler dirigeix un suposat institut tecnològic al qual s'adrecen persones que tenen problemes amb els diferents enginyers digitals ■

Estrena d'un documental sobre Xesco Boix

Un quart de segle després de la mort de l'animador i cantant de folk de la música catalana de tots els temps, Xesco Boix, COMUNICÀLIA va oferir recentment a les seves emissores adherides un documental inèdit a la televisió: *Xesco Boix, 25 anys. Vull ser lliure*, una producció d'Utopia Global per al Grup Enderrrock .

Es tracta d'un treball amb guió i direcció de Carme Canet, en el qual fami-

liars, amics i companys de professió expliquen com va viure, la manera de ser i d'actuar, quina visió tenia del món i el llegat musical, pedagògic i social de Xesco Boix. El documental compta amb entrevistes a Jaume Arnella, Pilarín Bayés, Àngel Daban, Montserrat Domènech, Eduard Estivill o Fina Rifà, entre d'altres.

COMUNICÀLIA va distribuir el documental dins la programació especial de la Diada de l'Onze de Setembre ■



Arrenca l'intercanvi de continguts entre COMUNICÀLIA i l'ACPG

Després de la signatura d'un conveni de col·laboració just abans de les vacances d'estiu, COMUNICÀLIA i l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta (ACPG) han iniciat l'intercanvi de continguts que permet a les televisions de proximitat i als mitjans digitals adherits a ambdues entitats enriquir la seva oferta de continguts. Així, des de mitjan setembre, l'ACPG ofereix a través del seu banc de continguts digitals cinc càpsules setmanals, extretes de diversos programes produïts per COMUNICÀLIA. En concret, les més de 70 webs informatives actualment associades a l'ACPG tenen accés a fragments de l'espai de ciència *Kopèrnik*, de *Límits* -sobre esports d'aventura-, del magazín cultural *El flaix*, del musical *En-*

derock TV i del programa divulgatiu del setè art *El cinematògraf*. Aquestes càpsules també es poden visionar a través del mateix web de COMUNICÀLIA (www.comunicalia.cat), que ha creat un nou apartat: Espais a la carta.

Una sèrie d'entrevistes

Pel que fa a les televisions de proximitat adherides a COMUNICÀLIA, des d'aquest mes d'octubre tenen a la seva disposició un nou espai, *L'entrevista de l'ACPG*. Es tracta d'una sèrie d'entrevistes de cinc minuts de durada a destacats personatges de la política i la societat catalana. De moment, han estat entrevistats l'expresident de la Generalitat, Jordi Pujol, els actors i humoristes, Queco Novell



i Toni Albà, i el també actor i director teatral, Josep Maria Pou.

Tot i que encara és massa d'hora per fer balanç, tant des de COMUNICÀLIA com des de l'ACPG es fa una valoració molt positiva de les primeres accions concretes de l'acord de col·laboració ■

COMUNICÀLIA ha creat un nou apartat al seu web on es poden visionar les càpsules distribuïdes als mitjans digitals de l'ACPG.

Unint esforços per a la difusió de l'esport català

Tant la Unió de Federacions Esportives de Catalunya (UFEC), que disposa d'un portal web anomenat UFECTv, on publica reportatges de temàtica esportiva, com COMUNICÀLIA, que distribueix als seus adherits diversos espais de gènere esportiu (com *7 d'esports*, *Límits*, *Tot neu* o *Top motor*), han decidit unir esforços en favor de la difusió de l'esport català. Així, recentment ambdues entitats han signat un conveni que té com a principal objectiu establir un marc de col·laboració per a l'intercanvi de continguts audiovisuals relacionats amb l'esport.

Els detalls de l'acord

Així, a partir de la signatura d'aquest conveni, COMUNI-



CÀLIA facilita a la UFEC accés als continguts audiovisuals que produeix i que tenen relació amb la pràctica esportiva de qualsevol federació esportiva de Catalunya o amb l'esport

en general, per tal que la UFEC els pugui difondre a través del seu portal, UFECTv. Igualment, la UFEC permet a COMUNICÀLIA disposar dels seus continguts audiovisuals

El director general de COMUNICÀLIA, Joan Vila i Triadú, i el president de la UFEC, David Moner, signant el conveni.

sobre aquesta temàtica, perquè les televisions de proximitat que té adherides i els mitjans digitals amb els quals manté acords de col·laboració (portals associats a l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals) en puguin fer ús. De cara al futur, ambdues entitats no descarten avançar en aquest acord, per oferir retransmissions esportives completes, ja realitzades i locutades, d'esports considerats minoritaris però de pràctica força estesa a determinades comarques catalanes ■

La gastronomia lleidatana és protagonista a 'La cuina de...'

Més d'una trentena de restaurants i fins a una desena de cellers de totes les comarques de Lleida han passat per *La cuina de...* des que va estrenar-se, el febrer de 2009. L'espai, que produeix Fàctoria TV amb el patrocini del Patronat de Promoció Econòmica de la Diputació de Lleida, s'ha revelat com un dels èxits de l'any a la graella de COMUNICÀLIA. En quinze minuts, *La cuina de...* mostra l'elaboració dels plats més típics i representatius de les diverses localitats i comarques de Lleida, elaborats amb productes d'aquestes terres pels millors cuiners de la demarcació. Seguidament, la popular nutricionista Pilar Senpau dóna a conèixer les propietats dels ingredients principals del plat elaborat en cada capítol; i per últim té lloc la presentació d'un vi dels diversos cellers amb Denominació d'Origen Costers del Segre per part d'un *sommelier*. El director de l'Escola d'Hoteleria i Turisme de Lleida, Gregori Canalias, és el presentador del programa, que s'enregistra en una cuina plató ubicada al mateix centre de formació i construïda expressament a l'efecte.



La cuina de... s'enregistra a l'Escola d'Hoteleria i Turisme de Lleida.

ció Econòmica, el diputat Josep Presseguer, va posar de relleu la importància per al territori d'impulsar iniciatives d'aquest

tipus. I és que *La cuina de...* no ha despertat només l'interès de les televisions lleidatanes. Fins a una quinzena d'emissores d'arreu de Catalunya l'ofereixen actualment als seus espectadors. "Precisament per això estem treballant en la producció de nous capítols de cara al 2010, amb nous cuiners, noves propostes i amb la col·laboració de les diverses Denominacions d'Origen i Indicacions Geogràfiques Protegides de Lleida", explica Rossend Bartomeu, director de Fàctoria TV ■

Presentació pública

Precisament l'Escola d'Hoteleria i Turisme de Lleida va servir d'escenari el juliol passat per a la presentació pública del programa, que va reunir una trentena de persones del món gastronòmic. Durant l'acte, el president del Patronat de Promo-

Més d'una trentena de restaurants i fins a una desena de cellers han passat pel programa

TV Menorquina s'adhereix a COMUNICÀLIA

TV Menorquina ha apostat per adherir-se a COMUNICÀLIA amb l'objectiu de completar la seva graella de programació amb espais de qualitat i en català. Des d'aquest mes d'octubre, l'emissora, amb gairebé 20 anys d'història i concessionària d'una de les llicències de TDT privada a l'illa, ha incorporat a la seva oferta de continguts els espais *Kopèrnik*, *El cinematògraf*, *7 d'esports*, i *Enderrock TV*. "No es tracta de reduir la programació local -afirma Josep Bagur, director de la te-

levisió- sinó d'enriquir-la. Creiem que és important comptar amb aquestes aportacions que donen aire fresc a la nostra programació".

