

antena local

La revista de la comunicació local

Núm. 70 - setembre 2010

Informació de proximitat: valor diferencial

Les televisions locals aposten
pels espais informatius com a segell
d'arrelament al territori



Les quatre associacions de premsa del país reflexionen sobre
la integració de l'audiovisual en els mitjans tradicionals (p. 10)

El Baròmetre radiografia per primer cop les preferències
dels telespectadors de la TV de proximitat (p. 14)

acn

Agència Catalana de Notícies

AL MÓN CATALUNYA OBERTA
AL MÓN CATALUNYA OBERTA

www.catalannewsagency.com

Temps d'eleccions

Just unes hores abans de redactar aquest editorial, el president de la Generalitat, José Montilla, va anunciar la data de les properes eleccions al Parlament de Catalunya. Seran el 28 de novembre de 2010. Aquell dia els ciutadans d'aquest país escolliran els seus representants, i de retruc, decidiran qui serà el president i el seu executiu durant la pròxima legislatura. Pocs mesos després, el juny de 2011, hi haurà també eleccions municipals a Catalunya i autonòmiques i municipals a les Balears i al País Valencià. Per tant, som davant d'un període d'intensa activitat electoral i política, que de ben segur impregnarà també l'activitat de tots els mitjans de comunicació audiovisuals, tant els d'àmbit nacional com els de proximitat.

En el sector audiovisual de proximitat, al qual servim i intentem dinamitzar modestament des de COMUNICÀLIA, aquests llargs períodes electorals es viuen sovint amb intranquil·litat i generen dubtes sobre el futur immediat. No hauria de ser així. Prou maldecaps tenim tots plegats a trampejar els problemes derivats de la crisi econòmica, els creats per una legislació sobre l'audiovisual incipient, encara confosa i poc consolidada, i els generats pels canvis d'hàbits de consum mediàtic dels ciutadans, com per haver de patir també pels possibles daltabaixos que els cicles electorals provoquen en les institucions públiques. No hauria de ser, però és així: cada quatre anys recuperem la incertesa de saber si certs projectes podran tenir continuïtat o bé si, amb els nous governants, seran replantejats de dalt a baix.

Les ràdios i televisions locals –com també la premsa escrita i digital de proximitat– s'han guanyat a pols el dret a continuar vertebrant el país, normalitzant l'ús del català, propiciant la participació ciutadana, afavorint la integració dels novinguts i descentralitzant la producció de continguts per tot el territori. Ho han fet les públiques i la majoria de les privades, les de ciutats grans i també les d'àrees més despoblades o menys centrals. Cap canvi en les majories polítiques d'ajuntaments, diputacions o del mateix Parlament de Catalunya hauria de posar en qüestió aquest fet. Des de COMUNICÀLIA, estem segurs que el futur govern català, sorgit dels comicis del 28-N, sigui del mateix color que l'actual o bé d'un altre color polític, assumirà que el teixit comunicatiu audiovisual de proximitat propi del nostre país s'ha de continuar protegint i potenciant des de la màxima institució d'autogovern, com s'ha fet en els últims quinze anys.

Comunicàlia
SERVEIS PER A LA COMUNICACIÓ

President: **Jaume Gilabert i Torruella.**
Director General: **Joan Vila i Triadú.**

Direcció: **Sònia Maza.**

Redacció: **Anna Alemany, Rubén Martínez, Diego Muñoz (fotografia) Daniel Muñoz (il·lustracions).** Signatures: **Xavier Abelló, Frederic Cano, Josep M. Casasús, Josep M. Codina, Daniel Condeminas, David Domingo, Antoni Esteve, Pilar Garcia, Toni Gisbert, Julio Gómez, Marisa Goñi, Saül Gordillo, Joan Francesc Gras, Àlex Gutiérrez, Gaspar Hernández, Mònica Lablanca, Jordi Llavina, Miquel Macià, Jordi Margarit, Enric Marín, Agustí Martín, Ramon Mateu, Margarida Moles, Fèlix Noguera, Xavier Núñez, Vicent Partal, Jordi Puig, Patrícia Remiro, Manel Ramon, Josep Ritort, Josep Carles Rius, Miguel Sebastián, 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.



**CONSORCI LOCAL
I COMARCAL DE
COMUNICACIÓ**

Llull TV, la televisió IP de projecció exterior de la cultura catalana

A mesura que els amplex de banda i les possibilitats de compactació dels arxius ho permeten, cada vegada el vídeo és més present a la xarxa, no només al portal per excel·lència *youtube*, sinó també a les webs de les empreses i de les institucions, ja que els permet un element afegit d'explicació de les activitats que realitzen. Aquest és el cas de Llull TV (www.llull.tv), una eina de comunicació de la Fundació Ramon Llull -constituïda pel Govern d'Andorra, l'Institut Ramon Llull (Generalitat de Catalunya i Govern de les Illes Balears), el Consell General dels Pirineus Orientals, L'Alguer i la Xarxa de ciutats valencianes- que té per objectiu la promoció de la llengua i de la cultura catalanes.

Com se sap, les activitats de la Fundació i de l'Institut

Ramon Llull es realitzen fora del territori lingüístic català, en espais acotats i arreu del món. Moltes de les trobades culturals són úniques i irrepetibles, però limitades al públic assistent. Des del mes de març, Llull TV permet estendre a qualsevol que ho desitgi algunes d'aquestes activitats específiques que s'organitzen amb l'objectiu de presentar al món la riquesa, la varietat i la qualitat de la cultura catalana.

En paral·lel, l'arxiu audiovisual també ofereix elements per a l'aprenentatge de la llengua catalana, com és el cas de la sèrie de ficció *4 cats* o el material aportat per les televisions públiques dels territoris consorciats que són una eina d'ús per als estudiants de les més de 150 universitats d'arreu del món que ofereixen en-

senyament de llengua catalana. O els continguts del *Poetarium*, una proposta audiovisual amb 33 poetes que inclouen la lectura de poemes i entrevistes subtítolades en anglès.

Per tal de reforçar la difusió internacional de la cultura catalana, l'oferta de Llull TV, que es troba bàsicament en català, anirà augmentant gradualment els arxius amb els idiomes de destí dels llocs on es realitzen les activitats. Les interfícies de la web estan en català, espanyol, anglès, francès i italià.

Llull TV troba així en la definició dels seus continguts i en la superació de l'espai físic el millor públic objectiu. Per un costat, aquell usuari interessat perquè vol aprendre català i, per l'altre, totes aquelles persones, siguin d'on siguin,



Margarida Moles
Coordinadora de Continguts
Virtuals i Audiovisuals
Institut Ramon Llull

interessades en figures o aspectes de la cultura catalana. És, doncs, un públic universal. Esperem poder donar resposta a totes aquestes inquietuds ■

Ràdio Matarranya: 18 pobles, una sola veu

En la confluència de Catalunya, València i Aragó se situa la comarca del Matarranya, un territori amb uns trets d'identitat propis molt forts, una terra rural, d'interior, però amb una densa xarxa d'entitats culturals, polítiques i socials que treballen dia a dia per aconseguir que aquesta zona tingui un futur millor. Malgrat la quantitat d'accions, de tot tipus, que es duen a terme, moltes d'elles no tenen un ressò suficient en la població. Aquest fou i és, el motiu pel qual es va decidir posar en marxa Ràdio Matarranya, la creació d'un canal comunicatiu propi del territori i per al territori, per tal de fomentar el coneixement de totes les activitats, ser un mitjà per dinamitzar socialment

i culturalment els 18 municipis, ser una eina comunicativa entre veïns, associacions, ajuntaments i altres entitats, a més de convertir-se en un suport per promocionar i llançar noves iniciatives per al desenvolupament o millora d'aquest territori.

La situació geogràfica del Matarranya ha propiciat la relació tant amb els catalans com amb els valencians, sent moltes més les semblances que les diferències, entre elles la llengua. Es tracta d'un territori de confluència, que comparteix història, tradició, cultura i llengua. Lluny d'entrar en estèrils polèmiques, Ràdio Matarranya aposta per utilitzar la llengua que es parla al territori, perquè entre altres és una

de les riqueses culturals més importants.

Ràdio Matarranya va començar les seues emissions en la primavera d'aquest any i, en aquesta primera fase, realitza un programa magazine de dilluns a divendres entre les 12 del migdia i les 2 de la vesprada, que a més es repeteix entre les 6 i les 8 de la vesprada. La resta de la programació es completa amb Aragó Radio, la ràdio autònoma d'Aragó.

Si bé es cert que tal volta no ens trobem en el millor moment per ficar en marxa un mitjà de comunicació, tampoc és menys cert que el món rural fa ja moltes dècades que es troba en una situació semblant. Aquesta iniciativa pre-



Jordi Puig
Coordinador
Ràdio Matarranya

tén, en la mesura de les seues possibilitats, ajudar al desenvolupament d'una comarca plena de possibilitats ■

Construint un espai de comunicació comú



Enric Marín
President del Consell de Govern
Corporació Catalana de Mitjans
Audiovisuals

Assumeixo la presidència del Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals amb una televisió i una ràdio líders d'audiència i referència de qualitat, també a la xarxa. Ho faig tenint present que aquest mateix moment és també de sotragada a causa de la crisi econòmica i financera que ens obliga a reestructurar-nos i que ens ha de servir per ser més sòlids empresarialment de cara al futur.

En l'àmbit de la comunicació de proximitat de Catalunya, l'ona expansiva de la crisi ha estat encara més dura, arribant a entebolir la viabilitat d'alguns projectes i ofegant expectatives emergents. I no tan sols la crisi: la migració digital i un marc jurídic encara inestable han comportat que aquest sector hagi hagut, com a mínim, de treure forces de flaqueza per tirar endavant.

Tot i amb això, i entenent que s'hagin rebaixat les perspectives d'un sector que veia en el nou escenari digital grans possibilitats d'avançar, des de la vessant nacional de la comunicació, així com de la local i comarcal, els objectius han de persistir. Perquè les dificultats són moltes, però les oportunitats, en l'era de la multiplicació de finestres, de la comunicació 2.0 i les xarxes socials, encara són més. La clau serà llegir correctament el canvi de paradigma i adaptar-se als nous entorns.

«La relació de la Corporació amb la xarxa de comunicació local i comarcal l'ha de marcar la voluntat d'entesa, de participació i de coordinació en tot allò que sigui possible, perquè uns i altres conformem el sistema català de comunicació i tenim l'empresa de fer-lo referencial»

En poc temps, han aparegut noves pantalles i nous dispositius de comunicació instantània que permeten el consum de continguts d'una manera diferent, que canvien els hàbits. I molt més enllà de la tecnologia, a nivell humà, els moviments migratoris han remogut el nostre mapa demogràfic i cultural.

Així doncs, els gestors i els productors de continguts mantenim la responsabilitat de vertebrar comunicativament un territori, davant d'una realitat que en poc temps ha canviat molt i de la proliferació massiva de continguts comercials de baix cost i segurament poc exigents. Al nostre país, a més, s'hi suma el repte no menys important de vertebrar-lo lingüísticament. La comunicació local i comarcal, en la seva vessant de servei públic més proper, pot penetrar en franges socials que en principi podrien ser menys permeables per a altres mitjans d'àmbit nacional. El poder d'inclusió i d'integració de la comunicació d'àmbit local, per la seva capillaritat, és molt important.

Per aprofitar les oportunitats que se'ns brinden cal comptar, una vegada més, amb la força dels nostres mitjans, de tots, com a creadors de continguts. És en aquest sentit que la relació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals amb la xarxa de comunicació local i comarcal l'ha de marcar la voluntat d'entesa, de participació i de coordinació en tot allò que sigui possible, perquè uns i altres conformem el sistema català de comunicació i tenim l'empresa de fer-lo referencial. La CCMA pot fer i ha de fer de locomotora del sector audiovisual a Catalunya. Però sense vagons no hi ha projecte nacional.

L'objectiu de comunicar i donar servei públic en forma de continguts de qualitat i en català ha de ser compartit i la força de cadascun dels mitjans en el seu àmbit d'influència, necessàriament complementària ■

Informatius de proximitat: l'essència de la TV local

La majoria d'emissores basen la seva oferta en els espais d'informació arrelats al territori per enganxar l'audiència i competir amb les altres cadenes



Gil Costa fent una entrevista en directe al Notícies migdia de TV Girona.

