

A FONTS

Televisió local de qualitat, televisió local d'èxit

ACTUALITAT

La telesèrie universitària "El joc de viure" amb Jordi Boixaderas s'estrena a les televisions locals amb la nova programació de tardor.

TAL COM SOM

Ramon M^a Huguet (Ràdio Montblanc): "Ens agrada molt la innovació, fins i tot emetem per Internet".



**FEDERACIÓ DE RÀDIOS
LOCALS DE CATALUNYA**

BARCELONA (CENTRAL).....	93 487 49 45
TARRAGONA	977 34 19 39
LLEIDA	973 32 04 08
GIRONA	972 77 10 00
TERRES DE L'EBRE	977 70 42 24

**FEDERACIÓ D'ORGANISMES
I ENTITATS DE TELEVISIÓ**

LOCAL DE CATALUNYA.....	93 331 56 41
-------------------------	--------------

**FEDERACIÓ DE TELEVISIONS
MUNICIPALS DE CATALUNYA**

93 487 49 45

**FEDERACIÓ DE TELEVISIONS
LOCALS A CATALUNYA.....**

93 265 00 34

**CONSORCI LOCAL I COMARCAL
DE COMUNICACIÓ**

93 488 10 08



EDITORIAL 3

OPINIÓ 4

ACTUALITAT 6

A FONS 14

ACTUALITAT 18

L'ENTREVISTA 21

ACTUALITAT 22

BREUS 24

TAL COM SOM 26

INTERNET 28

BIBLIOTECA 30

La revista Antena Local ofereix als seus lectors un servei de bústia. La revista publicarà les opinions, suggeriments, queixes i propostes al voltant del món de la comunicació local. Demanem la participació activa de tots els lectors i lectores amb l'objectiu de fer més oberta i plural l'única eina periodística dedicada exclusivament a les ràdios i televisions locals de Catalunya.

**Podeu adreçar-vos a la
REVISTA ANTENA LOCAL**

Per correu ordinari:
València, 231, 5è. 2a
08007 Barcelona
Per fax: 93 487 40 04
Per correu electrònic:
redaccio@antenalocal.net





EDITORIAL

Edita
COMUNICALIA SA

President
JOSEP PONT

Director General
JOSEP M. TORRENT

Gerent
JOAN BRIL-LI

Adjunt al Director General
RAFAEL DE RIBOT

Consell Editorial
MANEL RAMON

(PRESIDENT DE LA FEDERACIÓ DE
RÀDIOS LOCALS DE CATALUNYA)

FRANCESC X. VILLASEVIL

(PRESIDENT DE LA FEDERACIÓ
D'ORGANISMES I ENTITATS DE TELEVISIÓ
LOCAL DE CATALUNYA)

JOSEP M. BAIXAULI

(VICEPRESIDENT DE LA FEDERACIÓ
D'ORGANISMES I ENTITATS DE TELEVISIÓ
LOCAL DE CATALUNYA)

Director
FRANCESC TUBAU

Redacció
SÒNIA MAZA
EVA ROLDUÀ

Col·laboradors
FRANCESC GALLARDO
JOSEP GINJAUME

Il·lustració
JORDI ESTEVE, "ZAPATA"

Correcció Lingüística
MERCÈ BATLLE

Publicitat i Marketing
JOAN BRIL-LI


Impressió i Maquetació
GRÀFIQUES APR
Redacció i Publicitat
València, 231, 5è 2a
08007 Barcelona
Tel. 93 487 49 45
Fax 93 487 40 04
redaccio@antenalocal.net
www.antenalocal.net
www.fedcatradio.org

DIPÒSIT LEGAL **B-41946-96**


**CONSORCI LOCAL
I COMARCAL DE
COMUNICACIÓ**

 **Federació
de Ràdios Locals
de Catalunya**

 **Federació
de Televisions Municipal
de Catalunya**

 **Federació
d'Organismes i Entitats de
Televisió Local de Catalunya**

Repte global, resposta local

No hi ha un únic camí per aconseguir l'èxit ni tan sols hi ha un únic model que sigui el paradigma de l'èxit. En el món de la comunicació això també és així. No podem dir que hi hagi una manera de fer les coses que garanteixi l'interès i la rendibilitat d'un projecte. La realitat ens demostra que hi ha ofertes molt diferents que aconsegueixen connectar amb el públic i els anunciants i que són apostes rendibles i de qualitat.

L'exemple el tenim en aquest número **d'Antena Local**, en el qual repassem alguns models de televisió local que s'està fent al nostre país i que estan tenint molt bona acceptació entre l'audiència. Una de les conclusions que es desprenen del reportatge és que la proximitat i l'especialització són alguns dels valors en alça en els quals es poden sustentar aquestes ofertes.

En un moment de canvis i d'incerteses com el que viu el món de la comunicació no s'han de perdre de vista els elements diferencials que permeten a cada un tenir un lloc en el mercat, però paral·lelament s'han d'analitzar les tendències que poden estar condicionades per la revolució tecnològica i per les noves ofertes, per adequar-se al que l'audiència ens exigirà en el futur. Per a la televisió de proximitat també seria vàlid un concepte o eslògan que s'ha escoltat molt últimament: "pensa globalment, actua localment".

En aquest cas, pensar globalment significa tenir present que la nostra realitat comunicativa és especialment atractiva per a molts altres emissors. Catalunya significa el 33% del mercat publicitari de tot l'Estat, i això la fa especialment interessant per als grups amb projectes d'expansió. A més, el futur significarà una multiplicació de l'oferta de canals i, per tant, de continguts, i aquests tendiran previsiblement a dirigir-se de forma més agressiva a grups d'audiència més focalitzats.

Actuar localment significa, també en aquest cas, consolidar la pròpia identitat i reforçar els vincles de cada emissor amb el seu entorn. Però també buscar els punts de coincidència amb comunitats més àmplies per reforçar la musculatura empresarial de les cadenes que permeti fer una aposta per la qualitat.

En definitiva, el que garantirà l'èxit o el fracàs de cada un dels projectes serà la capacitat de produir competitivament productes de qualitat. L'increment de l'oferta pot portar moltes conseqüències imprevisibles, però una de segura és que el públic serà cada cop més exigent.



OPINIÓ

Quina televisió, de quina proximitat

La manca d'un marc legislatiu clar i estable del sector audiovisual s'ha convertit en una constant a l'Estat espanyol des de fa més de 20 anys. Qualsevol dels partits que han governat han estat incapaços de regular aquest important sector de la indústria cultural. La realitat social i la tecnologia han anat sempre per davant de les lleis, s'ha creat caos, s'han fet negocis ruïnosos i s'han malbaratat moltes oportunitats a mans de tota mena d'oportunistes aliens al sector que han frustrat molts projectes que ben gestionats haurien pogut resultar força interessants, especialment per a un país com Catalunya, farcit de reptes per integrar-se en condicions a la cultura global audiovisual. El Govern català tampoc ha actuat de manera molt més diligent en aquest tema, atès que pràcticament fins fa quatre dies no ha tingut una política audiovisual pròpia i s'ha dedicat a anar a remolc de la legislació espanyola o a mantenir situacions d'alegalitat de fet amb la conseqüent incertesa que aquesta situació genera.