TV Menorquina, que des del juny emet exclusivament a través de la TDT i per cable, ofereix actualment 6 hores diàries de programes de producció pròpia. Cal destacar-ne l'informatiu i els programes de tots els gèneres que tenen en la proximitat la seva raó de ser: "Fem espais d'esports, salut, juvenils, debats i

magazins. A més, produïm programes més especialitzats, sèries documentals, de ficció i donem espai a les institucions", explica Bagur. Propietat de l'Editorial Menorca, l'emissora té una estructura fixa de 10 treballadors, tot i que també compta amb el suport de col·laboradors externs i aprofita les sinèrgies del grup (editor del *Diari Menorca* i del digital *Menorca.info*). Segons dades del Baròmetre, TV Menorquina té un promig diari de 6.800 espectadors ■



JO TAMBÉ VULL SENTIR LLEIDA

**I RESSEGUIR
EL CURS DELS RIUS**

Parc Nacional i espais naturals
Esports d'aventura
Turisme actiu
Turisme rural
Romànic. Patrimoni mundial
Rutes culturals
Gastronomia de la terra

Ponts
Caps de setmana
Excursions



DEL PIRINEU A LA PLANA



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

Lleida
amb els cinc sentits

www.lleidatur.cat

La crisi obliga la televisió pública del Maresme i la privada Televisió de Mataró a fusionar-se

Jordi Pujolar (ACN)

Televisió de Mataró (TVM) i Maresme Digital TV (MDTV) han patit les conseqüències econòmiques del que significa fer el salt a la TDT, agreujat ara per una crisi global. El projecte de TVM és econòmicament poc viable, mentre que el cost que MDTV suposa per als ajuntaments de la comarca és excessiu. La supervivència, doncs, només tenia dos camins: una competència ferotge o la fusió que finalment s'ha acordat.

El 2010 el nou canal

L'any 2010, doncs, naixerà un nou canal de televisió públic, amb un nou nom i una nova imatge. El Consorci aportarà les quotes dels ajuntaments a la nova societat, men-

tre que TVM incorporarà al pressupost els ingressos provinents de la seva cartera de clients.

Fins que no arribi el moment, TVM continuarà com fins ara, mentre que el Consorci Digital Mataró-Maresme assumirà directament la gestió de MDTV. Quan s'iniciïn les emissions del nou canal, el Consorci mantindrà la gerència i, segons ha pogut saber l'ACN, es preveu que la direcció de continguts l'assumeixi l'equip que ara porta el timó de TVM. Pel que fa a la programació, la intenció del Consorci és mantenir programes tant d'un canal com de l'altre, tot i que no es duplicaran els formats. Quant al personal, els responsables del projecte ja han avançat que caldrà dimensionar les actuals



plantilles, cosa que implica una inevitable pèrdua de llocs de treball. Un altre dels interrogants que caldrà resoldre és què fer amb la llicència de TDT privada que TVM deixarà lliure; aquesta decisió correspon al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ■

Els micròfons d'ambdues emissores. El 2010 naixerà el nou canal, amb nou nom i nova imatge.



AEQ PHOENIX MOBILE MOLT MÉS QUE UN ÀUDICODEC IP

Àudio-codificador IP multifunció portàtil compacte i lleuger, absolutament compatible amb la recomanació N/ACIP EBU Tech 3326. Plataforma de comunicacions amb mesclador intern que permet a més de connexions IP mitjançant mòduls addicionals establir comunicacions sobre línia telefònica, RDSI, 3G o GSM.

AEQ OPERA NOVA CONSOLA ANALÒGICA PER RÀDIO

Disposa de les últimes tecnologies amb noves funcions afegides, sent capaç de produir un so de qualitat impecable les 24 hores del dia, 7 dies a la setmana. OPERA és l'eina perfecta per a grans i mitjanes estacions de ràdio. Tot el necessari per fer ràdio i més, en un disseny modular, compacte i robust.



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



Canal Nord aposta per la proximitat en la seva nova etapa

“Oberta al ciutadà, participativa, local, de proximitat i en català”. Aquests són els eixos que guien la nova etapa de Canal Nord, que va presentar-se oficialment el passat 14 de setembre. Tal com s’anunciava al número anterior d’ANTENA LOCAL, la gestió per part de TV Girona representa per a la històrica televisió empordanesa (va néixer fa 24 anys com a TV Figueres) un retorn als orígens. I és que la proximitat al territori és el tret característic de la nova graella.

Caràcter informatiu

La nova programació de Canal Nord es configura al voltant de quatre espais de producció pròpia de caràcter informatiu. Així, cada dia a les 20.30h els espectadors tenen una cita amb *Notícies vespre*, presentat per Lídia Vidal i amb una durada de mitja hora. A més de recollir tota l’actualitat del territori, l’informatiu inclou una entrevista a un personatge destacat de la so-



cietat alt empordanesa. Quant als esports, l’emissora ofereix *Tot rodó Figueres*, que aborda el dia a dia de la Unió Esportiva Figueres i la seva escola esportiva. *L’alcalde fil directe* és una altra de les novetats de la graella, que també incorpora un espai d’entrevistes presentat per Josep Valls. Continguts de TV Girona, COMUNICALIA i

La nova programació de Canal Nord es configura al voltant de quatre espais de producció pròpia de caràcter informatiu. A la imatge, *Notícies vespre*, presentat per Lídia Vidal.

la XTVL completen la programació de Canal Nord en aquesta nova etapa ■

De TV L’Escala a Canal 10 Empordà

Que el pas a la TDT no representa només un canvi tecnològic per a les televisions de proximitat té en TV L’Escala el millor exemple. L’emissora municipal, amb 10 anys d’història, ha assumit en solitari la posada en marxa del canal públic de l’Alt Empordà, que en principi hauria d’estar gestionat també pels ajuntaments d’altres quatre municipis de la comarca (Figueres, Roses, Castelló d’Empúries i Vilafant). Tot i que no es descarta la seva participació en un futur, de moment només l’Escala s’ha implicat en el projecte. Així, TV L’Escala ha donat pas a Canal 10 Empordà, que des del passat 1 de setembre emet exclusivament a través de la TDT.