Sònia Maza

La Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya identifica la televisió local com una televisió de proximitat "dirigida a satisfer les necessitats d'informació, de comunicació i de participació social de les comunitats locals compreses en la demarcació específica de què es tracti". Podríem afirmar, doncs, que una programació informativa de qualitat i propera al ciutadà al qual s'adreça esdevé indispensable per a qualsevol canal, públic o privat, que vulgui ser considerat de proximitat. Però els informatius no són només un tret identificador de la televisió local. Estudis recents avalen la preferència dels espectadors per aquest tipus de continguts i la seva conseqüent competitivitat a nivell econòmic. És per aquest motiu que ANTENA LOCAL s'ha traslladat a quatre televisions del territori -25 TV (Barcelonès), TV Girona, CC Maresme TV i Canal TE (Terres de l'Ebre)- per conèixer de primera mà com realitzen els seus informatius. Es tracta de quatre models diferents però que compten amb un denominador comú: la proximitat.



Marc Truco durant l'editorial inicial d'Un dia més, notícies, de 25TV.

a l'estructura dels informatius, totes dues edicions tenen presentador i incorporen una entrevista final a plató, "que serveix no només per aprofundir en certs temes, sinó també per millorar la relació amb el teixit associatiu del territori". L'informatiu obre amb una notícia principal que es completa amb notícies secundàries que aporten altres visions. "Per exemple, si el Tour passa per Girona aquesta serà la notícia principal, però després en farem de complementàries per explicar com ho viuen els comerços o com afecta a la policia municipal", explica Costa. Pel que fa als temes abordats, es busquen notícies locals que siguin d'interès per als ciutadans de tota l'àrea de cobertura (Gironès, Pla de l'Estany, Selva interior i Baix Empordà) potenciant molt els temes propis. "Turisme, economia i infraestructures són qüestions que ens donen molt de joc". La programació informativa de TV Girona es completa amb espais com l'històric *Fil directe*, d'entrevistes als alcaldes, i l'*Observatori*, de debats.

"En general, tots els prestadors de TDT-L atribueixen una gran importància a la informació com a contingut essencial de la televisió local. Per als prestadors públics, una bona informació d'allò que passa a la demarcació i a les seves institucions és un element clau, gairebé justificador de la posada en marxa de la televisió. Per a molts privats, al seu torn, és una peça central de la seva programació, on consideren que assoleixen la major part de l'audiència i també on es poden col·locar els anuncis més cars".

Aquest paràgraf és un extracte del *Diàgnostic de la TDT local a Catalunya* que el Consell de l'Audiovisual va presentar a finals de l'any passat. El mateix estudi conclou que "la viabilitat econòmica de la televisió de proximitat es basa en la seva especificitat i al fet que dona compliment a les necessitats de l'audiència a la qual s'adreça".

Igualment, el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (vegeu p. 14-15) identifica -al seu informe *Quins continguts prefereixen els telespectadors de la televisió local i comarcal?*- les notícies, els debats i les entrevistes d'actualitat com un dels continguts més valorats per l'audiència d'aquests canals.

Però com són els informatius de les televisions de proximitat catalanes? Quins criteris guien la seva realització? Amb quines dificultats es troben els seus professionals?

TV Girona: valor diferencial

TV Girona és sense dubte una de les televisions de proximitat de Catalunya que més fort aposta per la informació. Recentment i a causa de la crisi, aquesta cadena privada s'ha replantejat el seu model de programació optant per un canal més informatiu. Però de fet aquests continguts sempre han estat claus a la televisió gironina. Amb 25 anys d'història, ja en fa 20 que emet informatius diaris. "Les notícies són el nostre valor diferencial respecte a la resta de cadenes, allò que la gent busca en nosaltres, per això hi dediquem tants esforços", explica Gil Costa, cap d'informatius. En dues dècades la programació informativa de la cadena ha crescut en quantitat i qualitat. "Al principi només hi havia una emissió gravada a les vuit del vespre, actualment, de dilluns a dissabte, fem un informatiu en directe al migdia de mitja hora de durada, i un informatiu en directe al vespre de tres quarts d'hora de durada, els diumenges oferim un resum amb les notícies més destacades de la setmana i cada dia durant el matí anem passant un baner amb els titulars", explica Costa, que afegeix: "A més, des que estem als actuals estudis tenim un *plató peixera* que es veu des del carrer i que ens ha fet guanyar proximitat amb la gent". De cara a l'any que ve la cadena es planteja fer un pas més: "Actualitzarem les notícies que surten als informatius diaris amb unes càpsules que emetrem cada hora". Quant

25 TV: vocació d'explicar amb marca pròpia

A 25 TV, les notícies són també un dels valors diferencials de la cadena. Des del 2003 aquesta televisió privada del Barcelonès emet un informatiu diari que actualment es completa amb tres magazines on l'actualitat també és clau. "En el nostre cas som molt conscients de qui som, on estem, i qui i com ens pot arribar a mirar", assegura Marc Truco, director d'Informatius de la cadena, que afegeix: "Potser en altres demarcacions de Catalunya és diferent, però a nivell local al Barcelonès tenim un canal com BTV que té una redacció d'informatius molt potent amb la qual no podem competir. Per això des del principi vam tenir bastant clar que havíem de fer un informatiu diferent, amb marca pròpia". És en aquest sentit, segons Truco, que més que un informatiu 25TV fa "un explicatiu". "Els mitjans que poden apostar fort per la informació busquen un llençatge estàndard, però la terminologia no sempre és accessible per a tothom. L'espectador ha de fer un esforç per entendre segons quines notícies. El nostre objectiu és superar aquesta barrera". Així, l'informatiu, que s'emet en directe de dilluns a divendres a les 15.30h, té com a principal objectiu explicar les notícies de manera que tothom les entengui, abordant informacions que siguin interessants de veritat

i afectin directament al ciutadà. El programa, de mitja hora de durada, comença sempre amb una editorial on amb to crític i irònic el presentador, el mateix Truco, comenta el tema de dia. Seguidament es dona pas a la resta de temes i es fa una comparativa dels titulars dels diaris. “Aquesta comparativa respon a la voluntat d’ajudar a l’espectador a tenir una visió crítica de la informació. De vegades ens trobem amb casos flagrants on el mateix fet per a uns és blanc i per als altres, negre. Si vius de consumir un sol mitjà pots tenir una visió de la realitat molt manipulada”, explica Truco. L’informatiu es tanca amb els breus i una imatge final que sol aportar un cert toc d’humor. Quant als temes, “el criteri bàsic és el d’obviar els grans temes que ja tracten els altres mitjans i abordar qüestions més socials, econòmiques, de salut, temes que en definitiva toquen a la gent”.

CC Maresme TV: visió completa de l’actualitat

Els informatius de CC Maresme TV són un dels pilars fonamentals de la programació de la cadena. L'emissora, hereva de la històrica TV Premià, té com a principal objectiu oferir als espectadors de la comarca una visió completa de l’actualitat. Per això el bloc informatiu de la cadena, que s’emet de dilluns a divendres a partir de les vuit del vespre, el componen diversos espais informatius. “En primer lloc

emetem el *Catalunya.info*, que dura uns 15 minuts i recull les notícies més destacades de l’actualitat nacional que ens proporciona COMUNICÀLIA (a través del servei de notícies que produeix l’ACN) i posteriorment el *Maresme.info*, que dura uns 35 minuts, té presentador, conté una editorial inicial com a tret distintiu, i aborda l’actualitat del nostre territori”, explica Alejandro López, responsable d’informatius de la televisió. CC Maresme TV completa aquest bloc informatiu amb els esports i una entrevista a un personatge d’actualitat de la comarca. Seguidament ofereix els espais *Premià.info* i *Vilassar.info*, amb notícies més locals, i per últim la informació del temps. “Apostem per aquest model perquè la gent que miri les nostres notícies de proximitat disposi també d’un petit recull de les notícies de Catalunya. D’aquesta manera aconseguim que estiguin informats de tot”, assegura López. Els temes socials, són, també en aquest cas, prioritaris. Aquest gran bloc informatiu es completa amb els programes *Foc creuat*, de debat sobre temes locals, i l’espai *Maresme esports*, que en format de reportatge dona veu a esportistes de totes les disciplines de la comarca.

Canal TE: la proximitat és prioritària

A Canal TE, amb cobertura al Baix Ebre, el Montsià, la Terra Alta i la Ribera d’Ebre, oferir continguts de proximitat és

un objectiu prioritari des que va néixer, el 2007. Actualment la programació informativa la componen dos espais, d’una banda el magazín matinal diari de dues hores *Di-xa’m vore*, i de l’altre l’*Informatiu vespre*, que s’emet també de dilluns a divendres a les 20.30h. “Com que som poca gent i disposem de pocs recursos el que fem és cobrir amb el magazine allò que no hem pogut abordar a l’informatiu. Amb aquesta combinació intentem donar la màxima informació”, explica Tere González, cap d’informatius de l’emissora. El cas de l’informatiu de Canal TE és especialment significatiu, ja que tot i que una sola persona se n’ocupa, la proximitat és igualment el criteri que predomina. “Què com m’organitzo? Quan arribo al matí miro les convocatòries que hi ha, si es fan entre hores en les que m’ho puc combinar en faig un parell, quan arribo organitzo l’informatiu, i amb les notícies que no he pogut cobrir faig un truc i demano entrevistes a plató”, explica González. Així, l’informatiu s’estructura al voltant de dues o tres peces pròpies del dia, que sempre són les primeres a l’escaleta. “Encara que siguin de cultura prioritzo els temes locals que tracto de manera més àmplia. Després faig uns tres o quatre breus recolzats amb imatges de recurs, i per últim passo a l’àmbit d’informació més general amb les notícies que ens proporciona COMUNICÀLIA”. Però també en aquest bloc de notícies nacionals la proximitat hi és present. “Acostumo a triar les notícies que tot i ser generals són d’interès també pels ciutadans de les Terres de l’Ebre. Sempre que és possible faig una petita desconnexió oferint dades del territori o contextualitzant amb reaccions del territori”, afirma.

Les dificultats i el servei de COMUNICÀLIA

Tot i tractar-se de models informatius diferents i de disposar de recursos també diferents, els responsables de les quatre televisions objecte d’aquest reportatge coincideixen a l’hora d’assenyalar les limitacions de personal i les dificultats de mobilitat com els principals entrebancs amb què es troben a l’hora de realitzar la seva feina. És aquí on entra en joc l’oferta informativa de COMUNICÀLIA (vegeu destacat p. 9). Tot i que no totes les televisions en fan el mateix ús, la valoració positiva sí que és unànime. “Jo estic molt satisfeta perquè per al bloc general de notícies ens

Alejandro López (en primer terme) repassant l’escaleta del dia a la sala de realització de CC Maresme TV.





Tere González a la redacció de Canal TE preparant l'informatiu.

va molt bé”, afirma Tere González, de Canal TE. “Totes les notícies que rebem de COMUNICÀLIA les incluíem al *Catalunya.info*, per tant ens és un servei molt útil i profitós”, assegura Alejandro López, de CC Maresme TV. “Per a nosaltres és essencial, és bàsic. Som un equip petit i bàsicament ens nodrim d'aquestes notícies”, explica Marc Truco, de 25 TV. Tot i no ferne un ús tan intensiu, a TV Girona també ho valoren positivament. “No som dels que agafem les notícies tal qual, ens les mirem i si cal les adaptem. Per exemple, aprofitem molt les declaracions dels polítics o aquelles notícies del territori que se'ns escapen perquè no som a temps d'arribar-hi”, aclareix Gil Costa ■

Sessió de treball a la nova seu de l'ACN

El 2 de juny passat la recent estrenada seu central de l'Agència Catalana de Notícies (ACN) acollia una sessió de treball on els caps d'Informatius de les televisions que utilitzen regularment el servei de notícies de COMUNICÀLIA i els responsables periodístics de l'ACN (encarregada de la realització del servei des de l'abril de 2009) van poder intercanviar impressions i punts de vista. L'objectiu de la reunió no era altre que debatre les característiques actuals del servei i decidir si cal fer algun canvi en horaris, especialitats temàtiques o formats perquè aquest s'ajusti més a les necessitats de les televisions.

Durant la sessió, es van fer públiques les dades que es desprenen després de més d'un any de servei per part de l'ACN. Des de l'abril de 2009 fins al juny de 2010 l'ACN havia servit més de 2.800 notícies (una mitjana diària de deu), editades i locutades, a punt per a la seva emissió, abarçant tots els camps de la informació d'àmbit nacional català, amb excepció dels esports. A més, en el mateix període, havia ofert fins a quatre sèries espe-

cialitzades com l'impacte de la Unió Europea a Catalunya, les eleccions europees, el canvi climàtic i la diada de Sant Jordi.