Massa vegades les possibilitats de la televisió local o de proximitat s'han vinculat a la tecnologia. De fet, l'aparició de les primeres televisions locals a Catalunya coincideix amb un abaratiment dels equips de producció i d'emissió, a conseqüència de la introducció de l'electrònica i la proliferació de la fabricació d'equips de baixa potència a un preu raonable. La pregunta immediata no se la va fer pràcticament ningú: hi havia una demanda de televisió de proximitat per part de la població? A principi dels anys 80 la resposta era evidentment positiva, ja que érem en plena època del monopoli de TVE i hi havia un clar desig de trencar-lo. Però es van autoritzar les televisions autonòmiques i les televisions privades sense regular alhora les televisions locals. El resultat va ser deixar-les en una situació de marginalitat en l'incipient mercat audiovisual que es creava a l'Estat espanyol. Però altres models com l'italià, que va associar la privatització de la televisió a les emissores locals, tampoc han funcionat molt millor. I posteriorment totes les figures de la liberalització audiovisual es van posar en el paner de les

plataformes digitals, just a les antípodes dels models de televisió de proximitat territorial. Arribem ara a una nova frontera: la digitalització. I el Govern central pretén que siguin les emissores locals les que carreguin amb el pes de la implantació d'aquesta nova tecnologia. No seria una mala solució, atès que d'una vegada per totes es regularia un sector mirant cap al futur i no cap al passat. Però la manera erràtica com s'ha fet i la manca de diàleg amb els implicats no ho han posat gens fàcil. Totes les televisions locals catalanes ja s'hi han oposat frontalment. I és que el projecte del Govern central no afronta algunes qüestions fonamentals com la relació entre el sector públic i el privat en aquest àmbit o la definició del mateix concepte de televisió local o de proximitat. ¿Són viables les televisions dedicades només a la informació i l'entreteniment de proximitat? ¿Té sentit crear un seguit d'emissores que actuïn a la pràctica com una xarxa encoberta de distribució dels continguts controlats per les grans empreses del sector? ¿S'ha de tolerar en el món local un seguit de pràctiques de connivència entre interessos polítics dels ens locals amb empreses privades, cosa que no es permet en l'àmbit estatal o nacional? De tot plegat, el Govern central no se n'ocupa i el Govern català sembla estar massa atenallat per la conjuntura per fer-ho. De tot plegat, en resulta que estem perdent oportunitats i Catalunya no en té tantes com per menystenir les que se li presenten. Caldria discutir l'àmbit concret i la naturalesa de les televisions de proximitat que fossin econòmicament viables i socialment útils en un entorn marcat per la proliferació dels canals i la crisi de la producció de continguts. Mentre això no es parli de manera seriosa, la resta seran brindis al sol per obtenir complicitats polítiques i empresarials a tocar de les eleccions, siguin autonòmiques o generals. ●

Albert Sáez

*Periodista i professor
de la Universitat Ramon Llull*

La Mesa de Televisió Local de Catalunya rebutja en un document unitari el projecte de Llei de l'audiovisual del Govern central

REDACCIÓ

Les televisions locals de Catalunya s'han unit per primer cop per defensar els seus interessos davant la nova legislació que pretén tirar endavant el Govern del Partit Popular perquè consideren que és una "amença" per a la seva viabilitat. Totes les associacions de televisió local, agrupades en la Mesa de Televisió Local de Catalunya, van presentar el passat 3 de juliol un document unitari en què rebutgen la nova normativa que obligarà a emetre en digital el juny del 2004.

El portaveu de la Mesa de Televisió Local de Catalunya, Frederic Cano, considera que la migració cap al digital s'ha de fer de manera simultània entre les grans cadenes de televisió públiques i privades i les locals, però mai experimentant amb la televisió local i posant-la en perill, com pretén la Llei de l'executiu central. *"Creiem que aquesta Llei, que s'ha fet a Madrid, no preveu el fet diferencial de les televisions locals de Catalunya que són patrimoni dels ciutadans",* segons Cano, per qui *"la nostra tradició no s'entén des d'Espanya"*.

El director general del Consorci Local i Comarcal de Comunicació, Josep Maria Torrent, entitat que agrupa associacions que reuneixen 54 de les 81 televisions signants del document, ha fet constar que la televisió local *"no demana privilegis, no demana res d'extraordinari",* sinó que pretén que se la tracti com una realitat. Torrent adverteix que la Mesa *"està disposada a pressionar a qui sigui per preservar els nostres drets històrics"*.

UN PAPER ACTIU

Aquest document reivindicatiu, presentat en el marc del Consell de l'Audiovisual de



D'esquerra a dreta, Miquel Bonastre (director general de la XTVL), Frederic Cano (portaveu de la Mesa), Josep Maria Torrent (director general del CLCC) i F. Xavier Villasevil (president de la FTVM), durant la presentació del document.

Catalunya, demana que la televisió local tingui un paper actiu en el procés de redacció de la Llei de televisions locals, en reconeixement a un model comunicatiu amb 23 anys d'història. La Mesa vol que s'ajorni l'entrada de l'emissió de la tecnologia en digital fins que les estatals o les autonòmiques tinguin plenament implantats els seus sistemes d'emissió i existeixi un ampli parc de receptors o decodificadors repartit entre els telespectadors. En aquest sentit, Frederic Cano insisteix en el fet que les televisions locals de Catalunya estan disposades a participar en el procés de digitalització, però que no accep-

ten els terminis fixats per la Llei. A més, les televisions catalanes se senten discriminades i volen obtenir un canvi en la normativa que assegurí l'accés de freqüències de televisió digital per a les locals, com passa ja amb les privades i públiques d'àmbit estatal i autonòmic. El sector, que està disposat a arribar on calgui, de moment ha enviat al ministre de Ciència i Tecnologia, Josep Piqué, el document perquè escolti les demandes del sector audiovisual local català, i també l'ha enviat al conseller en cap, Artur Mas, al president del Parlament de Catalunya, Joan Rigol, i màxims dirigents dels partits polítics catalans. ●

El Fòrum Barcelona 2004 posa a disposició de les emissores locals federades microespais informatius sobre l'esdeveniment

REDACCIÓ

El Fòrum Barcelona 2004 ha posat a disposició de les emissores de proximitat adherides a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya una sèrie de microespais en què s'informa sobre els diferents continguts i aspectes organitzatius de l'esdeveniment.

El Fòrum, que comença a Barcelona el 9 de maig de 2004, és un fet sense precedents. Per aquest motiu, genera dotzenes d'interrogants. Amb l'objectiu de resoldre aquests dubtes, el Departament de

Comunicació del Fòrum ha confeccionat una col·lecció de microespais, en format de reportatge, que plantegen preguntes i respostes sobre els principals continguts i aspectes organitzatius de l'acte. Aquests espais estan ja a disposició de totes les emissores federades.

La sèrie conté 20 espais, de tres minuts de durada, que es poden descarregar des de l'apartat serveis de la pàgina web de la Federació (www.fedcatradio.org) o sol·licitar-se en suport CD. Es



poden programar en multidifusió, per separat o integrats en continguts de programes de diversos formats. ●

La Federació i Fritz Hermann estudien millorar l'enviament de programació musical a les emissores federades

REDACCIÓ

La Federació de Ràdios Locals de Catalunya i l'empresa Fritz Hermann estan estudiant diversos projectes per fer més efectiu l'enviament de programació musical a les emissores associades.