Quatre hores de programació pròpia el 2010

De moment, el canal públic de l’Alt Empordà ofereix dues hores de programació pròpia que inclouen un informatiu diari i espais d’esports, cinema i reportatges, entre d’altres. “Serà el gener de 2010 quan el canvi es noti més. Estem preparant nous continguts que ens permetran

The screenshot shows the website for Canal 10 Empordà. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inici', 'Programes', 'Programació', 'Videos', 'Fòrum', and 'TDT'. Below the menu, there is a large graphic of the number '10'. To the right of the graphic is a 'PROGRAMACIÓ' section listing the following schedule:

- 14:00 10 Notícies
- 14:15 Al Dia
- 14:45 L'Institut al dia
- 15:15 Sobrevent
- 15:45 Muntanyes d'aventura
- 16:15 This is not ...
- 16:30 La cuina de...
- 16:45 Infotext
- 19:45 Mobilitats
- 20:00 Autoindefinit
- 20:30 Va de castells

Below the schedule, there is a section for 'ÚLTIMS VIDEOS' with four video thumbnails:

- Conferències Vilanera dins el Parc (00:25:1)
- Noves instal·lacions d'Anxoies L'Escala (00:06:21)
- Ajuntament i Confraria de (00:02:15)
- Programa De Cine Silgues '08 (0:38:01)

At the bottom right, there is a small text box: "A la web de Canal 10 Empordà oferim els vídeos dels nostres programes perquè els veigis quan vulguis. Tots els vídeos tenen una qualitat d'imatge bona perquè els puguis distriuir des del teu ordinador."

assolir les 4 hores diàries de producció pròpia”, explica Miquel Pagès, director de l’emissora. A més, la cadena ha estrenat pàgina web (www.canal10.cat), que permet la descàrrega dels informatius i d’alguns programes. “Hem iniciat aquesta nova etapa amb molta il·lusió i moltes ga-

A www.canal10.cat es poden descarregar els informatius i alguns programes de la nova cadena.

nes de fer feina. L’audiència n’espera molt i estem treballant per no decebre ningú”, conclou Pagès ■

El consorci públic de la TDT a l'Ebre apostava per un model de baix cost

El Consorci de la TDT de les Terres de l'Ebre ha fet un pas endavant per a la futura posada en marxa del nou canal públic de televisió. L'empresa Activa multimèdia ha dissenyat un projecte que permet que els 36 ajuntaments que formen part del Consorci tinguin una televisió pròpia i de qualitat amb un cost molt inferior al que s'havia previst inicialment. "Veiem amb bons ulls aquest projecte, sobretot en un moment de crisi econòmica en el qual els ajuntaments disposen cada vegada de menys recursos", explica el president del Consorci de les Terres de l'Ebre, Joan Josep Duran.

El model es basa en la publicació automàtica per a televisió de textos, fotografies, vídeos i imatges en directe. Quan es posi en marxa, es distribuïran continguts de COMUNICÀLIA, de la XTVL i la CCMA. El projecte també preveu que els municipis puguin compartir continguts informatius, de serveis i de participació ciutadana, tant a través de la TDT com d'Internet i del telèfon mòbil ■

El projecte també preveu que els municipis puguin compartir continguts informatius, de serveis i de participació ciutadana.



Canal Català Girona Pla consolida el seu magazín musical

El programa *Digital Hits* de Canal Català Girona Pla ha començat la seva segona temporada televisiva amb la seva consolidació com a magazín musical i d'oci a les comarques de Girona. L'espai ofereix els videoclip dels èxits musicals més actuals i també les novetats musicals a través d'un rànquing amb deu posicions.

Amb aquest segon any en antena, el programa ha renovat la seva imatge gràfica i ha incorporat noves seccions com Generació DH, que recull l'opinió dels joves gironins sobre temes que afecten la seva

vida quotidiana. A més, el programa oferirà un cop al mes una secció sobre el món del cinema. D'altra banda, *Digital Hits* segueix apostant per la secció DH Extra, sobre videojocs i reportatges enregistrats a diverses discoteques gironines. *Digital Hits* s'emeta cada dissabte, a la una del migdia, i compta amb un jove equip de presentadors i reporters ■

L'equip de Digital Hits. D'esquerra a dreta, Arnau Vila, David Mir i Laura Santos.



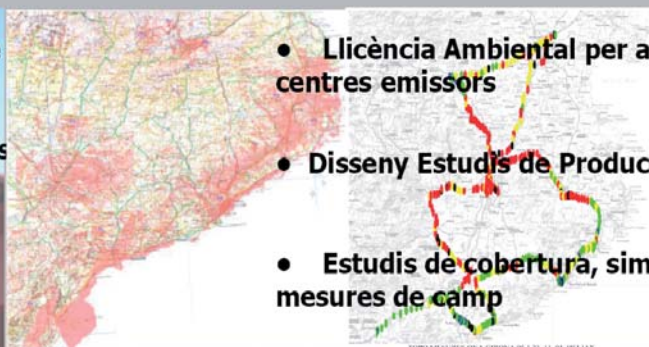
Sinergia Telecom Consultoria i Projectes

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



TV Cambrils reforça la seva programació pensant en la TDT

Tot i que fins al desembre no es posaran en marxa les emissions en TDT, Televisió de Cambrils ja ha començat a reforçar la seva programació de cara al salt digital. És en aquest sentit que la televisió pública ha incorporat a la seva graella de tardor *Apunts*, un nou magazín presentat per Montse Dolcet que cada setmana durant mitja hora repassa la crònica social i cultural del municipi. D'altra banda, la programació de TV Cambrils continua tenint en la informació un dels seus puntals. Així, a més de l'informatiu diari *Cambrils Avui*, l'emissora ofereix tota



La informació és un dels puntals de la programació de l'emissora. A la imatge Raquel Lozano, presentadora de Cambrils Avui.

l'actualitat esportiva a *Cambrils Esports* i segueix el pols de la ciutat a través dels seus protagonistes al programa *Naltros*. L'anàlisi i la reflexió tenen el seu espai a *Punt de trobada* i l'humor als programes *Amolla'l cosí* i *Gadegània*. A més, per al públic infantil, TV Cambrils ha afegit a la seva graella el contenidor diari de COMUNICÀLIA *D'kids* ■

Canal TE estrena un magazín matinal diari

De dilluns a dijous, els espectadors de les Terres de l'Ebre tenen una cita de dues hores amb *Dixa'm vore*, el nou magazín matinal que Canal TE ha estrenat aquesta temporada i que s'emet en rigorós directe. L'espai, presentat per Diana Mar, vol esdevenir una finestra a la realitat combinant la informació amb l'entreteniment. "L'objectiu principal és tractar l'actualitat de manera plural, amb la màxima rigorositat i aproximant-la al territori, però sense deixar de banda el positivisme i l'humor, que ju-

guen un paper primordial", explica el director de l'emissora, Mariano Lalana. El programa s'estructura en diferents seccions on l'espectador pot participar activament, ja sigui a plató o mitjançant SMS.