D'altra banda, i arran dels resultats dels qüestionaris adreçats als caps d'informatius de les televisions, es va elaborar un diagnòstic tant del servei de COMUNICÀLIA com de la programació informativa de les televisions. Així, segons aquest diagnòstic, les redaccions d'informatius de les televisions adherides a COMUNICÀLIA que fan ús del servei de notícies estan compostades per una mitjana de 4 persones (amb un màxim de deu persones i un mínim d'una). Els espais informatius que emeten són majoritàriament de periodicitat diària (de dilluns a divendres) i tenen presentador. Quant al número d'edicions, la majoria de televisions tenen entre una i dues edicions diàries. Les que tenen una sola edició l'emeten al vespre (entre les 20 i les 21.30h), mentre que els que compten amb dues edicions, les emeten al migdia (entre les 13.30 i les 15.30h) i al vespre (entre les 20 i les 21.30h). Quant al servei de COMUNICÀLIA, la majoria de televisions consideren que són més útils les notícies

enviades al llarg del matí (abans de les 13h), que les enviades al llarg de la tarda (entre les 13 i les 19h). Les emissores que prefereixen l'enviament del matí ho fan per motius organitzatius (tenen més temps per preparar l'informatiu, que molts cops graven abans d'emetre). Aquestes, però, asseguren aprofitar les notícies de l'enviament del vespre quan són atemporals per a l'informatiu de l'endemà. Les emissores que prefereixen l'enviament del vespre ho fan perquè emeten l'informatiu a la nit i valoren la màxima actualitat de les notícies. Pel que fa a les preferències temàtiques, les televisions assenyalen com a més interes-

sants les notícies sobre qüestions socials i/o econòmiques que afectin als ciutadans, les informacions sobre successos i atemporals, i aquelles que, tot i ser d'àmbit nacional, puguin contextualitzar-se fàcilment tenint en compte la seva influència a l'àmbit territorial de cada televisió. Fruit d'aquestes conclusions, tant l'ACN com COMUNICÀLIA estan treballant per oferir cada dia un millor servei ■

Imatge de la sessió de treball encapçalada pel director de l'ACN, Saül Gordillo, i el de COMUNICÀLIA, Joan Vila.



«Escrits, digitals, audiovisuals... com seran els mitjans de comunicació del futur?»

Les quatre associacions de premsa del país hi reflexionen

Anna Alemany

Com els mitjans digitals s'adapten a la incorporació de continguts audiovisuals, les noves oportunitats empresarials que se'n poden derivar, l'adaptació tècnica i humana, l'especialització i la importància del treball en xarxa són alguns dels temes entorn als quals han reflexionat quatre representants de les associacions de premsa del nostre país. Jordi Font, vicepresident de l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG) i director d'estratègia dels portals del Grup Nació Digital; Lluís Gendrau, president de l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC) i representant del Grup Enderrock; Estanis Alcover, president de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC) i representant d'El Punt, i Miquel Vila, president de ConeQtia (Associació de Premsa Professional i Continguts Multimèdia), s'han assegut per iniciativa d'ANTENA LOCAL per parlar del pas a l'audiovisual que han començat a fer els seus associats.

Vostès representen associacions creades originalment per aglutinar mitjans escrits de tot tipus, però en els darrers anys, han anat evolucionant i han creat seccions digitals i/o audiovisuals. Aquest pas es deu al fet que cada vegada hi ha menys negoci per a fer productes en paper?

Estanis Alcover (E.A): La translació d'informació cap al sistema digital no ve motivada per la crisi del paper. Són l'avanç de les noves tecnologies i les noves maneres de comunicar-se que fan que, si un editor vol estar al dia en relació al seu lector, està obligat a donar un servei digital. Tot i això, he de dir que dins l'ACPC, la incorporació de peces audiovisuals és, per ara, molt modesta.

Lluís Gendrau (LL.G): Incorporar continguts audiovisuals als digitals és una qüestió d'oportunitats. Els que fem continguts, hem d'intentar arribar al màxim de gent a través de tots els canals possibles per tal d'amortitzar-los. Així, els editors ja no som només editors de paper sinó que

ens transformem en editors de continguts. En aquest marc, l'APPEC i COMUNICÀLIA hem arribat a un acord per a la coproducció de continguts que suposa que els editors de l'associació fem, ara, programes de televisió.

Miquel Vila (M.V): Els canvis s'han produït per la irrupció de les tecnologies de la informació, i no pas per la crisi econòmica. Hem de tenir en compte que les audiències són políglotes i que, per tant, els mitjans hem de saber parlar els diferents llenguatges, però sense abusar-ne. Cada llenguatge té les seves connotacions, i hi ha informacions molt idònies per al paper que no té cap sentit traslladar-les al digital o en format audiovisual.

És vàlid per a tots els tipus de mitjans digitals incorporar continguts audiovisuals als seus portals?

Jordi Font (J.F): Dins de cada associació ens trobem amb experiències molt diverses, cosa que significa que cada mitjà fa el salt a l'audiovisual com pot. Penso que no és tan important, ara, si utilitzem o no el llenguatge audiovisual, sinó com les empreses s'adapten als nous temps. Des

del banc de continguts de l'ACPG els oferim material audiovisual que els ajuda en aquest sentit. A més, l'acord amb COMUNICÀLIA per a l'intercanvi de peces enriqueix el nostre banc de continguts.

E.A: El salt a l'audiovisual ve condicionat pel tipus de premsa que es fa. Has d'oferir al teu lector el que espera de tu, i en una publicació local o comarcal, al banc de continguts no et pots trobar informació del Penedès, per exemple, si tu estàs a l'Empordà. En els generalistes, aquests tipus de banc de continguts tenen més sentit, igual que els mitjans especialitzats de l'APPEC, que tenen més llibertat a l'hora de proposar els seus continguts en format audiovisual. En canvi, la premsa comarcal és més conservadora i el nostre banc de continguts passa desapercebut. Som molt prudents, ja que per ara ningú ha descobert la panacea de guanyar-se la vida només en el món digital.

Ara que citaves la frase "guanyar-se la vida", quines possibilitats de negoci creieu vosaltres que ofereix la incorporació de continguts audiovisuals als portals digitals?



J.F.: Per començar, penso que a partir d'ara ja no es crearan més monstres de la comunicació. D'aquesta manera, la gent que tingui habilitats relacionades amb els mitjans digitals i l'audiovisual podrà trobar el seu nínxol treballant en estructures lleugeres i es crearan moltes més empreses i seran més petites. Per gènesi, l'estructura dels mitjans digitals és molt simple. Són més els mitjans que vénen d'estructures més amples els que es veuen obligats a redimensionar-se.

M.V.: Cal tenir en compte que s'ha produït la fi de la publicitat de masses com l'havíem conegut fins ara, i que mai més tornarà a les cotes que hi havia fa uns anys, tot i que ja hi ha algunes empreses que han recuperat els seus pressupostos per a comunicar. Però a tall de reflexió, crec que els mitjans no estem donant un bon servei a les marques, ja que n'hi ha que s'estan autoproduint els continguts. I no té el mateix valor un contingut fet des de fora, des de la independència, que elaborat per la mateixa marca. I és en aquest sentit on crec que hem de treballar molt.

LL.G.: La clau del negoci és la col·laboració entre les empreses, entre qui és bo fent digital, qui ho és en audiovisual i qui és bo fent paper. Així, els mitjans poden arribar al màxim de públic possible, amb la màxima qualitat.

J.F.: Hi estic d'acord. Les empreses ens hem d'anar relacionant ja que no podem ser especialistes en tot. Al banc de continguts de l'ACPG hi ha continguts que poden ser reaprofitats per la resta de mitjans i que procedeixen d'aquell que té més coneixement sobre un tema concret.

Per tant, la tendència és l'especialització?

M.V.: No hem de tenir una visió monolítica en relació al fet que tot ha d'estar en una mateixa mà. L'editor de continguts d'una certa professió pot cedir, revendre o bescanviar continguts amb un altre editor, que pot dominar més un llenguatge diferent el seu, per tal d'enriquir les seves informacions. A ConeQtia, estem ara en un procés de formació i creació de xarxa per als nostres associats, i a més ens estem obrint a noves adhesions: per exemple, una nova incorporació és una empresa de Saragossa que fa continguts professionals

Estanis Alcover: «Si un editor vol estar al dia en relació al seu lector, està obligat a donar-li un servei digital»

D'esquerra a dreta, Lluís Gendrau, Miquel Vila, Jordi Font i Estanis Alcover.

de televisió a la carta. Així, volem que els empresaris es puguin posar d'acord amb els diversos especialistes que controlen cada un dels suports.

LL.G.: Hi ha editors que et diuen que no saben fer televisió. Però això no treu cap al fet que puguin incorporar audiovisual als seus portals, ja que ja existeixen productores que saben fer televisió i poden col·laborar amb aquests editors. Per tant, crec en l'aliança i no en el fet que tothom faci de tot.

M.V.: Hi ha un camí a fer de conscienciació i formació davant d'aquests editors que es col·lapsen i pensen que abordar el llenguatge audiovisual és inassolible, ja que sempre han estat fent paper. Tornant amb el símil amb les llengües, una cosa és saber anglès per anar de viatge i tenir una conversa i l'altra és dominar-ne l'escriptura. Hem de demanar als editors i als productors de continguts que siguin políglotes en aquest primer nivell de coneixement de l'idioma per poder viatjar en el món audiovisual. I després, que contactin amb l'especialista d'un llenguatge concret, que, a més, té un suport.

La complexitat tecnològica és un inconvenient a l'hora d'oferir continguts audiovisuals en un web?

J.F.: En empreses com les nostres, no pots tenir especialistes en tot. El web és molt complex, i sovint dificulta el procés d'un mitjà a l'hora de decidir si hi vol incorporar vídeo o no, com ha de ser el disseny, etc.

LL.G.: Per exemple, ara, a l'APPEC, volem adaptar continguts del web per l'iPad. La pregunta és: totes les empreses de l'APPEC sabran fer-ho? No ho sé. Pot ser que finalment apareguin empreses mixtes que seran les que ajudaran a fer aquests processos.

E.A.: Malgrat les dificultats i el fet que nosaltres siguem més conservadors, penso que aquest és un moment francament engrescador i que hem de ser atrevits, com ConeQtia i l'APPEC.

LL.G.: És que cada cop hi ha menys diners, i amb els que tenim hem de ser capaços d'arribar a fer més. El moment actual ens obliga a reinventar-nos i a buscar noves fórmules per als nostres mitjans.

Heu parlat de la importància de fer xarxa entre les empreses de continguts. Es plasma d'alguna manera aquesta col·laboració?

LL.G.: Recentment, hem anunciat que constituïrïem una federació que englobaria les associacions de premsa per treba-



Jordi Font: «Les empreses ens hem d'anar relacionant entre nosaltres perquè no podem ser especialistes en tot»

llar conjuntament, sumar esforços i transformar l'espai català dels mitjans de comunicació. Des de l'APPEC, podem aportar la nostra experiència amb el multimèdia; l'ACPG pot donar claus per aconseguir el màxim de penetració al mercat i l'ACPC, que a més de tenir molt ben cobert l'àmbit local, pot aportar el seu treball en estudis, formació etc. Hem de donar exemple de com ajuntar esforços, estalviar processos innecessaris i trobar la manera de no duplicar feines, i aquí també hi hem convidat ConeQtia perquè ens aporti el seu punt de vista.

J.F.: Jo hi trobo moltes dificultats. Tot i que és fonamental que les empreses col·laborin entre elles, no és fàcil perquè hem de tenir en compte que aquest és un moment de màxima desconfiança i patiment a causa de la crisi. Però per força hem de trobar noves maneres de relacionar-nos entre els editors. D'altra banda, em pregunto si, a la llarga, passarà que qui generarà els continguts no serà finalment qui els distribuirà. Aleshores, caldrà veure si apareixerà un nou tipus d'empresa que distribuirà els continguts però no els elaborarà.

E.A.: Tot i la importància de col·laborar entre editors, penso que no ens hem d'oblidar de la competència que existeix entre els associats, que poden ser d'una mateixa ciutat o comarca, per exemple.