La possibilitat que les emissores puguin sol·licitar una programació personalitzada -amb els indicatius corresponents- en una determinada franja horària és una de les opcions que es preveuen. A més d'aquest servei "a la carta", també s'estudia

la connexió per Internet a la programació en temps real en la franja horària que cada ràdio triï. L'enviament per correu de música en suport CD -com s'ha fet fins ara- també es troba entre les fórmules considerades.

D'altra banda, Fritz Hermann continuarà oferint a les emissores federades serveis d'assessorament, gravació d'indicatius, realització de programes especials i actualització de dades de discogràfiques. ●

Convocada la 3^a edició dels Premis Ciutat de Tarragona

REDACCIÓ

L'Empresa Municipal de Mitjans de Comunicació de Tarragona (EMMCT) ha convocat la tercera edició dels Premis Ciutat de Tarragona per a premsa escrita, ràdio, televisió, Internet, fotoperiodisme o per als estudiants universitaris de publicitat i relacions públiques. Tots els articles i les fotografies han d'haver estat prèviament publicats a la premsa escrita; i els programes de ràdio i de televisió han d'haver estat emesos per cadenes comercials o

públiques. Pel que fa a l'apartat de noves tecnologies, hi poden concórrer tota mena de webs, mentre que els publicitaris que actualment estudien la carrera universitària de publicitat i relacions públiques han de presentar campanyes publicitàries centrades en el tema "Tarragona turística".

El millor treball de tots els presentats de qualsevol especialitat rebrà 2.000 euros i els finalistes s'enduran un trofeu commemoratiu que consisteix en

una reproducció en plata del sarcòfag *El pedagog*, que representa una de les primeres escenes on apareix la figura d'un comunicador. Els treballs s'han de fer arribar abans del 20 de novembre de 2003 a l'EMMCT (apartat de correus 540, 43080 Tarragona). El resultat de les deliberacions es farà públic el 12 de desembre de 2003 en el decurs d'un acte protocol·lari que tindrà lloc al Saló de Plens de l'Ajuntament de Tarragona. ●

Punt 6 Camp organitza el Primer Concurs Josep Manel Barrot de Programes Culturals

REDACCIÓ

Amb l'objectiu d'incentivar els programes de ràdio culturals de les emissores municipals, culturals, comunitàries i educatives, l'emissora Punt 6 Camp (Reus, 99.8 FM) i l'Associació per a la Comunicació i la Cooperació han convocat el Primer Concurs Josep Manel Barrot de Programes Culturals que atorgarà un únic guardó de 1.200 euros a l'espai guanyador. S'hi poden presentar, abans del 15 d'octubre de 2003, aquells programes de contingut cultural que s'hagin emès des del setembre de 2002 fins al juny de 2003. Els espais han d'estar

realitzats en llengua catalana, han de tenir una durada mínima de 30 minuts i han d'estar inclosos en la programació regular de les emissores.

Segons el director de Punt 6 Camp, Marià Arbonès, amb aquest concurs també es vol retre homenatge al radiofonista Josep Manel Barrot per la seva tasca de difusió de la història de la ràdio internacional. Barrot, que va morir fa aproximadament dos anys, va col·laborar als anys 90 a dos programes de l'emissora: "Món de les ones" i "La ràdio en blanc i negre". ●

Premis Nacionals de Radiodifusió, Televisió, Internet i Telecomunicacions

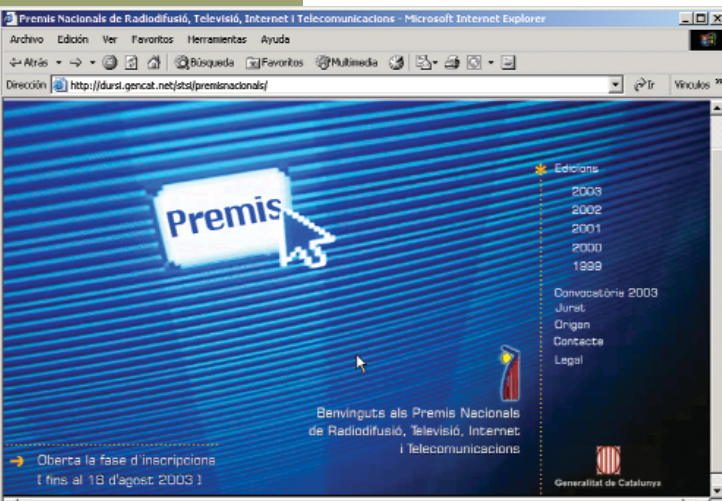
REDACCIÓ

El Departament de la Presidència de la Generalitat, per mitjà de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació, ha convocat la cinquena edició dels Premis Nacionals de Radiodifusió, Televisió, Internet i Telecomunicacions, que tenen com a objectiu reconèixer les accions més rellevants dutes a terme a Catalunya o en llengua catalana en els quatre àmbits respectius.

L'edició d'enguany presenta una novetat important res-

pecte de les anteriors: per primer cop no només els membres del jurat, sinó també les empreses, entitats, institucions i professionals poden presentar les seves candidatures a través del nou web dels guardons (<http://dursi.gencat.net/stsi/premisnacionals>). El termini de convocatòria finalitza el proper 18 d'agost. La dotació actual dels premis per a cadascuna de les categories és de 15.000 euros. ●

Les candidatures es poden presentar a través del nou web dels guardons.



Ràdio Delta FM, dues dècades en antena

REDACCIÓ

Després de diversos mesos de proves que van servir per preparar els col·laboradors, dissenyar la programació i crear una mínima infraestructura, el 9 d'agost de 1983 Ràdio Delta FM (Baix Ebre, 107.6 FM) iniciava les seves emissions regulars. Al llarg d'aquestes dues dècades l'emissora ha anat creixent i evolucionant. *"Al principi només emetíem a la tarda una programació merament musical. El 1986 es va introduir la figura del coordinador i el publicista, la qual cosa ens va permetre ampliar les emissions de 9 del matí a 7 de la tarda"*, explica la seva directora, Lluïsa Bartomeu. Actualment l'emissora municipal de Deltebre ofereix programació pròpia de 8 del matí a 10 de la nit de

dilluns a dijous, i de 8 del matí a 12 del migdia divendres i dissabte. Informatius locals, magazins i programes especialitzats componen la graella de Ràdio Delta FM. L'objectiu de la directora, de cara al futur, és poder informatitzar les emissions per oferir programació les 24 hores del dia. A més de créixer en continguts, en aquests 20 anys l'emissora també ha canviat d'estudis. De les primeres instal·lacions, situades a la primera planta de l'Ajuntament, el 1992 es va passar a les actuals, situades a la planta baixa de les dependències municipals.

Actualment Ràdio Delta FM compta amb tres persones treballant en plantilla i més d'una vintena de col·laboradors. ●



Imatge dels estudis de Ràdio Delta FM. De cara al futur s'espera poder informatitzar les emissions per oferir programació les 24 hores del dia.