La nova programació de Canal TE es completa amb espais de tots els gèneres i per a tots els públics. Destaquen *l'Informatiu TE*, l'espai *Maiors* -dedicat a la gent gran-, el gastronòmic *Primentons i tomates*, i el *Més esports*, que recull tota l'oferta esportiva de les Terres de l'Ebre ■



Diana Mar presenta en rigorós directe *Dixa'm vore*.

La TV de Morella es converteix en Nord, el canal informatiu de la comarca dels Ports

La comarca dels Ports (Castelló) compta des de finals de setembre amb un nou mitjà de comunicació. La històrica Nord TV de Morella ha apostat per la informació com a fórmula per fer front a la competència que genera l'encesa digital, amb audiències cada cop més fragmentades i on es fa més difícil que mai destacar entre una àmplia oferta. Així, sota la denomina-



L'emissora també ha estrenat imatge.

ció de Nord (a seques) la televisió aposta en aquesta nova etapa per estructurar la seva programació de 24 hores al voltant de rodes informatives de 30 minuts, on es repassa l'actualitat local i es donen apunts d'allò que passa arreu del món. El funcionament és similar al de cadenes com el

3/24 o la CNN, fórmula gens habitual a la televisió de proximitat. La programació de Nord es completa amb espais divulgatius i de servei produïts per COMUNICÀLIA, TDI i la XTVL.

El naixement de Nord es produeix en paral·lel a la posada en marxa de www.comarquesnord.cat, web d'informació de la comarca dels Ports, el Maestrat i el Matarranya ■

Les dades d'audiència, a la jornada “Eines per a la ràdio local”

La mesura de les audiències i l'ús de les dades amb finalitats comercials han estat l'eix central de la tercera de les jornades que organitza la Federació de Ràdios Locals de Catalunya, “Eines per a la ràdio local”. Sota el títol “L'ús de les dades del Baròmetre per a ràdios de proximitat”, la jornada va comptar amb el suport de FUNDACC, Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura. El president de la Federació, Manel Ramon, considera que és “imprescindible per a qualsevol emissora de proximitat conèixer les seves dades d'audiència i saber-les interpretar”.

La interpretació dels resultats

En aquesta línia, la jornada va oferir una classe sobre conceptes relatius a la investigació de les audiències i a la interpretació de les dades, a càrrec del director tècnic del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, Lluís Tolosa. D'altra banda, el director de Comunicació de FUNDACC, Marc Alemany, va mostrar com utilitzar les dades d'audiència amb l'objectiu de reforçar les estratègies de màrqueting dels mitjans de comunicació de proximitat. Finalment, el tercer bloc de la jornada es va centrar en les estratègies per aconseguir



anunciant a càrrec del consultor de FUNDACC, Albert Gauthier. “Interpretar correctament les dades d'audiència et permet veure què és el que estàs fent bé o què estàs fent malament”, explica el president de la Federació.

La darrera jornada d’“Eines per a la ràdio local” tindrà lloc abans d'acabar l'any i se centrarà en el tractament de la informació esportiva a les emissores de proximitat ■

Conèixer les dades d'audiència és vital per reforçar les estratègies de màrqueting. A la imatge Ràdio Blanes, que segons l'última onada del Baròmetre és de les emissores municipals més seguides amb 17.000 oients mensuals acumulats.

Microespais per facilitar la convivència

La Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) ha signat un conveni de col·laboració amb la Secretaria per la Immigració del Departament d'Acció Social i Ciutadania de la Generalitat de Catalunya per a la producció i l'emissió d'un espai radiofònic sobre immigració. Es tracta del microespai *Vivim junts*, que té l'objectiu de fomentar el coneixement entre la població autòctona i l'estrangera per tal de facilitar la convivència i la comunicació.

Vivim junts és una sèrie de vint programes d'una durada



L'emissora Sants 3 Ràdio, de Barcelona, acull la producció i realització de Vivim junts

de tres a cinc minuts. Cada una de les càpsules se centra en una temàtica concreta, des dels col·lectius estrangers més nombrosos a Catalunya, amb les seves procedències, cultures d'origen i llengües pròpies, fins a la convivència als barris, el reagrupament familiar o la pluralitat religiosa. La producció i la realització dels programes es fan als estudis de l'emissora Sants 3 Ràdio, de Barcelona. Les vint càpsules de la sèrie *Vivim junts* són distribuïdes per la FRLC al centenar d'emissores locals que té adherides ■

La Federació de Ràdios Locals prepara un congrés amb la llengua com a eix central

Obrir un espai de diàleg i reflexió entorn l'estat actual i el futur de la llengua com a eina de comunicació. Amb aquest objectiu, la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) està treballant en l'organització del Congrés de la Ràdio de Proximitat en Català, que tindrà lloc a Tarragona el proper 27 de novembre. Tot i no exercir el lideratge d'audiència de la ràdio

La trobada, que tindrà lloc el 27 de novembre a Tarragona, vol esdevenir un punt de reunió entre els especialistes, el món acadèmic i els mitjans de comunicació

en català, els organitzadors de la trobada consideren que la ràdio local -punt de trobada històric de la xarxa bàsica de comunicació del país- és qui millor pot assumir el repte de posar en contacte tots els agents comunicatius de proximitat dels territoris de parla catalana. És per aquest motiu que el Congrés compta amb la participació activa d'organismes com Òmnium Cultural, Unescocat, Acció Cultural del País Valencià, la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes i la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, entre d'altres.