M.V.: Fa uns anys em vaig inventar una paraula: *copetició*. Volia dir que no s'ha de competir tant sinó que s'ha de cooperar per, després, arribar a competir millor. Però és cert que a la cultura de la cooperació li falta molt camí per recórrer.

Com condiona les plantilles el fet que l'audiovisual entri en els digitals?

M.V.: Les tecnologies permeten que un periodista escrigui, gravi, aguantant el micro i faci fotos amb la càmera.

LL.G.: Crec, però, que no aconseguirem la millor informació si el periodista ha de gravar, penjar a Internet, fer les fotos, etc. La millor informació l'aconsegurem si el

Lluís Gendrau, president de l'APPEC i representant del Grup Enderrock.



Jordi Font, vicepresident de l'ACPG i director d'estratègia dels portals del Grup Nació Digital.

periodista pot escriure per a cinc mitjans diferents, si el fotògraf pot vendre la seva foto a deu llocs, el càmera pot col·locar les seves imatges a portals d'Internet i a la tele, etc.

M.V.: D'acord, però sóc partidari d'exigir unes competències mínimes en els diversos llenguatges.

Com veieu el futur de les vostres associacions i dels mitjans que les integren?

E.A.: Hem de seguir treballant molt i ser capaços de resistir la crisi. Ara, el mal moment econòmic ens obliga a estar ajupits perquè la tempesta ens passi per sobre, i ens és molt difícil prendre iniciatives. Tot i

Lluís Gendrau: «Hem d'intentar arribar al màxim de gent a través de tots els canals possibles per amortitzar els continguts»



Miquel Vila: «Hi ha un camí a fer de conscienciació i formació davant els editors que es col·lapsen i penses que abordar el llenguatge audiovisual és inassolible, ja que sempre han estat fent paper»

això, hem de ser hàbils i aprofitar-nos de la fragmentació del pastís publicitari i poder-ne agafar un tros. Ara ens anem preparant i estem definint estratègies per poder col·locar-nos a la graella de sortida quan arribi el moment que l'economia ens ho permeti.

LL.G: Proposo que, en primer lloc, els mitjans defineixin al màxim el seu espai comunicatiu, sigui de proximitat, sigui especialitzat o sigui generalista. En segon lloc, el posicionament que volen dins al mercat, amb quins suports i amb quina ideologia. I, finalment, que teixeixin el màxim de relacions possibles. Si convergeixen aquestes tres claus, podran estar a la graella de sortida amb la capacitat de fer els quilòmetres que vulguin.

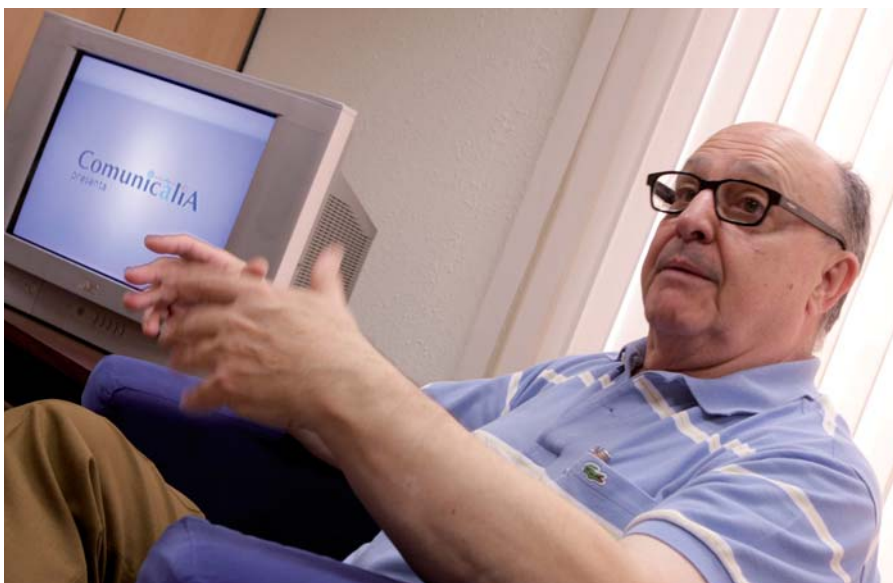
J.F: Sovint, quan parlem de la crisi editorial pensem només en els grans diaris i

Estanis Alcover, president de l'ACPC i representant d'El Punt.

Miquel Vila, president de ConeQtià (Associació de Premsa Professional i Continguts Multimèdia).

en les grans empreses editorials. Aquests, d'una manera o altra, se'n sortiran o tancaràn. En tot cas, estan en una altra divisió. Però algunes de les altres empreses, les petites, sinó se les ajuda des de les associacions, serà impossible que s'adaptin als nous temps i a les noves necessitats de les audiències.

M.V: Nosaltres parlem de la psicologia en el tractament dels associats davant la crisi econòmica. I és que les dificultats del dia a dia no deixen, sovint, als editors veure-hi amb perspectiva. Aleshores, des de l'Associació els donem un senyal d'alerta, els aconsellem que es posin d'acord amb altres editors i que no tinguin por de fer el salt cap a l'audiovisual ■



Els acords de COMUNICÀLIA amb l'APPEC i l'ACPG

Des de fa més d'un any, COMUNICÀLIA i l'ACPG comparteixen un acord de col·laboració que estableix l'intercanvi de continguts audiovisuals entre els dos ens. D'una banda, els mitjans digitals de l'ACPG tenen accés a programes que COMUNICÀLIA distribueix, com *Consells de consum*, *El cinematògraf*, *Límits*, *El flaix*, *Enderrock TV* o *Clips de patrimoni*. D'altra banda, les televisions adherides a COMUNICÀLIA tenen l'oportunitat d'emetre l'espai de l'ACPG *Anècdotes de la història*.

Un segon acord entre COMUNICÀLIA i mitjans digitals és el que s'ha signat recentment amb l'APPEC. En aquest cas, es tracta d'un conveni per a la coproducció de programes especialitzats. *Cupatges TV* i *Un tal jaç* són els dos primers espais fruit d'aquest acord (vegeu pàg. 20) ■

Ficció i actualitat, continguts preferits per l'audiència local

El Baròmetre radiografia per primer cop els gustos dels telespectadors de la TV de proximitat

S. M.

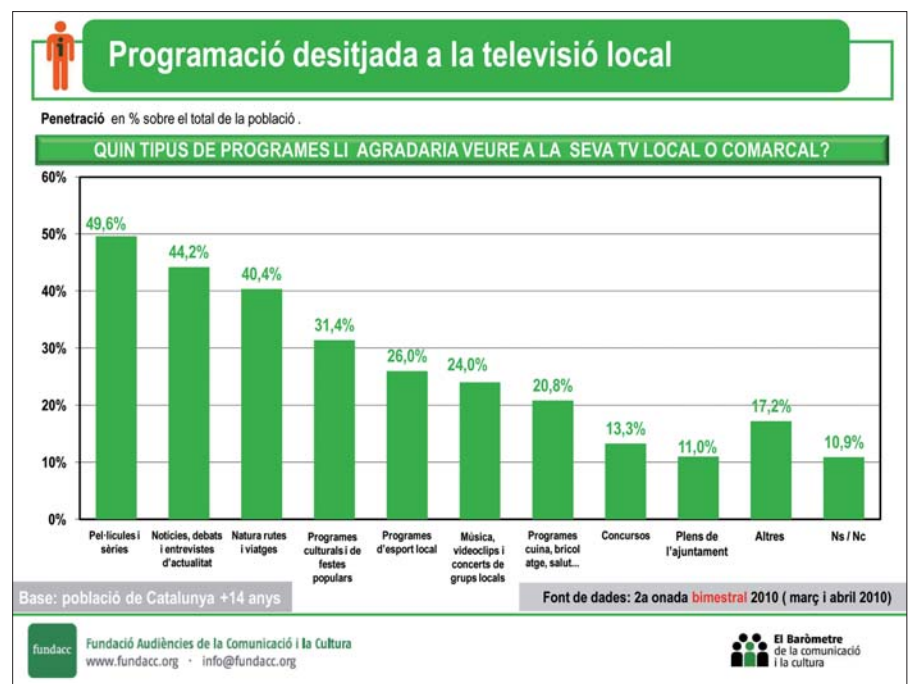
“Quins continguts prefereixen els telespectadors de la televisió local i comarcal?”. A aquesta pregunta dona resposta l'informe fet públic pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura en el decurs de la darrera edició de l'Audiovisual MAC de Granollers. Es tracta del primer estudi que analitza en profunditat les preferències de l'audiència televisiva de proximitat i que, a més, aporta dades detallades sobre el perfil d'aquests telespectadors. Pel·lícules, sèries, notícies, debats i entrevistes d'actualitat, se situen a les primeres posicions del rànquing de preferències.

Fa un any a les pàgines d'aquesta mateixa revista (ANTENA LOCAL 66, pàg. 6-9) analitzàvem la utilitat que les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura tenen per a les televisions de proximitat del país. Experts, agències de mitjans i les pròpies televisions destacaven llavors la importància de disposar d'una eina com el Baròmetre a l'hora de planificar campanyes i atreure anunciants. El director del Baròmetre, Joan Sabaté, advertia, però, que les televisions de proximitat tot just començaven 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 (...). 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”, afirmava. És per això que, a banda dels cursos de formació oferts en els darrers mesos, el Baròmetre ha fet un pas més per ajudar el sector a treure el màxim rendiment de la informació proporcionada.

En el decurs de la darrera edició de l'Audiovisual MAC, celebrada a Granollers el 26 i 27 de maig, el Baròmetre presenta-

va l'informe *Quins continguts prefereixen els telespectadors de la televisió local i comarcal?*, que revela el tipus de programes de més èxit a aquestes emissores i radiografia el perfil de la seva audiència. Així, en resposta a la pregunta “Quin tipus de programes li agradaria veure a la seva TV

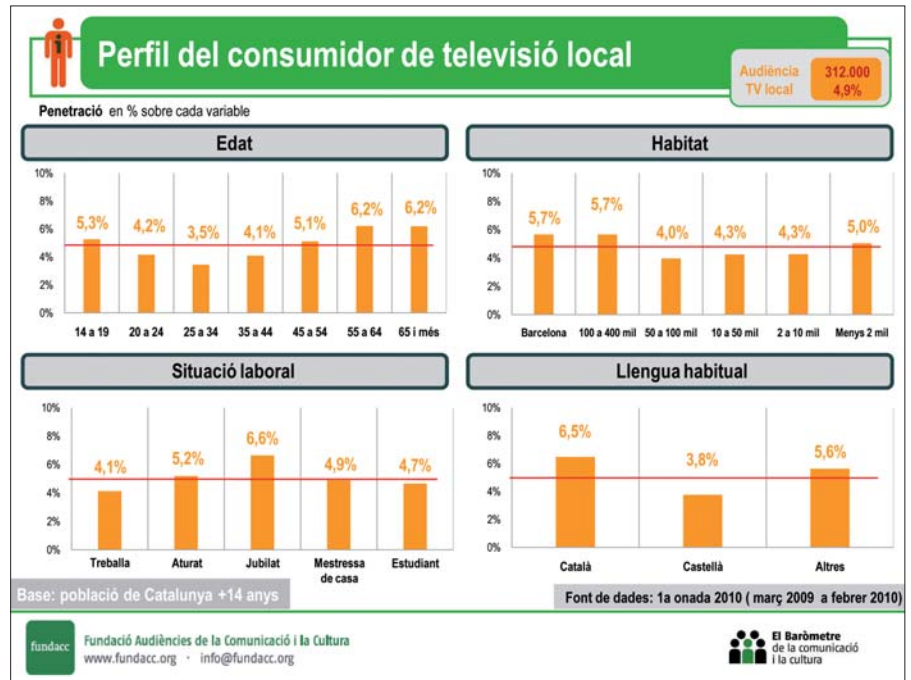
local o comarcal” (vegeu quadre pàg. 14), gairebé la meitat de la població entrevistada (un 49,6%) assegura preferir les pel·lícules i les sèries. Se situen en les següents posicions d'aquest rànquing de preferències, les notícies, els debats i les entrevistes d'actualitat (44,2%), els programes



grames de natura, rutes i viatges (40,4%), els programes culturals i de festes populars (31,4%), els programes d'esport local (26%), els espais de música, videoclips i concerts de grups locals (24%), els programes de cuina, bricolatge o salut (20,8%), els concursos (13,3%) i els plans dels ajuntaments (11%).