Sants 3 Ràdio canvia de freqüència i emet per Internet

REDACCIÓ

L'emissora cultural dels barris barcelonins de Sants, Hostafrancs i la Bordeta, Sants 3 Ràdio, ha canviat recentment de freqüència. A partir d'ara els oients poden sintonitzar l'emissora al 103.2 de l'FM, i abandonar així el 107.3 en què es podia escoltar fins ara. A més, com a novetat, la ràdio ha incorporat so estèreo i RDS. Aquest canvi en el dial ha permès a Ràdio Despi

(Baix Llobregat, 107.2 FM) millorar la seva àrea de cobertura.

D'altra banda, Sants 3 Ràdio ha iniciat les seves emissions per Internet. A www.sants3radio.com tothom que ho vulgui pot gaudir durant les 24 hores del dia de la programació de l'emissora. Tanmateix la ràdio està treballant en la renovació de la seva pàgina web. ●

Nova Ràdio Lloret sorteja un viatge a Canàries entre els seus oients



Aquesta és l'onzena temporada d'estiu de Nova Ràdio Lloret, en què s'aposta per una programació dinàmica, informativa i musical.

REDACCIÓ

Amb la voluntat d'implicar la població amb la ràdio municipal i fer-ne promoció, Nova Ràdio Lloret (la Selva, 90.2 FM) ha organitzat un concurs entre els seus oients, que té com a premi destacat un viatge d'una setmana per a dues persones a Canàries. El concurs s'està realitzant tots els matins de dilluns a divendres i el sorteig tindrà lloc a principi del mes de setembre. Aquest, però, no és l'únic premi. També s'estan sortejant d'altres regals, com CD, samarretes, tovalloles o ràdios. L'estiu passat Nova Ràdio Lloret va organitzar un concurs de característiques similars, amb un èxit de participació que ha portat a la direcció a repetir l'experiència.

NOVA PROGRAMACIÓ

Aquest concurs no és l'única novetat de la graella a Nova Ràdio Lloret. Amb l'arribada de l'estiu l'emissora ha renovat continguts. "Estem fent una programació dinàmica i fresca, diferent a la ràdio de contingut que s'emet durant els mesos d'hivern", explica la directora, Amaranta Gibert. "Emetem una fórmula musical formada només d'èxits. Aquesta fórmula la combinem amb butlletins horaris des de les 10 del matí, ininterrompudament, fins a les 12 de la nit, amb informació local i comarcal, agenda d'activitats, estat de la mar, el temps, etc.", afegeix. ●

Ràdio Súria canvia d'ubicació

REDACCIÓ

Ràdio Súria (Bages, 107.8 FM) ha traslladat els seus estudis al primer pis de l'edifici del Centre d'Atenció Primària del municipi, al costat de l'Ajuntament. Les noves instal·lacions són més funcionals i aprofiten millor l'espai de manera que es pot treballar amb més comoditat. Durant l'acte d'inauguració dels nous estudis, el director de l'emissora, Francesc Garriga, va fer constar el gran esforç i la feina que els havia ocasionat el trasllat i es va mos-



trar molt satisfet amb el resultat. Però Ràdio Súria no ha canviat només d'estudis, també ha renovat la seva imatge. La dissenyadora surienca, Coaner Codina, ha creat un nou logotip per a l'emissora. ●

Set televisions aposten per ingressar a la Federació d'Organismes i Entitats de Televisió Local de Catalunya

REDACCIÓ

City TV, Tele Taxi TV, Televisió de Manresa, Televisió de Palamós, Televisió de Premià, Mira'm TV i Canal 4 han sol·licitat la seva incorporació a la Federació d'Organismes i Entitats de Televisió Local de Catalunya (FOETVLC).

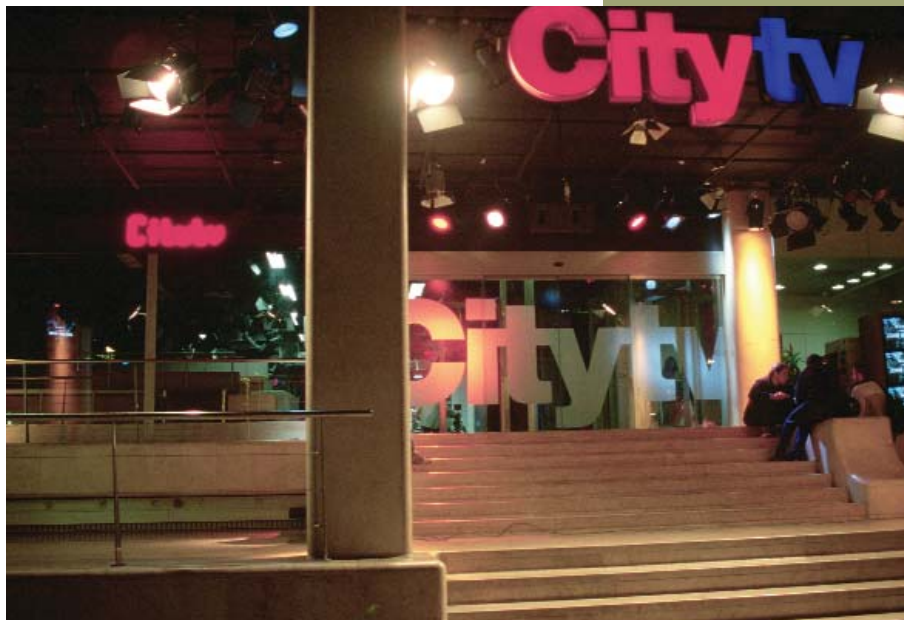
City TV va iniciar les emissions el 23 d'abril de 2001 amb l'objectiu d'oferir a l'espectador un concepte de televisió diferent. L'emissora privada, creada pel Grup Godó, té una àmplia cobertura que abasta Barcelona capital, el Vallès Oriental i Occidental, el Garraf, el Maresme, el Baix Llobregat, Osona i el Bages. L'emissora, que es defineix com a urbana, propera, participativa i universal, combina la programació de producció pròpia (en català) amb l'emissió de pel·lícules i sèries (en castellà).

Tele Taxi TV, amb cobertura a tota l'àrea metropolitana de Barcelona, va iniciar les emissions el 7 d'abril d'aquest any. L'emissora emet ininterrompudament les 24 hores del dia. Fins a les 7 de la tarda ofereix videoclips de tots els estils musicals; a partir de les 7 arriba el torn dels dibuixos animats i, posteriorment, dels informatius amb notícies d'abast nacional. A la nit, el protagonista és el cinema. Els espais de producció pròpia, com el recentment estrenat "Mira i veuràs", de videoclip sol·licitat, es complementen amb la programació de suport del Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC).

Televisió de Manresa, després d'un parèntesi des del 1995, va reprendre les seves emissions l'abril d'aquest any. Sota la denominació de TLB (Televisió Local del Bages) i Televisió de Manresa, l'emissora arriba a les comarques del Bages, el Berguedà i el Solsonès. Amb més recursos tècnics i personals, en aquesta nova etapa la cadena ofereix programació les 24 hores del dia i combina espais de proximitat (informatius, culturals, esportius,...) amb els continguts de suport del CLCC i la música de la cadena MTV.