Tres taules rodones

El Congrés de la Ràdio de Proximitat en Català, que també compta amb el suport de la Generalitat, la Diputació i l'Ajuntament de Tarragona, s'estructura al voltant de tres taules rodones. La primera d'elles abordarà la llengua com a valor de futur, la



segona se centrarà en el seu paper com a vehicle de comunicació i creadora de comunitat, mentre que la tercera tindrà la cultura i la música com a eixos principals. L'auditori de Caixa Tarragona és l'escenari triat per a aquest esdeveniment, que ja ha obert el període d'inscripcions a través del web de la FRLC (www.radiolocal.cat) ■

La ràdio municipal fa 30 anys

L'11 de setembre de 1979, Ràdio Arenys iniciava les seves emissions regulars encapçalant així un moviment que es reproduiria poc després a molts altres municipis catalans: el naixement de la ràdio municipal. Tres dècades després i amb el sector plenament consolidat, ha arribat el moment de celebrar-ho. Amb el lema "30 anys amb tu", l'emissora ha preparat tot un seguit d'actes commemoratius que s'allargaran fins l'any que ve. El tret de sortida el va donar una botifarrada popular que va reunir més d'un miler de persones, entre veïns, treballadors i col·laboradors de la ràdio

Programa especial

D'altra banda, Ràdio Arenys ha estrenat un programa diari que té com a objectiu repassar la història de l'emissora a través de les veus i els sons d'ahir i d'avui. A més, de cara a l'hivern, es preveu l'organització de diverses taules rodones sobre



comunicació local, amb la participació d'experts i professionals del sector. El actes continuaran fins a l'11 de setembre de 2010, data prevista per a la presentació del llibre *30 anys de Ràdio Arenys* ■

Preparació de la primera emissió de Ràdio Arenys. A la imatge: Toni Barrachina, Assumpció Maresma, Antoni Esteve i Victòria Piny.

Mor Miquel Armengol, la veu de Ràdio Molins de Rei

El passat 29 de setembre moria víctima d'una greu malaltia el periodista Miquel Armengol (Molins de Rei, 1947), una de les veus històriques de la ràdio local de Catalunya. Armengol va ser un dels fundadors de Ràdio Molins de Rei, emissora en la qual no va deixar de treballar mai i que dirigia des de l'any 1991. Durant la seva llarga trajectòria professional, va col·laborar amb nombrosos mitjans de comunicació: emissores de ràdio locals, nacionals i cadenes de televisió. L'any 2003 va rebre el Premi Comunicació atorgat pel Centre d'Estudis Comarcals del Baix Llobregat i el 2007 Ràdio Associació de Catalunya el distingia amb una Menció d'Honor per haver sabut aplicar



esquemes de la ràdio generalista a la fesomia pròpia de la ràdio local. La seva veu acompanyava tots els matins els veïns de Molins de Rei, fidels al magazín *Bon dia i bona hora*, amb més de 4.200 emissions d'història. Precisament amb motiu de l'edició 4000 del programa -fa un any i mig-, Armengol desvetllava a les pàgines d'ANTENA LOCAL el secret de l'èxit: "la dedicació, el sentiment... En definitiva, tenir passió per la ràdio" ■

Miquel Armengol durant l'edició 4.000 de l'històric Bon dia i bona hora, fa un any i mig.

Ràdio Silenci incorpora 22 programes a la seva graella

Ràdio Silenci, la ràdio de la Garriga, arrenca aquesta nova temporada amb l'emissió de 22 programes que es poden escoltar cada dia, de dilluns a diumenge, a partir de les 8 del vespre. La principal novetat és l'estrena de vuit nous programes sobre nutrició, llengua catalana, propostes de rutines a peu i esports, que se sumen als que ja existien d'actualitat municipal, cinema, pediatria, poesia o els elaborats pels alumnes de diverses escoles de la població.

L'emissora de la Garriga va fer una presentació pública de



la nova programació, amb un acte que va tenir lloc a l'Escola

Municipal de Música, que va comptar amb la presència del

L'emissora de la Garriga va presentar la nova programació en un acte públic. A la foto, tot l'equip de la ràdio.

periodista Jordi Basté, director i presentador del programa *El món a Rac 1*. L'acte també va servir per anunciar els projectes més immediats de l'emissora, com la posada en funcionament de l'aplicació que permet escoltar la ràdio a través de l'*iPhone* ■

Cent 7 Música estrena un programa d'esports

L'emissora municipal de Vila-sacra, Cent 7 Música, ha estrenat aquesta nova temporada un programa d'informació esportiva. Es tracta de *107-sports*, que ofereix tota l'activitat esportiva que té lloc a la comarca de l'Alt Empordà.

L'espai, dirigit i presentat per Dani Pagès, inclou entrevistes als esportistes que han estat protagonistes durant la setmana, tertúlies i els resultats del cap de setmana. *107-sports* s'emet cada diumenge, de 20h a 21h.



A més, Cent 7 Música ha encetat la nova temporada radiofònica amb la incorporació de nous espais musicals, com *Club de country* i *80's factory*, *Ruta 66* sobre pop-rock nacional i *Musicando*, de música internacional. A més d'aquestes novetats, l'emissora de Vila-sacra continua apostant per programes ja consolidats com *Bon dia Empordà* i *El palau del vent* ■

Imatge promocional de la nova programació de Cent 7 Música.

Més informació i més música a Cugat Ràdio

Sota la premissa “més informació i més música de qualitat”, Cugat Ràdio ha encetat la nova temporada mantenint la radiofórmula informativa i incorporant un nou espai dominical, *Informatiu matí*, de 6h a 9h. Per a la directora de Cugat.cat i Cugat Ràdio, Mònica Lablanca, l'emissora, com a servei públic, “té l'obligació d'informar el màxim possible i amb el màxim rigor i immediatesa”. Els butlletins horaris i el magazín *Sant Cugat a fons*, a més dels espais de cap de setmana com *L'entrevista* i *Esport en marxa* completen l'oferta informativa de la ràdio.

D'altra banda, l'emissora municipal de Sant Cugat ofereix una dotzena de programes de música especialitzada que s'emeten a partir de les 10 de la nit. Es tracta d'espais que van des de la música clàssica, passant pel reggae, el rock o les bandes sonores de pel·lícules.

Cugat Ràdio, a més d'emetre al 95.1 de l'FM, també es pot escoltar en directe des de Cugat.cat, on s'hi pot trobar una selecció de les entrevistes que els serveis informatius de l'emissora realitza cada dia ■



L'emissora ha reforçat la seva programació informativa. A la imatge, Núria Alcalà, redactora dels serveis informatius.

Amposta Ràdio traspasa fronteres

“Amposta sense fronteres” és el nou espai de l'emissora municipal Amposta Ràdio, inclòs dins del magazín *La ciutat al dia*, que dirigeix i presenta Manel Ramon. L'espai, de mitja hora de durada, té l'objectiu de donar a conèixer cada setmana ampostins i ampostines que estan realitzant la seva tasca professional a diversos països del món. Músics, esportistes, executius o catedràtics són alguns dels veïns d'Amposta que per motius professionals resideixen a indrets com Ginebra, Berlín, Honk Kong o Washington.