El perfil

Pel que fa al perfil de l'audiència (vegeu quadre pàg. 15), el consumidor de televisió local és majoritàriament (6,2%) d'una edat avançada (entre 55 i 65 anys o més), tot i que el percentatge també és elevat entre el públic jove (5,3%). Quant a l'hàbitat, el percentatge més elevat d'espectadors viu a municipis grans (un 5,7% resideix a Barcelona o a municipis de 100 a 400 mil habitants), tot i que es detecta també un alt percentatge (5%) d'espectadors residents a municipis petits, de menys de 2 mil habitants. Pel que fa a la situació laboral, la majoria són jubilats (6,6%) o estan a l'atur (5,2%). Per últim, quant a la llengua d'ús habitual, el català se situa en primera posició (6,5%), per davant d'altres (5,6%) i del castellà (3,8%). El Baròmetre ha "dibuixat" aquest perfil del telespectador de la televisió de



proximitat amb una mostra de prop de 31.000 persones entrevistades durant un any (març 2009-febrer 2010).

El rànquing

Quant al rànquing global d'audiència de la televisió local i comarcal al conjunt del país, l'última onada del Baròmetre -corres-

ponent al període juliol 2009-juny 2010-, situa en primera posició Barcelona TV, amb 373.000 espectadors mensuals acumulats. La segueixen 25 TV (226.000), Teletaxi TV (182.000), Lleida TV (105.000), Canal Taronja (59.000), TV Girona (54.000), TV de l'Hospitalet (54.000), Maresmedigital TV - TV Mataró (50.000), ETV Llobregat TV (44.000), i Canal TE (37.000) ■



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



La IPTV a anàlisi

Les alternatives i els complements a la televisió convencional centren una jornada organitzada pel CAC



Un cop culminat el procés de trànsit a la TDT, ha arribat el moment de parlar de la IPTV. Tot i que el consum de televisió per Internet no és una realitat nova - ja fa anys que experimenta un creixement constant i imparabile-, per primera vegada el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha volgut abordar aquest fenomen en una jornada monogràfica. El passat 1 de juny i sota el títol "Mes enllà de la TDT: alternatives i complements a la televisió convencional", experts de tots els àmbits es reunien al Palau Robert de Barcelona per analitzar les sinergies entre Internet i

El conseller del CAC, Josep Pont, i el president, Ramon Font, durant la inauguració de la jornada.

televisió. Així, per una banda, el president del CAC, Ramon Font, destacava la necessitat que el Consell adapti la seva pràctica "a les noves realitats", tenint en compte l'entrada progressiva de serveis audiovisuals "no convencionals" en els hàbits de consum dels ciutadans. Segons Font, les autoritats de regulació han d'assumir la seva responsabilitat davant d'aquest "mo-

del d'audiència multifinestra". Per altra banda, el coordinador de la Comissió de Plataformes Audiovisuals, Xarxes i Tecnologia del CAC, Josep Pont, posava de manifest la vocació del regulador d'ajudar el sector de l'audiovisual a aprofitar les possibilitats que els proporciona la tecnologia.

Conferències, taules rodones i exemples pràctics

Les conferències marc van anar a càrrec de la consellera del CAC Elisenda Malaret i del catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB, Emili Prado. En la seva exposició, Malaret analitzava els reptes de la regulació en els serveis de comunicació audiovisual. "La televisió ja no es defineix per la forma en què es difon. Ara és defineix per com és presentada i el suport és irrellevant", assegurava. En la seva conferència, Prado abordava les transformacions més rellevants de la digitalització en relació amb l'audiovisual i els seus tres processos bàsics: la producció de continguts, la transmissió i la recepció.

La jornada es va completar amb una taula rodona d'anàlisi de l'estat de la qüestió i amb una introducció a diverses de les aplicacions d'IPTV que funcionen al país, com Cugat.cat i Xip.tv ■

Nova seu, nous reptes

Des del passat 26 de juliol la seu del CAC es troba al districte 22@ de Barcelona. El nou edifici, construït i dissenyat pel Consorci de la Zona Franca, es troba al carrer de Sancho de Àvila 125-129 i compta amb una superfície de 3.000 m². La nova seu té tres plantes diàfanos (excepte la tercera), amb el mínim de compartimentació possible, amb l'excepció dels espais que en requereixen per la seva naturalesa, com la biblioteca o les sales de reunions. Durant l'acte d'inauguració, que va comptar, entre d'altres, amb la

participació del president de la Generalitat, José Montilla, i del president del Parlament, Ernest Benach, el president del CAC, Ramon Font, va voler remarcar que "després de la darrera fita de commemoració del desè aniversari de la institució com a autoritat independent de

regulació de la comunicació audiovisual de Catalunya" cal encarar la segona dècada d'existència "amb la millor disposició, els millors mitjans i més voluntat de treball i de servei al país que mai". De fet, en el decurs dels propers mesos el Consell ha d'afrontar reptes im-

portants. L'1 de novembre els operadors locals de televisió que en el seu moment van obtenir llicència i que no estiguin emetent, la perdran. El CAC haurà de decidir llavors si convoca un nou concurs o espera que el mapa es consolidi i se superi la crisi ■



La nova seu del CAC al 22@ de Barcelona completa el desenvolupament del clúster audiovisual, el Parc Barcelona Media, on conflueixen empreses, institucions, universitats, incubadores i centres tecnològics del món audiovisual.

Carme Figueras, elegida consellera del CAC

Després de ser elegida pel Parlament de Catalunya en la sessió del 14 de juliol, Carme Figueras prenia possessió del càrrec de membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) el passat 30 de juliol.

Carme Figueras (Molins de Rei, 1955), diputada del Parlament de Catalunya des de la cinquena legislatura fins al juliol de 2010, va ser consellera de Benestar i Família de la Generalitat de Catalunya del maig al novembre de 2006, i regidora de l'Ajuntament de Molins de Rei del 1983 al 2006.

És diplomada en Ciències Físiques per la Universitat de Barcelona.

Amb aquest nomenament, es cobreix una de les vacants que van deixar els consellers Domènec Sesnilo, Fernando Rodríguez Madero i Rafael Jorba, que van finalitzar el mandat el 30 de juny d'enguany ■

Carme Figueras durant l'acte del seu nomenament al Parlament.



COMUNICÀLIA participa en l'impuls de l'Anella Audiovisual de Catalunya

La signatura d'un conveni entre la Generalitat, empreses del sector audiovisual i operadores de telecomunicacions servia, el passat mes de juliol, per oficialitzar la posada en marxa d'una prova pilot per impulsar l'Anella Audiovisual de Catalunya, en què participa, entre d'altres, COMUNICÀLIA. L'objectiu d'aquest projecte és fomentar la productivitat i la competitivitat del sector audiovisual català gràcies a la interconnexió telemàtica amb una xarxa d'alta capacitat. La interconnexió dels diferents agents del sector a través de la nova infraestructura els permetrà utilitzar diferents serveis i aplicacions TIC avançades. La prova pilot es desenvoluparà durant un any, i ser-

virà per determinar i provar els serveis més interessants, detectar les necessitats de la nova plataforma i desplegar les infraestructures necessàries. Les entitats signants col·laboraran en la fase de prova pilot del projecte mitjançant l'aportació de recursos i coneixement per impulsar la infraestructura, la connectivitat, els serveis i les aplicacions de valor afegit en l'àmbit audiovisual. A més de COMUNICÀLIA, han signat el conveni la Direcció General de Xarxes i Infraestructures de Telecomunicacions de la Generalitat, la CCMA, la Fundació i2CAT, Orange Catalunya, Tradia Telecom, VSN, Alcatel-Lucent España, Unitronics Comunicaciones, l'ACN i la XAL ■



Imatge de la signatura del conveni, presidida pels consellers Joan Manuel Tresserras i Jordi Ausàs.

ONESTOP

Tapeless TV

Ingesta NRCS News Room Producció de directos Emision Archivo MAM Web Automatizació de Continuidad Planificació Trafico Publicidad Generador de Grafismo SMS TV Cópia Legal Monitorzació Contribució IP



www.vsn-tv.com

España Miami Brasil Uruguay Dubai

VSN
VIDEO STREAM NETWORKS



BIPAS TV PRODUCCIONS S.L.

eFLAIX

REALITZACIONS VIDEOGRÀFIQUES

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



**CÀTAR
FILMS**

Continguts audiovisuals
www.catarfilms.com

C/ Mariner, 55, baixos 2a
08172 Sant Cugat del Vallès (Barcelona)
Tel. 93 512 43 86



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.



Odol de Llop

RAMON VALLÈS	VANESSA VALLÈS
Telèfon fixe: 93 112 53 59	Telèfon Fixe: 93 112 53 61
Telèfon mòbil: 689 42 57 58	Telèfon mòbil: 696 43 34 14
rvproduccions@yahoo.es	udoldelopmanagement@gmail.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



Vataua L'olla Produccions
info@vloproduccions.tv



**moviola
produccions**

10 anys
passant la navalla
per la lluna

Cinema
Televisió
Internet
Festivals
Publicitat
Subtítols

93 886 20 27
moviolapro@mac.com

Els reptes i oportunitats que ofereix la TDT centren el MAC 10

Unes 2.000 persones van visitar l'onzena edició de l'Audiovisual MAC 10, que va tenir lloc a Granollers els passats 26 i 27 de maig. Una quarantena d'estands i unes 50 empreses van participar al primer MAC després de l'apagada analògica, que va tancar les seves portes amb la vista posada en les noves oportunitats i els reptes que es deriven de la posada en marxa de la TDT a Catalunya. D'aquesta manera ho va explicar l'alcalde de Granollers, Josep Mayoral, que va fer "una valoració positiva" del mercat que, segons ell, "ha esdevingut un espai d'intens debat" sobre el futur de la televisió de proximitat, amb la digitalització, les novetats

tecnològiques i la necessitat de potenciar la creativitat per oferir productes de qualitat a baix cost en un moment de crisi econòmica com l'actual.

El MAC va comptar amb diverses ponències i debats, que van tractar, entre d'altres, la producció audiovisual de proximitat al segle XXI i la interacció entre el sector públic i privat; quins són els continguts que prefereixen els espectadors de les televisions locals i comarcals o com afecta a Catalunya la Llei general de la Comunicació Audiovisual. A més a més, en el marc del certamen s'hi va celebrar una reunió del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

D'altra banda, aquesta edició del MAC va servir per presentar el Mercat virtual, una plataforma que via Internet permetrà posar en contacte a productores i distribuïdors per tal d'incentivar la compravenda de programes.

COMUNICÀLIA, activa com sempre

COMUNICÀLIA va participar d'una manera activa a l'Audiovisual MAC 10. Així, va patrocinar un dels premis del certamen, dotat amb 10.000 euros, que va recaure en el programa *L'Excusa*, de la productora Produccions Minnim. D'altra banda, a més de ser visible a través del seu estand a la Fira Tecnològica, COMUNICÀLIA va celebrar una sessió de treball entre televisions de proximitat i mitjans digitals. Així, representants de les televisions adherides i dels mitjans que pertanyen a l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals (ACPG) van posar damunt la taula les seves necessitats entorn a la graella de continguts en intercanvi que se'ls ofereix actualment ■



Imatge de la sessió de treball organitzada per COMUNICÀLIA al MAC amb la participació de televisions i mitjans digitals.

'L'Excusa', programa guanyador del Premi MAC COMUNICÀLIA

El projecte *L'Excusa*, de la productora gironina Produccions Minnim, ha estat el guanyador dels 10.000 euros del Premi MAC COMUNICÀLIA per a programes de contingut social. *L'Excusa* és un programa inspirat en l'Agenda Latinoamericana de Pere Casaldàliga i la pedagogia de Paula Freire. L'espai reflexiona sobre els pilars bàsics de la institució social i pretén donar una visió alternativa i pedagògica sobre els temes més actuals o polèmics del context social.



Els responsables del programa, Marc Planagumà i Marc Plana, recollint el premi de mans del director general de COMUNICÀLIA, Joan Vila, i de l'alcalde de Granollers, Josep Mayoral.