Televisió de Palamós també combina els espais de producció pròpia amb els continguts de suport del CLCC i la música de la cadena MTV. L'emissora, que va iniciar les emissions regulars el 15 d'agost de 1983, emet programació en la franja de vespre-nit; en destaquen les retransmissions en directe dels esdeveniments més destacats del municipi. A més, organitza tallers de comunicació audiovisual adreçats al jove.

La història de **Televisió de Premià (TVP)** va començar el 1986. L'emissora va deixar d'emetre durant un període de temps fins que el 23 d'abril d'enguany va encetar una nova etapa amb la inauguració de noves instal·lacions i l'emissió d'un programa especial. La graella de la renovada TVP reflecteix els principis consti-



Entrada de City TV. L'emissora arriba a una població total d'uns 4 milions de persones.

tants de l'emissora: un projecte empresarial de televisió de proximitat, al servei dels ciutadans, independent i plural, on primen els continguts culturals, esportius i d'informació.

Els inicis de **Mira'm TV** es remunten al 1986, quan va començar a emetre per cobrir informativament diversos esdeveniments locals a la ciutat de Sant Boi de Llobregat. A partir de llavors, l'emissora emetia eventualment amb certa regularitat fins que el 2000 va passar a formar part del projecte de televisió digital terrestre, encapçalat per la ja desapareguda Quiero TV. Actualment Mira'm TV emet en exclusiva durant diverses hores al dia i per a Sant Boi el senyal de Canal Sur Andalucía. L'emissora, però, està treballant en un nou projecte. La nova Mira'm TV pretén ser una televisió informativa, participativa, plural i professional, centrada en Sant Boi però amb vocació metropolitana.

Canal 4 és la primera televisió de fora de Catalunya que sol·licita l'ingrés a la FOETVLC. El 1984 va començar a emetre des de la casa d'un barri de Palma de Mallorca i, actualment, ja arriba a un 90% del territori de les Illes Balears. L'emissora ofereix programació pròpia les 24 hores al dia; el tractament de temes locals hi té una especial rellevància.

La Junta Directiva de la FOETVLC ja ha donat el vist-i-plau a l'adhesió d'aquestes televisions a l'entitat. La seva incorporació definitiva es decidirà en la propera Junta General. ●

Amb aquestes set emissores ja són 42 les televisions adherides a la FOETVLC, que es consolida com a organisme representatiu de la televisió local privada a Catalunya

“Dijous de conya”, humor de producció pròpia a TVM



Els monòlegs es van enregistrar a la cafeteria del teatre Els Carlins, on s'alça un petit escenari.

REDACCIÓ

Les nits dels dijous a Televisió de Manresa (TVM) tenen com a protagonista principal la conya. D'aquesta manera, la televisió local ha volgut apostar per l'humor de producció pròpia. Des del mes de juny l'emissora emet els monòlegs enregistrats a la cafeteria del teatre Els Carlins dins del cicle “Dijous de conya”, organitzat pel Casal Familiar Recreatiu del municipi, entitat titular de l'equipament cultural. Actors del circuit professional català i debutants de les comarques de la zona han alternat les seves actuacions al petit escenari que s'alça a un costat del local, reformat fa un temps justament per donar cabuda a activitats teatrals de petit format que no requereixen ni l'escenari gran ni el pati de butaques.

BONA ACOLLIDA

TVM va enregistrar els monòlegs, dos o tres per nit, durant el mes de maig. Ara n'emet un cada dijous a les 10 i les 12. El director de l'emissora, Xavier Domènech, assegura que el programa està tenint molt bona acollida entre el públic: “No disposem d'audímetres, però les impressions que ens fan arribar són molt positives”, comenta. I per això no es descarta tornar a repetir l'experiència: “El nostre objectiu és recolzar les activitats culturals que es fan al municipi, ja siguin teatrals, musicals o de qualsevol altre gènere artístic, per tant, des de TVM estem oberts a repetir l'experiència amb d'altres iniciatives similars”, afegeix. ●

130.000 persones segueixen la programació de Lleida TV

REDACCIÓ

Segons un estudi d'audiència encarregat a l'empresa Infortécnica, 130.000 persones segueixen habitualment la programació de Lleida TV, la qual cosa representa un 74% del total de la seva zona de cobertura tècnica -el pla de Lleida- que arriba als 200.000 ciutadans. Els espais informatius, les tertúlies, les entrevistes i el concurs “La bomba” són els programes preferits pel públic.

Impulsada pel Grup Segre, amb la col·laboració de la Paeria, la Diputació i l'empresa TBF, Lleida TV va començar la seva trajectòria el 2001 amb una clara vocació de servei per als lleidatans de les comarques del pla de Lleida. Després de més de dos anys en funcionament, la televisió ha assolit el seu objectiu inicial ja que s'ha consolidat com a oferta audiovisual de proximitat a la zona. ●

El presidents de la FTVMC i de la FOETVLC creuen que la millor manera d'afrontar el futur de la televisió local és fer sentir en una sola veu totes les reivindicacions del sector

REDACCIÓ

Ja fa quatre mesos que F. Xavier Villasevil i Xavier Abelló van ser elegits presidents de la Federació de Televisions Municipals de Catalunya (FTVMC) i de la Federació d'Organismes i Entitats de Televisió Local (FOETVLC), respectivament. Després d'aquesta temporada d'exercici del càrrec han fet balanç. Tots dos coincideixen que han estat quatre mesos de treball intens en què, a més de donar resposta a les necessitats internes de cada entitat, han hagut de fer front als moments clau que està vivint el sector pel que fa a la seva situació legal i a la migració cap al digital.



F. Xavier Villasevil, president de la FTVMC.



Xavier Abelló, president de la FOETVLC.

F. Xavier Villasevil, director de TV Vallirana, assegura que aquests quatre mesos com a president de la FTVMC els ha viscut amb molta intensitat: *"La meva elecció ha coincidit amb una època prou singular i complicada per a les televisions locals, però per a mi, com a enginyer, és molt interessant i engrescador estar com a president precisament en aquests moments d'inici de la implantació d'una nova tecnologia"*. La feina intensa és també el que més destaca Xavier Abelló, director de Més TV Tarragona, d'aquesta temporada al front de la FOETVLC: *"Aquests quatre mesos els he viscut treballant en aquells compromisos que la Junta i jo vam assumir quan vam ser escollits en assemblea"*, comenta. La reorganització i la professionalització de l'entitat

és un d'aquests compromisos. Pel que fa a les fites del nou president de la FTVMC, en destaquen el recolzament als associats per facilitar el pas a la tecnologia digital desenvolupant diversos projectes centrats en la formació i l'assessorament, i l'enfortiment de les relacions amb les institucions. *"Per assolir aquests objectius estem treballant en plena sintonia amb el Consorci Local i Comarcal de Comunicació"*, assenyala Villasevil.