Els entrevistats, alguns d'ells anònims per a la resta d'ampostins, expliquen la seva experiència personal i professional als nous països on s'han traslladat a viure. “Amposta sense fronteres” es pot escoltar cada dilluns, a partir de les nou del matí, per Amposta Ràdio ■

“Amposta sense fronteres” està inclòs dins el magazín *La ciutat al dia*, que dirigeix i presenta Manel Ramon.

assistència i assessorament,
servei integral de telecomunicacions, sl

equips i serveis

Portugalete 6, local 08014 Barcelona • Tel. 93 296 46 46 • www.aasit.com • infoaasit@aasit.com

- 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

«Sóc un animal de ràdio... però la tele m'està enganxant»

Rita Marzoa, directora i presentadora d'*Actualitat viva*

Anna Alemany

De petita volia ser arquitecta, però va topar amb les matemàtiques de primer de BUP. En plena adolescència, va descobrir que al camp de futbol de Sitges era on s'aplegaven els nois. I com que les hormones li ho demanaven, va decidir escriure les cròniques dels diversos equips per a l'escola de futbol del Blanca Subur. Així, Rita Marzoa (Sitges, 1968) va decidir que volia ser periodista. Mentre es formava en mitjans locals, com L'Eco de Sitges o Ràdio Sitges, estudiava periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona. Més endavant va ser corresponsal de Catalunya Ràdio i del diari Avui a Tarragona. A partir del 1992, es va incorporar al grup d'emissores de Catalunya Ràdio on ha estat sotsdirectora del Catalunya vespre, coordinadora de Catalunya Informació, editora dels informatius del cap de setmana, presentadora de El matí de Catalunya Ràdio, directora del Catalunya matí, i responsable de l'espai Si més no, guardonat amb una menció d'honor als Premis Ràdio Associació de Catalunya 2006. Actualment, dirigeix el programa de cooperació Solidaris a Catalunya Ràdio (recentment guardonat amb el premi Catalunya Social 2009), i el programa televisiu d'entrevistes i debats Actualitat viva a COMUNICÀLIA.

Rita Marzoa s'incorpora el mes de maig a COMUNICÀLIA com a directora i presentadora de l'Actualitat viva, un espai amb més de 5 d'anys d'història a les graelles de les televisions de proximitat. Com condiciona aquest canvi en la direcció el caràcter del programa?

He intentat aportar la meua personalitat a un producte que anteriors presentadors havien fet seu. La grandesa de poder fer periodisme no és només el que fas sinó com ho fas. He volgut humanitzar-lo una mica més i fer-lo més proper a l'audiència. Per exemple, que en cert moment es pugui tocar el braç d'un convidat o que, plegats, puguem riure d'una situació. Crec que, precisament, una part de la desafecció en política passa per aquest mur que es construeix entre uns i altres.

Actualitat viva és un programa d'entrevistes i debats que compta cada setmana amb personalitats de primera línia del món de la política del nostre país. Quins són els criteris periodístics que prevalen a l'hora de triar els temes i els convidats?

El criteri fonamental és el de l'actualitat. I "actualitat" es refereix a un fet que fa temps que s'arrossega però que no s'ha explicat prou bé; que preocupa a la gent del carrer però que ningú no ha aconseguit donar-li forma. I és aleshores que els periodistes considerem necessari aturar-nos i reflexionar sobre aquest fet. O, per altra banda, "actualitat" també és aquell fet que ens esclata al nas. Això ens obliga a reaccionar amb rapidesa i a voler tenir immediatament al protagonista de la notícia al plató.

El fet que Actualitat viva sigui un programa que emeten televisions de proximitat determina la selecció dels temes i els convidats?

De cap manera. Que siguin programes de proximitat no vol dir que tinguin menys contingut o comptin amb convidats de menys pes.

Penso que la gent ha de tenir la possibilitat de veure espais d'anàlisi, debat, de reflexió global en el seu mitjà local, ja que tots som ciutadans d'una nació amb uns interessos concrets. A més, crec que no s'han de deixar aquests espais únicament a les mans de les grans empreses de comunicació perquè els condicionants a l'hora de tractar segons quines informacions seran molt més pesants. En canvi, en els mitjans de proximitat, hi ha més llibertat per dedicar espai a la reflexió.



Parlant de la televisió de proximitat, com valoren el seu paper a Catalunya?

La televisió local és cada cop més fonamental. Catalunya ha crescut d'una manera brutal, i la televisió local ha de servir d'eina d'integració a les persones novinyades i ha de fer un paper de cohesió de les comunitats a qui s'adreça. A més, crec que els mitjans locals també fan una funció de consciència als canals autonòmics, que a vegades no entenen el territori que trepitgen, perquè no es pot parlar igual a algú que viu a Vic o a algú que viu al *cin-turó roig* de Barcelona, o a qui viu a Mollet-russa o algú d'un barri de la perifèria de Lleida. La televisió de proximitat fa de crossa dels grans mitjans, que han de ser globals i transversals, perquè ofereix allò concret que necessiten determinades comunitats, ciutats, pobles o barris.

Tornant al programa, com tracta l'espai la ponderació entre les diferents forces polítiques?

La gent que ens escolta és plural, per tant no tindria cap sentit que parléssim només d'una sensibilitat política. El nostre

«He intentat aportar la meva personalitat al programa. La grandesa de poder fer periodisme no és només el que fas sinó com ho fas»

model electoral permet que hi hagi molts colors i a l'*Actualitat viva* intentem que totes les sensibilitats hi estiguin representades. Tot i això, és evident que hi ha forces que són majoritàries i d'altres minoritàries i que, pel sol fet de ser-ho, generen més o menys informació. Per tant, hi haurà forces que tindran més representació al programa perquè és així com ho marca l'actualitat.

El programa compta amb la col·laboració de periodistes i experts que aporten el seu punt de vista. Li dóna un valor afegit?

Els periodistes donen riquesa al programa. El que estem intentant és que hi hagi més dones al programa, no només

com a protagonistes sinó també com a coprotagonistes que plantegin qüestions. En aquest sentit, la dona és una sensibilitat necessària a l'hora d'analitzar l'actualitat.

Malgrat tot, encara hi ha poca presència femenina en els alts càrrecs als mitjans de comunicació...

És veritat. Si vas a buscar a l'*staff* dels mitjans de comunicació, per desgràcia és encara amb testosterona. La dona no està prou representada en programes d'anàlisi i de debat com l'*Actualitat viva*, i el que hem d'intentar és aigualir tot això.

Solidaris, un espai de cooperació de Catalunya Ràdio, i Actualitat viva són de continguts ben diferents. Com ho compagines?

Un programa compensa l'altre. A la ràdio parlo de cooperació, de drets humans, de persones que pateixen i de les que progressen. Això fa que les converses amb els polítics a la televisió siguin més humanes.

«La dona no està prou representada en programes d'anàlisi i debat»

I també al revés, el fet de tractar amb polítics a la tele fa que el producte que faig a la ràdio no resulti tan naïf.

Quins són els reptes de futur que plantejes per al programa?