Cada capítol tracta un tema concret, com l'ecologia, la democràcia, la revolució genètica, el militarisme i la

cultura de la pau, el treball, el gènere o els mitjans de comunicació, entre d'altres. Cada un d'aquests temes és desglossat en tres blocs: "Mira", que ofereix una mirada objectiva sobre la matèria en concret; "Pensa", que proporciona una mirada crítica, i "Actua", que proposa una mirada constructiva. *L'Excusa* és un espai setmanal de 13 capítols, de 12 minuts de durada cadascun, que s'estrenarà a les televisions adherides a COMUNICÀLIA el primer trimestre del 2011 ■

Cinc programes nous en la graella de tardor-hivern

Vins i caves, llibres, museus industrials, jazz i cultura promoguda pels ajuntaments, arguments dels espais que s'incorporen a la programació distribuïda per COMUNICÀLIA



COMUNICÀLIA enceta la programació de tardor-hivern d'aquest 2010 amb l'estrena de cinc programes nous de temàtica diversa, que completen una graella de continguts continuïsta respecte als mesos anteriors. En total, s'ofereixen a les televisions de proximitat quatre programes diaris i 22 de setmanals, dividits en dos paquets diferenciats.

Pel que fa al grup de programes dirigits a les 15 televisions que formen part del paquet de continguts d'exclusivitat (TV del Ripollès, Olot TV, Pirineus TV, TV Girona, Canal Nord, TV Costa Brava, Lleida TV, Canal TE, TDCamp, Canal Taronja Osona, Canal Taronja Anoia, Canal Taronja Bages, CC Maresme TV, ETV Llobregat TV i PenedèsTV, que s'afegeix al grup des d'aquest setembre) hi ha tres novetats. En primer lloc, *Cupatges TV*, un espai realitzat per la

Cupatges TV, un espai divulgatiu sobre el món del vi i del cava, s'incorpora al Paquet d'Exclusivitat.

El lleure i la cultura, eixos centrals de la programació d'estiu

El mar, la muntanya, la música i la cultura en general han estat els principals protagonistes de la programació d'estiu de COMUNICÀLIA. En total, hi ha hagut set novetats entre els 22 espais diaris i setmanals que han disposat les TV adherides.

Dins el *Paquet d'Exclusivitat* s'ha estrenat *Muntanyes de vida*, una producció d'Andorra Televisió; *25 nusos*, de Cambrils Audiovisual (TDCamp) i hi ha hagut nous capítols de *Pizzicato*, de TV Girona. Els espais *D'kids*, *La Méteo* i *Via Fora* no han fet vacances i s'han continuat distribuint com en l'anterior trimestre.

Entre les novetats al *Paquet Bàsic* destaca *Catalunya Termal*, produït per Canal Català Vallès Oriental; *Clips de Patrimoni*, una producció de la Direcció General de Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya; nous capítols de *Sotavent*, de l'Associació Submarinista Sotavent El Vendrell i *Comunicatur.info*, coproduït per Wai Entertainment i el portal Comunicatur.info. Han completat la graella *Dones*, *Espais de memòria*, *GPS*, *Alquímia*, *Límits*, *Amb els 5 sentits*, *Acció d'Empresa*, *Viure a Catalunya*, *La Cuina al punt amb Xavier Orfila*, *Roms Catalans* i *Consells de Consum* ■



revista *Cupatges* i la productora Utopia Global. Es tracta d'un programa divulgatiu sobre el món del vi i del cava. Presentat per la sommelier Anna Vicenç, l'espai visita bodegues, fa recomanacions i tasts de vins, etc. Aquest programa forma part del conveni de coproducció de continguts entre l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC) i COMUNICÀLIA.

El periodista i escriptor Jordi Llavina, que va conduir juntament amb Gaspar Hernández el programa de COMUNICÀLIA *El Book insígnia* durant cinc temporades (setembre 2004-desembre 2009), torna a la graella de les televisions de proximitat amb un nou espai literari: *L'última troballa*. Realitzat per Vilafranca TV, Llavina conversa en cada un dels capítols amb un convidat o convidada, tot passejant per Vilafranca. Escriptors, editors, llibreters o traductors, entre d'altres, entaularan una conversa amb Llavina sobre novetats i clàssics de la nostra literatura.

La tercera novetat dins el *Paquet d'Exclusivitat* és *Indústrium*, un programa di-

vulgatiu presentat per Assumpció Feliu. Aquest espai és realitzat per Canal Taronja, amb el suport del Sistema Territorial del Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya i té com a objectiu mostrar-nos el ric panorama d'espais museístics relacionats amb la tècnica i la indústria que hi ha a moltes comarques catalanes.

En relació a la resta de programes d'exclusivitat, continuen els espais diaris *D'Kids*, *La météo* i el concurs *La Terminal*, i els setmanals *Cases i coses*, *Muntanyes de vida*, *Pizzicato*, *Via fora!* i *Enderrock TV*. Aquesta temporada 2010-2011, *Enderrock TV* també es podrà veure els caps de setmana per Barcelona TV.

El jazz català a les televisions de proximitat

En relació als programes que formen part de l'anomenat *Paquet Bàsic*, accessible per a totes les televisions, destaca, com a novetat, *Un tal jaç*. Es tracta de l'únic programa de televisió en català dedicat

exclusivament al jazz, el blues i les músiques improvisades al nostre país. El presentador encarna la figura d'un detectiu que investiga què passa a les catacumbes del jazz català a través d'entrevistes, actuacions musicals, festivals, etc. L'escenari on es desenvolupa l'espai és la mítica sala Jamboree de Barcelona, que acaba de celebrar els seus 50 anys d'història. *Un tal jaç* és produït pel Grup Enderrock i la productora Batabat, i també és fruit de l'acord de col·laboració entre l'APPEC i COMUNICÀLIA.

La darrera de les novetats de la programació és *Transversal*, un espai sobre les activitats i els equipaments culturals de diversos dels municipis catalans integrats a la Transversal Xarxa d'Activitats Culturals, com ara Figueres, Girona, Martoró, La Seu d'Urgell, Lleida, Olot, Reus, Tortosa i Manresa. El programa el produeix l'empresa lleidatana Digitmedia.

Es mantenen els programes consolidats

Els coneguts programes *El cinematògraf*, *El flaix*, *Límits*, *Top motor*, *Kopèrnik*, *Alquímia*, *GPS*, *Forma de vida* i *Actualitat viva* es mantenen a la graella de continguts una nova temporada televisiva més. Els microespais estrenats a principis d'aquest any, *Amb els cinc sentits*, *Consells de consum*, *Anècdotes de la història* i *Clips de patrimoni* segueixen amb nous capítols fins a finals de desembre ■

Un tal jaç, del *Paquet Bàsic*, és l'únic programa en català dedicat exclusivament al jazz, el blues i les músiques improvisades al nostre país.



Andorra Televisió emetrà continguts del *Paquet Bàsic*

Des d'aquest mes de setembre, la televisió pública nacional d'Andorra podrà emetre tots els programes que COMUNICÀLIA distribueix dins el paquet de programació anomenat bàsic, al qual tenen accés totes les televisions adherides. Concretament, Andorra Televisió (ATV) ha programat a la

seva graella cinc programes de COMUNICÀLIA: *Un tal jaç*, *Alquímia*, *El Cinematògraf*, *Kopèrnik* i *Forma de vida*.

Fins ara, ATV i COMUNICÀLIA tenien un conveni d'intercanvi de programes, de forma que alguns programes produïts al Principat pirinenc, com *A peu* (2007), *Vinitus*

(2007-08), *Xou rum* (2008), *Piquen o què?* (2008 i 2009) o *Muntanyes de vida* (2010), han estat distribuïts a les televisions de COMUNICÀLIA. Alhora, ATV emetia espais produïts per COMUNICÀLIA com *El cinematògraf* o *L'últim trobador*.

Un nou conveni signat aquest setembre entre tots

dos organismes públics estableix que ATV accedeix a tots els continguts del *Paquet Bàsic* a canvi d'una quota mensual i de cedir cada temporada a COMUNICÀLIA un espai de 26 capítols de mitja hora cadascun, que serà distribuït a la resta de televisions adherides ■

Nous estudis i nova programació a Canal Català la Selva

Canal Català la Selva està d'estrena. La televisió privada, amb seu a Lloret de Mar, comença la nova temporada inaugurant instal·lacions i fent una aposta decidida per la programació de producció pròpia. Així, d'una banda, l'emissora ha aprofitat el trasllat a la nova seu (ubicada al carrer Josep Lluhi de Lloret) per renovar completament el seu sistema de treball. Canal Català la Selva ha passat a ser una televisió sense cintes. La televisió, que ha substituït totes les càmeres per unes de noves, grava tots els seus continguts en alta definició i emet el seus programes en 16:9. També s'han substituït els PC d'edició per nous ordinadors iMac amb un software que permet introduir efectes 3D. A més, s'ha canviat el plató amb decorats per un de virtual.

Aposta per la producció pròpia

El canvi d'instal·lacions ve acompanyat d'una renovada graella de programació amb l'estrena de diversos espais de producció pròpia on la proximitat és el component essencial. Així, Canal Català la Selva passa de fer un informatiu setmanal a emetre càpsules d'informació de cinc minuts de durada cada hora. Aquests butlletins, que porten el nom de *Recull informatiu*, combinen les notícies del territori amb aquelles de tot Catalunya que són



d'interès per als veïns de la Selva. D'altra banda, la programació informativa es reforça amb noves versions de l'espai *Actualitat setmanal*, que a més d'abordar l'actualitat de Lloret de Mar, s'ocupa de Blanes, Tossa i Girona. També és renova l'espai d'entrevistes amb la participació dels espectadors *Fil directe*, que a banda d'entrevistar alcaldes de la comarca apropa d'altres personatges destacats de l'actualitat. La graella esportiva s'amplia amb la retransmissió cada dilluns d'un partit d'hoquei dels equips del territori. Per últim, s'estrena *25 minuts*, que entrevista personatges interessants de la comarca

Imatge de la gravació d'un programa al nou plató de Canal Català la Selva.

(des de cantants populars a col·leccionistes anònims) al lloc que ells triïn. Com a projecte de cara a finals d'any, l'emissora està treballant en la realització d'una *sitcom* de producció pròpia amb la participació d'actors dels grups de teatre de la zona. "Aquesta renovació tècnica i programàtica suposa per a la nostra televisió fer un salt qualitatiu de gegant", explica Isidor Llorca, fundador de la cadena ■

Canal Taronja Osona posa en marxa un informatiu en llengua de signes catalana

L'*Info Resum*, el resum de les notícies més destacades de la setmana que s'emet dissabtes i diumenges a Canal Taronja Osona, disposa des del mes de juny d'una nova versió a l'abast de tothom: l'espai es pot seguir també en llengua de signes catalana. Conscients de la necessitat de crear espais d'informació i entreteniment a nivell local per al col·lectiu de sords d'Osona, i tenint en compte que l'Agrupació de Sords de la comarca està portant a terme una campanya de difusió de la llengua de signes catalana, l'emissora ha decidit implicar-s'hi plenament. "El col·lectiu de persones sordes d'Osona, a través de l'Associació que les uneix, ha expressat

reiteradament la seva demanda als mitjans de comunicació de la comarca perquè se'ls tingui en compte", explica Isabel Campos, directora de Canal Taronja Osona. "L'Agrupació de Sords i totes les parts implicades en aquest projecte tenim una gran il·lusió per aconseguir que es consolidi. De moment, aquest nou *Info Resum* ha rebut una molt bona acollida", afegeix. Per fer possible aquest informatiu, Canal Taronja ha contractat el servei de l'empresa Assertim, que es dedica a assessorar empreses, entitats i professionals que treballen amb el col·lectiu de persones sordes. Canal Taronja du a terme aquesta iniciativa, única de moment a la comarca,



Un moment de l'Info Resum.

amb el suport del Consell Comarcal d'Osona i de Mobles la Fàbrica ■

Canal Català Maresme entra a TSF

Canal Català Maresme s'ha integrat a la Xarxa Euroregional de Ràdio i Televisió Sense Fronteres (TSF NETWORK). Com a conseqüència, el director de la televisió del Maresme, Ignasi Montaña, ha estat nomenat president de la Xarxa. La presidència de TSF NETWORK és rotatòria i d'un any de durada, i la seva principal funció és la representació de l'entitat i la coordinació amb el seu secretari general, Josep Adolf Estrader. "L'acord amb TSF serveix per donar a conèixer la capacitat



audiovisual d'aquesta regió així com per divulgar aspectes que tenim en comú", explica Montaña. El nou director també avança que aquesta tardor es posarà en marxa un informatiu en tres llengües: català, occità i castellà, realitzat per TLT (Téléoulouse).