UNA SOLA VEU

Tant Abelló com Villasevil consideren que la millor manera d'afrontar la nova situació legal i tecnològica de les televisions locals és continuar treballant en la mateixa línia en què s'està fent, és a dir, arribar a acords i fer sentir en una sola veu, a través de la Mesa de Televisió Local de Catalunya, totes les reivindicacions del sector. Asseguren que només així aconseguiran que l'Administració central prengui consciència de l'important servei que durant tots aquests anys està desenvolupant la televisió local a la societat catalana. En aquest sentit, el president de la FOETVLC considera que la televisió local privada ha de consolidar la seva presència a tot el territori català (pràcticament ja és a tot arreu) oferint amb la màxima ambició continguts de proximitat. El president de la FTVMC, de la seva banda, creu que la televisió municipal ha de mantenir les seves característiques distintives com a mitjà de proximitat i com a centre de formació i promoció per a tot tipus de professionals de la comunicació. ●

F. Xavier Villasevil i Xavier Abelló asseguren que aquests primers quatre mesos d'exercici del càrrec es caracteritzen pel treball intens

Televisió local de qualitat, televisió local d'èxit

SÒNIA MAZA

En una època en què l'anomenada telescombrària sembla guanyar terreny a les graelles de la majoria d'emissores de televisió, són pocs els que aposten per fer una programació de qualitat arriscant-se a no aconseguir uns nivells d'audiència tan espectaculars com aquells que opten per baixar el llistó dels seus continguts. Si qui fa aquesta aposta no disposa, a més, de tants recursos com voldria, el risc augmenta. Tot i així, són moltes les televisions locals que decideixen assumir-ho. Flaix TV, Televisió Costa Brava, Televisió Comarcal d'Osona i Visió 3 Terres de l'Ebre ho han fet i amb èxit. Amb models de programació força diferents, han aconseguit una excel·lent resposta de l'audiència oferint espais de qualitat.



Els presentadors de "Flaixmania", un dels programes més destacats de Flaix TV, emissora feta per gent jove i per a gent jove.

Especialitzar-se, combinar informació i entreteniment, potenciar la producció pròpia i centrar-se en la proximitat són les fórmules que expliquen l'èxit de Flaix TV, de Televisió Costa Brava (TVCB), de Televisió Comarcal d'Osona (TVO) i de Visió 3 Terres de l'Ebre, respectivament. Cadascuna ofereix una programació amb característiques força diferents de la resta, però totes quatre compten amb el suport i la fidelitat dels seus espectadors. Esdevenen així quatre exemples de com una televisió local pot, amb recursos limitats, triomfar entre l'audiència sense deixar mai de banda el criteri de la qualitat.

VARIETAT DINS LA TEMÀTICA

Una televisió feta per gent jove i per a gent jove. Així es defineix Flaix TV, emissora que té com a

eix central de la seva programació la música. "Hem volgut fer una televisió temàtica que arribi a tots els territoris de parla catalana apropant-nos a allò que el jovent necessita", explica Ferran Cera, director d'aquesta televisió. Flaix TV emet les 24 hores del dia, 13 de les quals són en directe. Actualment, la graella es compon d'11 programes que es completen amb flaixos informatius de cinc minuts de durada amb notícies generalistes "explicades amb un llenguatge fresc i dinàmic". El públic potencial se situa entre els 15 i els 35 anys però, segons Cera, la franja s'amplia per sobre i per sota d'aquests límits: "Si tenim una resposta tan positiva d'aquest públic és precisament perquè el tractem com si tingués entre 15 i 35 anys. Per això fem una programació on intentem encaixar tots els estils musicals". Espais de revival, d'è-

xits d'arreu del món, de música pop, magazíns, programes de to eròtic, interactius... s'alternen amb aquest objectiu. "D'aquesta manera aconseguim varietat dins la temàtica", afegeix Cera. Però no només aquesta varietat serveix per explicar l'èxit de Flaix TV. Segons el director de l'emissora, "la suma d'una política agressiva de freqüències i l'experiència en el tractament del jovent gràcies al recorregut fet amb Flaix FM" també hi han contribuït.

Per què especialitzar-se a l'hora de fer televisió? "Som una televisió privada i com a tal hem de ser independents econòmicament. Això passa per ser rentables des del primer dia. Vam considerar que la televisió convencional estava prou saturada i vam optar per ser alternatius i especialitzar-nos fent una televisió musical" -explica Cera- "Flaix TV no fa una cursa de velocitat sinó de resistència. Hi ha televisions que busquen rendibilitat al mínim cost i el més ràpid possible per això recorren a les telescombraries. Nosaltres, en canvi, apostem per la qualitat perquè sabem que això a llarg termini ens revertirà positivament".

UNA HORA PER CASA

La programació de Televisió Costa Brava, amb cobertura a la comarca del Baix Empordà, es divideix en dues parts diferenciades. D'una banda, els continguts que s'ofereixen durant el dia, que són d'entreteniment, i d'una altra, els que s'emeten a la nit, de gènere informatiu. "A la franja diürna emetem una barreja de videoclips de música actual amb tràilers de pel·lícules que estan en cartell als cinemes del territori. A més, a les 2 i a les 3 de la tarda fem un avanç informatiu d'entre 15 i 20 minuts de durada amb notícies d'elaboració pròpia i d'agència", explica Manel Rius, director de l'emissora. A partir de les 8 del vespre i fins a les 2 de la matinada, TVCB aposta fort per la informació: "Fabriquem un bloc d'una hora d'informació que es va repetint a les hores en punt. Aquest bloc conté informació que hem elaborat al llarg del dia sobre esdeveniments destacats de la comarca i notí-



A les nits de TVCB la informació és protagonista i si cal les notícies es complementen amb col·loquis o debats.

cies d'agència. Es tracta d'un format especial a l'estil d'Euronews o CNN". Les "pastilles" d'informació tenen una durada màxima d'uns 5 minuts i es combina la notícia convencional amb l'entrevista a plató. "Quan l'actualitat ho requereix o es tracta d'un fet excepcional aquestes pastilles poden durar fins a 12 minuts o 24 si considerem oportú incorporar un col·loqui o debat", afegeix Rius. Els caps de setmana la graella es compon dels espais de suport que els proporciona el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC).

La resposta de l'audiència a aquest model de programació és, segons Rius, "molt potent". El secret? "Fer una programació amb una relació qualitat/preu molt elevada". Per al director de TVCB, tot i que pugui semblar que la gent cada cop més vol veure telescombraries, hi ha alternatives: "Es pot fer una televisió diferent i tenir la mateixa força. La fórmula d'oferir informació



Imatge de "El noticiari", un dels espais més destacats de TVO, en què s'aposta fort per la producció pròpia.

local i comarcal en un bloc d'una hora que es va repetint puntualment i es renova cada dia funciona molt bé. Nosaltres diem als telespectadors: *Tu mira el programa que vulguis però durant una hora passa per casa*". A més, segons Rius, a diferència que a l'àrea metropolitana de Barcelona, a la zona l'interès per saber què passa als municipis del voltant és més gran. *"Aquest factor també ens ajuda moltíssim"*, sentència.