Socialitzar-lo una mica més, intentant que al plató no només sigui present la política pura i dura. Hem de pensar que la política és una cosa més àmplia: la cultura, l'esport, l'economia, la sanitat o l'educació també són política. Tots, cada dia, d'alguna manera o altra, fem política: participant en associacions de veïns, sent membres d'un club de futbol, si participem en una conferència o assistint a determinats espectacles o concerts. Per tant, no només hem de parlar de política amb els polítics.

La teva carrera professional ha transcorregut majoritàriament a la ràdio. Però com et trobes dins un plató amb càmeres conduint *Actualitat viva*?

He de confessar que em pensava que em trobaria més incòmoda a la tele, però la humanitat de la gent amb qui treballo fa que m'hi senti molt més còmoda. Tot i això, reconec que sóc un animal de ràdio; m'agrada molt seure tranquil·lament sense maquillar-me i treballo molt més còmoda sense haver-me de posar una americana. Però veig que la tele m'està enganxant ■



El test de... Rita Marzoa

Quanta estona dedica al dia a mirar la TV?

Els dies de festa, unes dues hores com a màxim; els de cada dia, no gaire perquè no tinc temps.

I a escoltar la ràdio?

Encara menys, és fort això... La tinc engegada a la feina per mantenir-me informada.

I a navegar per Internet?

Moltes hores al dia, tant a la feina com a casa.

Quants correus electrònics rep al dia?

Entre 30 i 50.

Un programa de ràdio / TV preferit?

De ràdio, *La competència* de Rac 1. De tele, *Karakia* del C33, que està molt ben fet, molt ben pensat i amb molta intenció.

Un web?

Vilaweb.

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

Sí, en tinc i hi porto de tot, des de concerts d'arpa fins a Glissando, Lluís Llach, Feliu Ventura, The Killers o Keane.

Últim llibre que s'ha llegit?

Llegeixo moltes coses a la vegada: estic acabant el segon de la trilogia *Millenium*;

llegeixo *Cròniques de Oriente Próximo* de Tomàs Alcoverro i un sobre el Pep Guardiola, encara que sigui *periquita*.

Un viatge per recomanar?

Ara que comença la tardor aquí, i la primavera allà, aniria a l'Argentina, i a on fos, des de les catarates de l'Iguazú fins al Perito Moreno. És un continent, un país que m'apassiona.

Alguna afició especial?

Dedicar temps al meu fill i al meu marit.

Un indret per perdre's?

Osona, perquè de petita hi anava molt. Sant Julià de Vilatorrada, Puiglagulla, Les 7 Fonts són llocs que m'agraden molt.



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.bipastv.com



**CÀTAR
FILMS**

Continguts audiovisuals
www.catarfilms.com

C/ Castellar del Vallès n° 75, 2° 1°
 08208 Sabadell (Barcelona)
 Mòbil 610990036



**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.



**WAI
ENTERTAINMENT**

<http://www.waitv.tv>
 Tel. 93 208 06 66 c/e: enric@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



**moviola
produccions**

10 anys
 passant la navalla
 per la lluna

Cinema
 Televisió
 Internet
 Festivals
 Publicitat
 Subtítols

93 888 76 39
moviolapro@mac.com

Els Beatles reviuem a través de la tecnologia

Joan Bril-li

L'entrada dels Beatles al món dels videojocs demostra una vegada més que amb el pas del temps la societat ha canviat i també han variat els elements que ens envolten i que s'usen per jugar, per a l'oci, ens referim al videojoc. En podríem descriure moltes tipologies: els jocs de simulació, d'estratègia, d'aventura, d'acció, els esportius, de rol o els educatius, entre molts d'altres. Però en aquest cas ens referim a un videojoc musical, el sùmmum per als *Beatlesmaníacs*, un joc ubicat en el món de l'entreteniment electrònic. Les noves tecnologies ens donen l'oportunitat de gaudir de l'atractiu i els èxits d'un dels millors grups de rock de la història. Amb *The Beatles Rock Band*, els Beatles tornen a néixer.

El passat 9 de setembre va ser la data triada per al llançament d'aquest nou videojoc coincidint amb la remasterització dels 13 àlbums oficials de la famosa banda de Liverpool. A aquest àlbums, s'hi afegeix un disc amb els dos recopilatoris *Pat Masters*, tots ells en versió estèreo per primera vegada. La data 9-9-9 -tècnica de màrqueting- difícilment podrà ser oblidada pels incondicionals de la popular formació. Quatre dècades després de la seva separació, els Beatles tornen doncs a la vida, amb el suport de Paul McCartney, Ringo Starr, i les vídues de John Lennon i George Harrison, que van assistir personalment



a la presentació del videojoc produït per MTV Games i Harmonix.

Màxim realisme





The Beatles Rock Band permet experimentar la carrera dels Beatles de principi a fi: des dels inicis a Liverpool el 1963 fins a la memorable actuació a la terrassa d'Apple Corps.

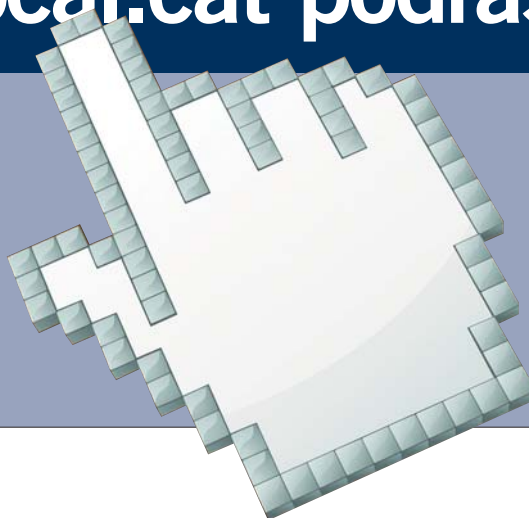
Una de les principals novetats del videojoc és que permet cantar simultàniament a tres usuaris, tal com feien els Beatles, amb la finalitat d'afegir realisme a la interpretació. El joc en la seva edició d'alta gamma està acompanyat amb un simulador de la bateria de Ringo Starr, i també de la guitarra que utilitzava McCartney, si bé

les guitarres de Lennon i Harrison es venen a part. Els perifèrics són, doncs, rèpliques d'instruments popularitzats pels quatre músics durant la seva carrera musical.

El joc conté 45 temes, però a més d'aquestes cançons, l'àlbum d'Abbey Road està disponible com a contingut descarregable de pagament, a més de cançons addicionals del catàleg dels Beatles. Si tens una d'aquestes consoles, la PlayStation3 de Sony, la Wii de Nintendo o l'Xbox 360 de Microsoft, no deixeu de gaudir d'aquest videojoc i de les millors cançons de la formació britànica. No podeu perdre l'oportunitat de demostrar la vostra destresa emulant clàssics com *Get Back*, *Yellow Submarine* o *Twist and Shout*. Llarga vida al rock! ■

A www.antenacat.cat podràs...