TSF NETWORK va ser creada el 2008 i aplega canals de proximitat de televisió i ràdio de l'Euroregió Pirineus-Mediterrània com Perpignan TV, InfoTV, Zaragoza TV o Teledonosti ■

Comunicacions del Ripollès celebra els 30 anys de la seva ràdio i els 15 de la televisió



Estudis de Ràdio Ripoll a Can Nicolau l'any 1984.

El grup multimèdia Comunicacions del Ripollès està d'aniversari. Aquest mes d'agost, Ràdio Ripoll ha complert trenta anys, mentre que Televisió del Ripollès n'ha fet quinze.

Per aquest motiu, Comunicacions del Ripollès, que també engloba el setmanari *El Ripollès*, amb sis anys de vida, i el diari digital ripollesdigital.com, ha editat una revista especial que repassa la història dels mitjans de comunicació integrats al grup multimèdia ripollès.

Ràdio Ripoll i Televisió del Ripollès han viscut diverses etapes des del seu naixement, passant per diverses seus, adaptant-se als avenços tecnològics, fent el salt de l'analògic al digital, així com la seva progressiva professionalització i l'augment de les seves hores d'emissió.

L'acte principal que organitza Comunicacions del Ripollès per celebrar els aniversaris dels seus mitjans tindrà lloc el mes de desembre amb la gala d'entrega dels premis Líders Ripollès ■

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



Ràdio Morell entra a la FRLC i consolida el seu projecte

L'emissora municipal del Morell (Tarragonès) ha decidit adherir-se a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) en un any clau. Ràdio Morell compleix enguany 25 anys d'història, ha inaugurat estudis, ha estrenat nova web i ha donat un nou impuls a la seva programació.

L'emissora naixia a finals de 1984 fruit de la iniciativa d'un grup de joves del municipi aficionats al món de la radiodifusió. Després de despertar l'interès de la resta de veïns del Morell i de rebre el suport de l'Ajuntament, el març de 1985 començaven les emissions regulars, de forma legal i des d'uns nous estudis ubicats al centre cultural del poble. 25 anys després, Ràdio Morell -que només va interrompre les emissions de 2000 a 2005 per manca d'una programació estable-, ha encetat una nova etapa. El 21 de maig el president de

la Diputació de Tarragona, Josep Poblet, l'alcade del Morell, Pere Guinovart, i el director de l'emissora, Eloi Calbet, entre d'altres personalitats, inauguraven els nous estudis ubicats al centre cultural del municipi remodelat enguany. Les noves instal·lacions de la ràdio compten amb unes dependències administratives pròpies, un taller per fer reparacions, l'espai



d'equips d'emissió renovat i dos estudis per realitzar programes gravats i per emetre espais en directe.

Més espais propis i nova web

Més de 25 persones passen setmanalment pels estudis de Ràdio Morell per realitzar els més de 13 programes de producció pròpia que s'emeten cada setmana. Una programació de proximitat i variada és la base de la graella, que compta amb magazines, informatius, espais musicals i d'humor. Ràdio Morell també ha estrenat durant el 2010 nova pàgina web: www.radiomorell.net ■

El director de l'emissora, Eloi Calbet, als nous estudis.

Grup enderrock®
TV
 El primer grup de comunicació musical en català

www.enderrock.tv

Enderrock TV guardonat amb el Premi Zapping al millor espai divulgatiu i cultural de televisió local.

La Federació de Ràdios reforça la seva programació de suport amb nous espais informatius

Des del mes de juny, les Emissores adherides a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) disposen de nous espais per completar les seves graelles. El catàleg programàtic de l'entitat, que fins al moment el formaven majoritàriament programes musicals i culturals produïts per les mateixes emissores federades, s'ha vist ampliat amb la incorporació de nous espais informatius produïts per la pròpia Federació i realitzats per la productora barcelonina Red-back. Així, d'una banda, s'ha estrenat el magazín d'actualitat *La caixa dels trons*, dirigit i presentat pel periodista Rafael de Ribot. Amb una durada de 55 minuts i periodicitat setmanal, l'espai té com a eix central una entrevista en profunditat a un personatge d'actualitat que aporta el seu punt de vista sobre els continguts informatius de la setmana. Un grup de tertulians, que varia en funció del programa, participen de l'entrevista i ajuden a aprofundir en els temes tractats. Des que va estrenar-se, el 10 de juny,

han passat per *La caixa dels trons*, personalitats com Ernest Benach, Alfons López Tena, Felip Puig, Muriel Casals o Uriel Beltran, entre d'altres. El programa està disponible a la intranet del web de la Federació (www.radiolocal.cat/suport) cada dijous a partir de les 18.30h i té vigència fins al diumenge, de manera que les emissores poden descarregar-se'l i encabir-lo a la seva graella en funció de les seves necessitats. De moment, fins a una vintena de ràdios locals d'arreu del país emeten cada setmana *La caixa dels trons*.

Informatiu diari d'autor i butlletins

La nova programació informativa de la Federació es complementa amb un informatiu diari d'autor d'àmbit nacional editat per la periodista Eva Cabello. De dilluns a divendres, a partir de les 13.30h, les emissores poden emetre en directe *Antena Local Informatiu* (nom de l'espai, que no té cap vinculació



amb aquesta publicació) o bé descarregar-se'l, ja que l'espai, de mitja hora de durada, està disponible al servidor <http://continuitat.aasit.net/>. Una dotzena d'emissores han incorporat ja aquest programa a les seves graelles. Finalment, aquest mes de setembre es preveu l'estrena d'uns butlletins horaris que sota el nom d'*Antena Local Notícies* s'emetrà de dilluns a divendres cada hora ■

Eva Cabello, Enric Arqués i Oriol Colominas, l'equip d'Antena Local Informatiu, durant l'emissió de l'espai.

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

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

Una taula rodona sobre comunicació commemora els 25 anys de Ràdio Calafell

Ràdio Calafell ha celebrat el seu vint-i-cinquè aniversari d'una manera ben especial: ha organitzat una taula rodona amb la participació d'experts de la comunicació. Sota el títol *La ràdio local al segle XXI*, el director general de COM Ràdio, Francesc Triola, la cap de responsabilitat social de Catalunya Ràdio, Neus Bonet, la consellera responsable d'operadors del CAC, Dolors Comas d'Argemir, el secretari de la Junta del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Enric Frigola i el director de Ràdio Calafell,



Eloi Roca, van fer una radiografia de la ràdio de proximitat en l'actualitat. Les conclusions de la taula rodona seran pre-

Sota el títol La ràdio local al segle XXI, el debat va reunir a diversos experts de la comunicació.

sentades en un llibre que els periodistes Manel Sastre i Judith Huerta estan elaborant amb motiu de l'aniversari de la ràdio.

Els 25 anys de Ràdio Calafell també han servit per remodelar la graella de programació, amb l'estrena de nous espais, com un de dedicat al món casteller i un altre de continguts musicals ■

La Plana Ràdio canvia d'imatge amb motiu dels seus 15 anys

La Plana Ràdio, l'emissora municipal de Santa Bàrbara, a la comarca del Montsià, celebra aquest any el seu quinze aniversari. Per aquest motiu, durant aquests mesos ha estat treballant per renovar el disseny del seu web (<http://laplanaradio.cat>). D'aquesta manera, la nova imatge de l'emissora s'ha modernitzat i permet oferir un millor servei als oients. Així, l'espai web permet escoltar la ràdio en directe i obre la possibilitat de la ràdio a la carta i el *podcast*.




A més del nou disseny del web de l'emissora, tot un seguit d'actes lúdics i fes-




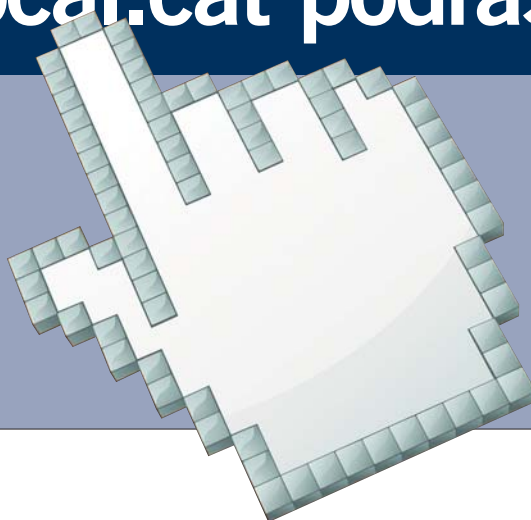
El nou web de la Plana Ràdio potencia l'apartat informatiu amb notícies d'arreu de les Terres de l'Ebre.

tius per commemorar els seus quinze anys estan tenint lloc en aquests mesos. Entre d'altres, destaca la Festa Gran d'Aniversari, durant el transcurs de la qual es va projectar el film *La Plana Ràdio: 15 anys de comunicació*, de Guillermo Gaya i Josep Roig. A més, l'emissora també va homenajar els seus col·laboradors i anunciants més veterans ■

A www.antenacal.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@antenacal.cat



Amposta guardona 'Esports a taula' de la seva emissora municipal

El programa *Esports a taula*, de l'emissora municipal d'Amposta, Amposta Ràdio, ha estat premiat per la seva tasca de difusió de l'esport local. En el marc de la Nit de l'esport ampostí, organitzada per l'Àrea d'Esports de l'Ajuntament de la ciutat, es va reconèixer la funció d'aquest espai radiofònic de donar veu a l'esport ampostí. "Aquest guardó posa de manifest, una vegada més, la implicació de l'emissora municipal amb la societat ampostina", explica el director de l'emissora, Manel Ramon.

Esports a taula és un programa dirigit i presentat per Carlos Somolinos. Es tracta



d'un espai setmanal, que s'emet cada dilluns al migdia. L'espai proposa als oients fer un repàs de les diverses activitats esportives que han tingut lloc a la localitat durant el cap de setmana. El programa radiofònic compta amb les col·laboracions habituals d'experts i professionals de l'àmbit esportiu d'Amposta, sobretot pel que fa al futbol i a l'handbol ■

Cinto Martí i Carlos Somolinos, membres de l'equip del programa.

El Premi Joan Ventura i Solé, per a Altafulla Ràdio

El programa *Pilar de 8*, d'Altafulla Ràdio (Tarragonès) ha rebut el Premi Joan Ventura i Solé de periodisme castellà. Aquesta ha estat la catorzena edició d'aquest guardó, que concedeix la Colla Joves Xiquets de Valls. El premi ha estat dotat amb 1.500 euros.

Pilar de 8, dirigit i presentat per Jordi Andreu i Gemma Maymó, porta tres temporades en antena i ha aconseguit consolidar-se en la pro-

gramació regular de l'emissora i convertir-se en un espai de referència al territori. El programa parteix de l'actualitat castellera i es desenvolupa a través de la reflexió, el debat i l'anàlisi de qüestions tècniques.

El jurat del Premi Joan Ventura i Solé ha estat constituït per professionals del periodisme i el món castellà com Carles Heredia, Roser Llagostera, Raquel Sans i Pere Toda ■



Jordi Andreu dirigeix i presenta Pilar de 8, espai que ha aconseguit consolidar-se en la programació regular de l'emissora.

aasit

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

equips i serveis

c/Portugalete 9, 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
- venda d'equips de 2a mà
- instal·lació i manteniment de centres emissors i sistemes d'enllaços
- serveis d'enginyeria i assessorament de telecomunicacions
- altres serveis: informàtica / disseny gràfic ràdio i TV on line i qualsevol tipus de solucions aplicades a la comunicació

La limitació de la publicitat a la ràdio pública genera polèmica

Després del període d'al·legacions i d'introduir canvis respecte el projecte inicial, el CAC aprovava aquest estiu la instrucció sobre publicitat a la ràdio pública, que entrarà en vigor l'1 de gener de 2011. El nou text manté el límit de 90 minuts al dia de publicitat per a totes les emissores públiques, però rebaixa el temps d'anuncis permès cada hora de 8 a 6 minuts. Quant a les emissores municipals amb una població inferior als 20.000 habitants, en permet un màxim de 10 minuts d'espots comercials per hora. La polèmica està servida. D'una banda, l'ACR, que agrupa les emissores privades de Catalunya i reclama la supressió total de la publicitat a la ràdio pública, ha anunciat un recurs davant els tribunals en considerar que la nova norma "posa en greu risc la viabilitat de les empreses del sector privat radiofònic". De l'altra, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) valora com a "insuficients" els 6 minuts de límit establerts, tot i que respectaran el minutatge. Davant aquestes crítiques, el president del CAC, Ramon Font, recordava en un article publicat a *El Periódico*, que com a ens regulador el Consell té l'obligació de "situar-se en posicions d'equilibri entre interessos contraposats, oferint finalment solucions que es corresponguin amb els mandats de la llei".