CONTINUÏTAT, ESTABILITAT I RIGOR

Televisió Comarcal d'Osona emet les 24 hores del dia, tot i que no és fins a la franja de vesprenit que ofereix continguts nous. D'aquests, un 80% són de producció pròpia i la resta són espais de suport del CLCC. Aquesta aposta pels programes *"fets a casa"* és, segons Sebastià Raurell, director de l'emissora, el tret més característic de TVO. *"Realitzem una programació molt comarcal amb l'objectiu que el ciutadà s'assabenti de què passa allà on viu"*, afegeix. "El noticiari", informatiu local diari, "L'esport a TVO", que fa un repàs als esdeveniments esportius del territori, el cultural "De teves a meves", on s'entrevista a poetes, escultors o d'altres personatges relacionats amb el món de la cultura de la zona, l'espai de fauna autòctona "Zona salvatge" o "Universitat de Vic", dedicat a informar sobre la vida universitària d'aquest cen-

tre, en són alguns exemples.

També en aquest cas la resposta dels espectadors és altament positiva. *"La gent el que més valora és el fet de poder assabentar-se a través de TVO d'allò que succeeix a la comarca -explica Raurell-. És per això que hem optat per aquest tipus de programació, ens hem adonat que el que fem és exactament el que vol l'audiència"*. Però hi ha d'altres factors que serveixen per explicar l'èxit d'aquesta emissora: *"El secret d'aquests darrers anys ha estat la continuïtat, l'estabilitat i el rigor a l'hora d'oferir programació. Mai no hem deixat d'emetre. I quan dic mai em refereixo també a vacances i caps de setmana"*. La qualitat també hi té un pes important: *"Ens trobem amb gent de la zona que en marxar fora mira altres televisions locals i comenta que aquestes inclouen a la programació línies 906 i espais de tarot. Llavors s'adonen que des de TVO hem seguit un altre camí i ho valoren. Hem optat per un model diferent que potser no dóna tants diners, però sí una bona resposta del públic"*, conclou.

CONTINGUTS DE PROXIMITAT DIGNES

A Visió 3 Terres de l'Ebre la programació es dissenya tenint sempre com a punt de partida la proximitat. L'emissora, amb cobertura a les



La proximitat és present a tots els programes de Visió 3. "Actualitat a debat" n'és un exemple.

comarques del Baix Ebre, Montsià, Terra Alta, Ribera d'Ebre i Baix Maestrat, a Castelló, ofereix informatius, entrevistes, debats, magazins, programes d'humor,... "Sempre tenint molt present la necessitat de ser propers a l'audiència. Això ho completem amb els continguts de suport del CLCC", explica Manel Ramon, director de l'emissora. Entre els espais més destacats es troben els esportius "La pre jornada" i "La pròrroga", l' "Actualitat a debat" i l'humorístic "Què dius ara?".

Segons Ramon, aquesta proximitat a l'espectador fa que l'èxit estigui garantit: "Tot i que és

diffícil de concretar, el cert és que sempre hem tingut una audiència importantíssima, això es percep quan acabes de fer un programa i l'endemà t'arriben comentaris, la gent en parla. La multidifusió ens ajuda molt en aquest sentit, ja que l'espectador té diverses oportunitats de veure un mateix programa". Per a Manel Ramon, el secret de la televisió local és, per tant, fer televisió de proximitat: "Difícilment podem competir amb una televisió d'abast nacional o estatal, per això cal centrar-se en el territori. Es podria dir que som com un complement de les grans televisions, però no en termes secundaris, sinó un complement essencial. Oferim al públic allò que no trobaran enlloc". I, a més, amb qualitat. La qualitat és un altre factor que el director de Visió 3 considera imprescindible: "Cal, des d'un punt de vista professional i amb espais ben treballats, tractar continguts de proximitat perquè és així com aquests continguts guanyen en credibilitat i prestigi. És per aquest motiu que a Visió 3 apostem fort per la millora tècnica i professional de la televisió local. Dins de les limitacions econòmiques que encara té el sector, cal oferir els continguts de la manera més digna possible. Aquest és el secret, la gent és el que valora, poder veure continguts de qualitat en una televisió que li és pròxima". ●

El Consorci
Local i
Comarcal de
Comunicació
augmenta
l'emissió
setmanal en
120 minuts i
arriba fins a
les 9 hores de
programació

La telesèrie universitària “El joc de viure” amb Jordi Boixaderas s’estrena a les televisions locals amb la nova programació de tardor

REDACCIÓ

Estrenes de ficció com “El joc de viure” de TVC, la sèrie infantil “Lua”, el musical “La repassada” i l’actualitat informativa i econòmica amb “La quadratura del cercle” i “Gent emprenedora”, respectivament, són algunes de les novetats que conformaran la graella de tardor de les televisions locals. D’altres programes, amb molt bona acceptació entre el públic, repeteixen en el marc de la programació que difon el Consorci Local i Comarcal de Comunicació a partir del mes de setembre.

“El joc de viure” s’ambienta entre la universitat i un pis d’estudiants, i gira al voltant de les relacions d’un grup d’universitaris que comparteixen sostre, il·lusions, problemes quotidians i les primeres experiències fora de la llar familiar. Aquesta telesèrie -amb Jordi Boixaderas- és una de les estrenes més destacades de la temporada de tardor. Però les novetats continuen amb “La repassada”, un programa musical que en 30 minuts dona un cop d’ull als hits del moment. Una altra estrena, “De la terra”, s’ocupa de divulgar els productes de la terra amb denominació d’origen, les persones que els fan possible i el procés per elaborar-los, i alhora aprofundeix sobre el coneixement del territori català.

L’actualitat estarà protagonitzada per dues novetats. D’una banda, “La quadratura del cercle” és una producció de 25 TV en format entrevista on es parla de qüestions relacionades amb la professió de la persona convidada, de l’actualitat política i social del moment amb la intenció que el personatge es mostri tal com és. L’altra novetat és “Gent emprenedora”, un programa d’actualitat econòmica que divulga la tasca d’un empresari o grup i el perquè del seu èxit.



La programació de les televisions locals del CLCC per a la tardor inclou novetats per a tots els públics, des del juvenil, amb “El joc de viure” o “La repassada”, a l’infantil, amb “Lua”



ALTRES PROGRAMES ES MANTENEN

L’actualitat informativa és un dels aspectes que més es potencia. A part de les dues novetats -“Gent emprenedora” i “La quadratura del cercle”- el CLCC continuarà emetent “L’entrevista de J.M. Solé i Sabaté”, “Actualitat viva” i el programa setmanal d’informació sobre el Parlament. A més, el Consorci manté d’altres continguts programàtics d’èxit com “Oficis”, “Geoprisma”, “Tecno-lògiques”, “Gent d’ahir, gent d’avui”, la sèrie d’animació infantil “Sylvan”, nous capítols de “Rockòdrom”, “Top Motor”, “Cuina d’autor”, “El flash” i “Cinematògraf”. ●

Les estrenes de la graella de tardor continuen amb “Lua”, una sèrie d’animació infantil on la protagonista és una nena de 2 anys que està descobrint el món que ens envolta i, finalment, l’“Esport al dia”, un espai informatiu diari de 5 minuts de la Unió de Federacions Esportives de Catalunya on es presta una especial atenció als esports minoritaris a partir de l’organització d’un acte, partit o esdeveniment esportiu.