-  Llegir els continguts més destacats de cada número
-  Descarregar-te el PDF de totes les edicions publicades (des del número 1!)
-  Consultar tota la informació sobre la revista
-  I si la vols rebre a casa, envia les teves dades a subscripcions@antenacat.cat



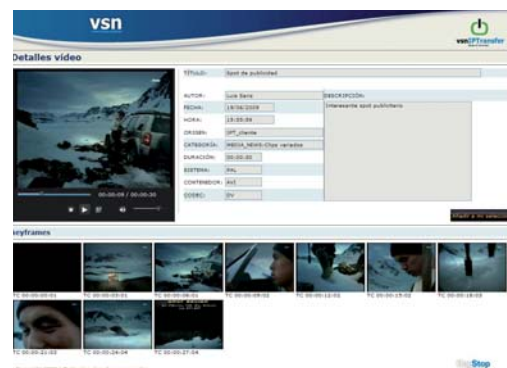
Novetats de VSN al Broadcast '09

VSN (Video Stream Networks, SL) continua reforçant el seu eslògan "OneStop Tapeless TV" (Tot en un sense cintes). Amb aquesta idea, VSN estarà present en la fira Broadcast de Madrid per setena edició consecutiva, on presentarà més de 20 versions noves dels seus productes d'automatització per a canals de TV en SD/HD, tots ells desenvolupats pel mateix fabricant.

Reduir costos en temps de crisi

Aquest any l'objectiu és reforçar la campanya adreçada a transmetre els beneficis i les reduccions de costos que aporta aquesta tecnologia en temps de crisi. Cal destacar la nova oferta de prova gratuïta del sistema de contribució per IP vsnIPTransfer, que VSN realitza a tots els *broadcasters* i proveïdors de continguts.

També destaca un conjunt de nous sistemes integrats i assequibles, tipus "tot en un", de servidors d'ingesta, *playout* i gràfics, tots de les famílies VMax, VXtreme i vsnmatic. Els gràfics en pantalla reben un gran impuls amb la nova titularadora vsnmagicCG, totalment integrada amb el conegut *playout* de continuïtat vsnmatic. Pel que fa a automatització, vsnmulticom9 incorpora novetats importants en la sincronització d'escaletes i millores importants en els fluxes de treball. El sistema de tràfic i gestió vsncreaTV ara és multiplataforma (Oracle, SQL, MySQL, etc) i presenta una nova eina de gestió de contractes i drets d'emissió. L'apartat de producció i notícies, vsnnews, és més flexible i incorpora la possibilitat d'interfaç MOS amb sistemes gràfics i eines de text de tercers ■



Cal destacar la nova oferta de prova gratuïta del sistema de contribució per IP vsnIPTransfer, que VSN realitza a tots els *broadcasters* i proveïdors de continguts.

DSX S-ATA

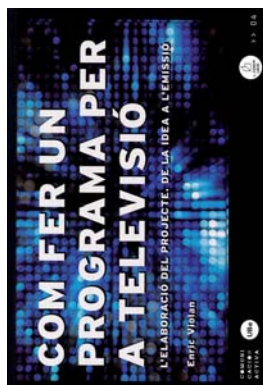
VECTORBOX

- 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.

Com fer un programa per a televisió

Enric Violan, Ube. Comunicació activa, Barcelona, 2008, 106 pàg., 17€



Aquest llibre s'adreça a tots aquells professionals de la comunicació, estudiants del mitjà audiovisual o fins i tot aquelles persones creatives i emprenedores que tenen una bona idea per fer un programa de televisió.

El seu autor, Enric Violan, amb una àmplia trajectòria en la direcció de programes televisius, ofereix un seguit d'eines i

tècniques que poden ajudar a presentar un bon projecte de format per a televisió.

Aquest volum s'estructura de manera que es parla de les etapes bàsiques de la idea fins a la presentació del projecte. El llibre dedica un capítol, entre altres, al registre de la propietat intel·lectual, al pressupost i al pla de treball i als sistemes de producció, ja siguin projectes

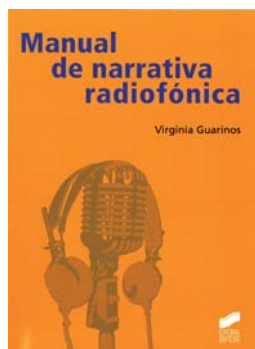
de producció pròpia, associada, externa, d'intercanvi o coproducció. La part final de l'obra ofereix una sèrie de documents i d'informació interessant que s'utilitza en el dia a dia de la preparació d'un projecte.

Com fer un programa per a televisió també pot ser d'interès per a qualsevol lector que tingui ganes de saber com es treballa a la televisió ■

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

Manual de narrativa radiofònica

Virginia Guarinos, Editorial Síntesis, Madrid, 2008, 296 pàg., 23,50€



Manual de narrativa radiofònica té l'objectiu de formar els estudiants universitaris en la creació i l'anàlisi de textos per a la ràdio. Amb aquesta finalitat, cada un dels capítols del llibre conté una exposició teòrica dels conceptes i fenòmens radiofònics i un comentari analític de talls radiofònics transcrits que serveixen d'exemples.

El llibre s'estructura en dues parts. La primera, se centra en el llenguatge radiofònic, la segmentació dels programes i les categories narratives en ràdio. La segona es refereix als gèneres radiofònics. L'autora exposa, en primer lloc, els gèneres radiofònics informatius, centrant-se en la notícia, l'informe, la crònica, l'editorial, l'entrevista

d'opinió i la tertúlia. En segon lloc, fa esment als gèneres radiofònics fictivals, com els dramatitzats, els narratius i la ficció en la publicitat.

Per últim, explica les característiques dels gèneres radiofònics d'entreteniment, com el magazín, els programes esportius, els musicals i els de participació ■

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

actdtllocal@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

CANALES DE TV	900
PAISES	80
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



VSN Matriz (España)
t. +34 93 734 9970
info@vsN.es

VSN Latinoamérica
t. +598 2 518 55 85
latam@vsN-tv.com

VSN Brasil
t. +55 11 9454 8731
ileal@vsN.es

VSN Oriente Medio
t. +971 50 2733239
mideast@vsN-tv.com

VSN Norteamérica
t. +1 305 629-3201
usa@vsN-tv.com



PETITS GESTOS QUE FAN QUE
MOURE'S EN TRANSPORT PÚBLIC
SIGUI ENCARA MÉS FÀCIL

LA REVOLUCIÓ DELS PETITS GESTOS
HA COMENÇAT



**Generalitat
de Catalunya**

pel
transport
públic

som-hi