Les concessions passen a ser llicències

D'acord amb allò que estableix la Llei estatal de l'audiovisual, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha aprovat la transformació de les concessions de ràdio i televisió en llicències de 15 anys de vigència –no deu, com les concessions–, a comptar des de la data de la transformació (el 28 de juliol). En concret les noves llicències corresponen a 178 concessions de gestió indirecta del servei públic de radiodifusió sonora en FM amb caràcter comercial; 60 concessions de gestió indirecta de l'explotació del servei públic de radiodifusió sonora digital DAB; 54 concessions de televisió digital local, i una concessió de televisió d'àmbit nacional, mentre que quatre peticions s'han declarat inadmissibles.

Josep Pont, nou vicepresident del CAC

L'expresident del Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC) i COMUNICÀLIA i conseller del CAC des de l'any 2008, Josep Pont, ha estat nomenat vicepresident de l'autoritat reguladora en substitució de Domènec Semilo, que finalitzava el seu mandat el 30 de juny. Pont (Bellpuig, 1949) té una llarga trajectòria vinculada als mitjans audiovisuals. L'any 1987 va fundar Ràdio Bellpuig. També va ser fundador del consorci Localret (1997-2007), i del CLCC, l'any 1998. El 1999 va impulsar l'Agència Catalana de Notícies, la va presidir fins al 2000, i hi va continuar vinculat fins al 2004. En l'àmbit de la televisió local, va ser membre de la Mesa de Televisió Local de Catalunya, vicepresident de la societat TDCOM i membre del Fòrum de la TDT.

La Generalitat lliura els Premis Nacionals de Comunicació

Jordi Basté, en la categoria de radiodifusió, Josep Cuní, en la de televisió, *El 9 Nou*, en premsa, i Ràdio Marina, en comunicació de proximitat, són alguns dels guardonats enguany amb el Premi Nacional de Comunicació que cada any atorga la Generalitat de Catalunya amb l'objectiu de reconèixer les aportacions més rellevants de professionals o entitats en el camp de la comunicació i les telecomunicacions. Fundada l'any 1983 per un grup d'empresaris que volien crear un mitjà de comunicació comarcal i en català, Ràdio Marina ha aconseguit fer-se amb el lideratge radiofònic a l'Alt Maresme i a la Selva amb una oferta programàtica que dona resposta a les necessitats del seu entorn, d'acord amb les característiques dels seus oients i preservant la seva independència.

Bernardo Lorenzo es posa al capdavant de la SETSI

A finals de juliol el Consell de Ministres acordava el nomenament de Bernardo Lorenzo com a nou secretari d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació (SETSI). Lorenzo, que

exercia de director general de Telecomunicacions a la mateixa Secretaria, substitueix en el càrrec Francisco Ros, un dels màxims responsables del procés de transició de la televisió analògica a la televisió digital terrestre pel qual va ser felicitat públicament pel ministre d'Indústria, Miguel Sebastián. El càrrec de Lorenzo l'ocupa ara Juan Junquera, fins al seu nomenament director de gabinet de la SETSI. Aquesta direcció general torna al seu nom original: direcció general de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació.

InfoTV inicia una campanya per captar subscriptors i emetre per Internet

Aconseguir 100.000 euros anuals per reactivar una televisió "diferent, que escolte i deixi parlar a tots, que no manipule la realitat, que no amague les notícies i que respecte la nostra cultura i la nostra llengua". Aquest és l'objectiu de la campanya *Tenim un rept: InfoTV torna, si tu vols*, impulsada pels responsables d'aquesta televisió valenciana que va néixer el 2005, però que va haver de cessar les emissions el 2008 en no obtenir llicència de TDT. Així, es pretén captar un miler de subscriptors que, amb una quota anual de 100 euros, facin possible uns ingressos estables perquè InfoTV pugui reprendre les emissions "amb plenitud i regularitat", ara per Internet.

Mor Carlos Torreiro, director d'informatius de la XTVL

El 29 d'agost a Barcelona moria Carlos Torreiro, director d'informatius de la Xarxa de Televisions Locals (XTVL). Torreiro, de 49 anys, tenia una llarga experiència professional en l'àmbit de la comunicació audiovisual. A més de la seva funció com a responsable d'informatius de l'XTVL, Torreiro exercia també la tasca de coordinació entre els mitjans de la Xarxa Audiovisual Local (XAL), el grup vinculat a la Diputació de Barcelona que inclou l'XTVL, COMRàdio i lamalla.cat. Durant els seus anys a la Xarxa, el seu objectiu va ser clar: "potenciar el paper de la informació de proximitat a les televisions locals d'arreu de Catalunya incrementant l'intercanvi entre les diferents redaccions de les televisions que formen part de l'XTVL".

Les càmeres sense cinta: situació actual

Rubén Martínez

Durant anys les cintes han imperat amb força i han gaudit d'una gran confiança dins del món professional del vídeo. Es consideren fiables i relativament econòmiques.

En canvi en el moment en què s'ha proposat el model *tapeless* (sense cinta), molt habitual en unitats de continuïtat, el món de les càmeres d'enregistrament ha topat amb una gran desconfiança dels professionals del sector. Aquests són alguns dels molts arguments que s'han utilitzat: els discs durs no són gaire fiables per emmagatzemar el màster d'una gravació, la compressió de l'arxiu és necessàriament tan gran que es perd qualitat, o existeixen múltiples incompatibilitats amb els programaris d'edició més habituals.

De fet, quan el món amateur ja portava diversos anys llençant al mercat càmeres sense cinta, les poques marques que apostaven per aquest sistema en el món professional veien com no acabava de tenir la sortida que esperaven. I es que no és

el mateix perdre l'enregistrament d'unes vacances que el màster d'una sèrie de televisió amb una pressupost de 100 milions d'euros, per posar un exemple. Però aquesta és una por que s'ha de superar. Quants professionals de la fotografia encara treballen amb negatius?

Les marques ja aposten amb força

Diverses marques han apostat amb força per nous models, com Sony i Panasonic, que graven en targetes P2 i superen els problemes antics d'incompatibilitats amb els programaris d'edició més estesos.

Aleshores, quin és el millor model ara mateix? Doncs depèn de les necessitats i de les prioritats inicials. Si es vol gravar en un lloc de difícil accés, segurament no sigui molt pràctic portar ordinadors, discs durs, i altres gadgets que es poden malmetre en el transport o a causa de condicions meteorològiques ex-

trems. En canvi si el que es busca és rapidesa de visionat, d'ingesta del material gravat a editar, segurament les noves càmeres *tapeless* funcionen a la perfecció.

És probable que a les cintes Minidv i Dvcam encara els quedin alguns anys de vida, que s'hagin de millorar alguns aspectes de seguretat de les targetes i discs durs, però ningú no dubta que tard o d'hora mirarem aquestes cintes amb el mateix sentiment d'estranyesa que actualment observem els VHS ■



ATV Play i Compact TV, noves eines d'Activa Multimèdia

Activa Multimèdia ha presentat una nova plataforma d'Automatic TV: l'ATV Play, que permet publicar i gestionar de manera senzilla diferents fonts d'informació, internes o externes, i escollir com presentar-les mitjançant una eina accessible des del navegador. A més, amb aquest nou sistema es pot treballar de manera remota i des de diferents punts de la cadena de producció.

Una altra de les novetats d'Activa Multimèdia és Compact TV, eina que ja utilitza la televisió pública de Granollers, VOTV. Aquest sistema ofereix la possibilitat de realitzar ingestes via satèl·lit des dels VTR i senyals de vídeo *online*, a més de digitalitzar el fons documental de l'Ajuntament de Granollers compartint continguts de televisió històrics (l'antiga Granollers TV) i de

nova creació, VOTV, Ràdio 7 Vallès-Ràdio Granollers, documents de vídeo, àudio i fotografia ■

L'ATV Play aporta una nova manera senzilla, flexible i econòmica de completar la programació i donar més valor a la imatge del canal.

PINTURA SOBRE SEDA
EXPOSICIÓ

LA PEDRERA
BARCELONA

DEL 1 DE JUNY AL 24 DE SETEMBRE

DILLUNS A DIUMENGE DE 10 A 20H.
FUNDACIÓ CAIXA DE CATALUNYA

Hacer radio. Guía integral.

Mario Portugal i Héctor Yudchack, Ed. Galerna, Buenos Aires, 2008, 289 pàg., 26€



Hacer radio. Guía integral és una eina que detalla com fer un programa de ràdio "pas a pas". Aquest llibre es dirigeix tant a estudiants com a docents de l'àmbit de la comunicació audiovisual, i també a productors independents. De manera amena i detallada, els seus autors expliquen com escollir la millor emissora per presentar el propi projecte radiofònic, exposen les

peculiaritats de cada un dels horaris d'emissió, se centren en l'equip tècnic i humà que fa possible un espai de ràdio, i també en l'elaboració dels guions, els gèneres radiofònics i els diferents tipus d'entrevistes. Alhora, el treball també se centra en els aspectes econòmics i la publicitat en el món de la ràdio, així com en els càlculs de les seves audiències. El llibre també dedica

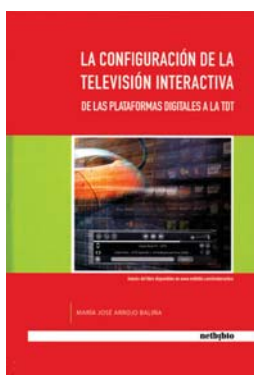
un capítol a l'era digital. D'aquesta manera, la ràdio per Internet, el perfil de la seva audiència, l'edició digital i els seus programes informàtics, els weblogs, el podcasting i l'estremaning són tractats en aquest volum.

Cada un dels temes o capítols de *Hacer radio. Guía integral* són enriquits amb valuosos comentaris i aportacions de professionals de renom del món radiofònic ■

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

La configuración de la televisión interactiva. De las plataformas digitales a la TDT

María José Arrojo Baliña, Ed. Netbiblio, A Coruña, 2008, 289 pàg., 37€



María José Arrojo exposa, en aquest llibre, un treball fruit de la reflexió científica sobre el programador televisiu, després que el naixement de les plataformes digitals de televisió a l'Estat espanyol i la posterior arribada de la televisió digital terrestre hagin modificat substancialment la seva feina. L'autora identifica els nous agents televisius i els nous processos de comunicació que neixen

amb la televisió digital. D'aquesta manera, analitza què tenen de nou aquests processos i què han heretat de la televisió analògica.

En aquesta línia, una part del llibre està dedicada a la televisió digital interactiva. Els seus continguts, els àmbits de programació, la producció, la comercialització, la difusió, etc. són aspectes que tracta el volum. A més, l'autora també fa

especial esment a l'audiència, que ha d'escollir què vol veure entre una multitud de canals i continguts.

La configuración de la televisión interactiva. De las plataformas digitales a la TDT s'adreça als estudiants de periodisme i comunicació audiovisual, professionals de la televisió i a totes aquelles persones interessades en la comunicació i els seus processos ■

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

Associació de Mitjans 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

Secretaria de Mitjans de Comunicació

Tel. 93 316 27 00
www.gencat.cat/cultura/comunicacio
www.tdt.cat
mitjanscom@gencat.cat

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. 93 557 50 00
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

Sóc FAN de submergir-me en la natura

Estany de Sant Maurici. Pirineus de Lleida.

SÓC FAN
DE CATALUNYA



Generalitat
de Catalunya

som-hi



Jo també vull assaborir pobles
amb encant, acaronar
paisatges naturals, escoltar
rius i llacs, explorar rutes,
practicar esports...
Jo també vull sentir Lleida
per vacances i caps de setmana.
I tu?

**Jo també.
Del Pirineu a la Plana.**



**JO TAMBÉ
VULL SENTIR
LLEIDA**

La Seu Vella - Lleida Foto: Samsant Laurent

**Ara
LLEIDA**



**Diputació de Lleida
Patronat de Turisme**

www.lleidatur.cat

Patrimoni mundial | Turisme actiu | Rutes culturals | Gastronomia | Pobles amb encant