Tomeu Penya, Dr Calypso, Gerard Quintana o Els Gossos, alguns dels videoclips de la programació d'estiu de les televisions locals

REDACCIÓ

Aquest estiu les televisions locals de Catalunya emeten un total de 35 videoclips musicals de grups vinculats a empreses fonogràfiques catalanes, fruit d'un conveni entre el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), la Societat d'Autors i Editors de Catalunya (SGAE) i l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC).

Rebeldes, Tomeu Penya, el grup *d'ska-reggae* Dr Calypso, Gerard Quintana, Els Gossos, Wagner Pá-Brazuca Matraca, Moncho, Chop Suey o Kabul Baba són alguns dels grups o intèrprets que es veuen a les televisions locals associades al Consorci. Els videoclips han estat realitzats per estudiants del darrer curs i per graduats de les dues últimes promocions de l'Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC) mitjançant la productora Escándalo Films. D'aquesta manera el CLCC reforça la producció de continguts de suport per a les emissores associades i recolza, alhora, la promoció de la indústria discogràfica catalana, incidint en la promoció dels seus productes.



Joan Boada dels Joglars i Eva Solé, presentadors de la gala del Festival Julius

EL CLCC TAMBÉ DIFON ELS CURTMETRATGES GUANYADORS DEL CONCURS DEL FESTIVAL JULIUS DE VIC

A partir del setembre, les televisions del Consorci Local i Comarcal de Comunicació també emetran entre les televisions associades els tres curtmètrages guanyadors del Festival Julius de Vic, celebrat a mitjan del mes de juny a la capital d'Osona. El curt "Duet" de Monste Bové ha obtingut el primer premi, *Gran Premi Julius Ciutat de Vic*, dotat amb 3.000 euros. La cinta de gairebé 6 minuts gira entorn una noia, un llit i tres moviments musicals. El segon premi ha estat per a Marta Solé i Juan Carlos Romero pel curtmètrage "Cecília". En vuit minuts i mig s'explica com un objecte quotidià pot representar tot un món de sensacions i records per a una persona. En aquest cas, per a la Cecília, la protagonista de la història.

El tercer premi, el *Pitet de Bava*, que ha estat atorgat pel públic present a la sala de projeccions de l'Auditori Marià Vila d'Abadal, ha estat per a "Aguirre!", un *film* de poc més de 12 minuts de Ramon Farrés. Es tracta d'una història que explica la vida de Marcos Aguirre, un cap de policia de districte d'una ciutat sud-americana, el qual té un mal dia. Unes doloroses morenes el fan anar a casa abans del que ell havia previst. Una sorpresa l'espera. Un final tràgic per a aquell qui gosi interposar-se en el seu camí. Aquell qui porta aquest cognom sap què representa i què defensa. ●

La TDT i el DAB a la televisió i la ràdio locals, a debat

REDACCIÓ

La migració cap al digital per a les ràdios i, principalment, per a les televisions locals es troba cada dia més a prop. És per això que el Consorci Local i Comarcal de Comunicació, la Federació de Ràdios Locals de Catalunya, la Federació de Televisions Municipals i la Federació d'Organismes i Entitats de Televisió Local han decidit organitzar un seminari de debat sobre com la televisió digital terrestre (TDT) i el digital àudio *broadcasting* (DAB) afecten els mitjans audiovisuals de proximitat.

Amb el nom "El compte enrera digital", la trobada es farà el dissabte 4 d'octubre de 2/4 de 10 del matí a 2 del migdia.



Descodificador de TDT.

PONÈNCIES SIMULTÀNIES I EXPOSICIONS PRÀCTIQUES

El seminari acollirà diverses ponències simultànies i exposicions pràctiques. En una



Receptor portàtil de ràdio digital.

primera part es realitzarà una introducció tècnica al DAB i la TDT amb l'objectiu de donar a conèixer les característiques d'ambdós sistemes tecnològics i explicar com aquests afecten les ràdios i les televisions locals. Posteriorment, els fabricants duran a terme exposicions pràctiques que permetran comprovar el funcionament dels receptors. Dues ponències simultànies per aprofundir en la tecnologia digital ocuparan la segona part de la trobada, que finalitzarà amb una conferència a càrrec d'un especialista en comunicació digital. Tot i que encara no està tancat el programa, es preveu la participació com a ponents de tècnics, operadors, responsables polítics i representants del sector.

El seminari "El compte enrera digital" s'adreça als professionals de la ràdio i la televisió locals i a totes aquelles persones vinculades d'una manera o altra amb el món de la comunicació. ●

Amb el nom
"El compte enrera digital",
la trobada es
farà el
dissabte 4
d'octubre de
2/4 de 10 del
matí a 2 del
migdia

Ester Alonso, codirectora del programa “Gent emprendedora”: “Volem donar a conèixer models empresarials a seguir”

EVA ROLDUÀ

“Gent emprendedora” s’incorpora com a programa d’actualitat econòmica a la graella de les televisions locals a partir del mes de setembre. Seguint el fil d’una entrevista a un empresari amb un cert èxit en el seu

sector, es pretén explicar l’activitat econòmica i les claus per formar i animar nous empresaris o aquells que estan encara indecisos. Aquest programa és una novetat de Televisió de Premià per al CLCC.

AMB QUINA FILOSOFIA NEIX EL PROGRAMA?

Amb “Gent emprendedora” pretenem motivar aquells que són emprenedors, però que no s’acaben de decidir a ser empresaris o autònoms. Amb l’experiència de tercers busquem crear el clima necessari perquè una persona acabi fent el salt. Volem donar a conèixer models empresarials a seguir.



Imatge de l’enregistrament d’un programa pilot als estudis de Televisió de Premià.

informació sobre el sector protagonista, del qual prové la persona entrevistada. És bàsic informar com i on aconseguir crèdits i de quina manera fer més fàcil que un projecte acabi tenint èxit.

PERÒ UN PROGRAMA ECONÒMIC POT SEMBLAR PRÈVIAMENT DIFÍCIL DE PAIR...

El nostre programa aprofita l’anècdota al màxim per convertir l’entrevista en una història entretinguda. Hi ha múltiples formes d’enfocar un programa econòmic. La clau està en trobar bons emprenedors que sàpiguen explicar la seva història, incloure reportatges que ressegueixin els inicis de l’empresa i expliquin l’èxit del producte. Amb aquesta fórmula considero que no hi ha espai per a l’avorrimet.

I QUIN SERÀ EL CRITERI PER TRIAR L’EMPRESARI O L’EMPRESÀRIA DEL PROGRAMA?

Sense que ningú se senti discriminat el criteri que mantenim és el d’escollir empreses catalanes, creades a Catalunya, i també els empresaris que hagin estat capaços de tirar endavant un projecte a nivell internacional. És a dir, no ens cenyim únicament a les comarques catalanes sinó que també busquem un perfil de dirigent al capdavant de la multinacional d’èxit.

CONSIDERA QUE CATALUNYA ÉS UN PAÍS D’EMPRENEDORS?

Sí, i nosaltres volem potenciar l’esperit d’empresari autònom i emprenedor. Ara, està de moda ser empresari. ●

“

Parlarem amb empreses catalanes, creades a Catalunya, i també amb empresaris que hagin estat capaços de tirar endavant un projecte a nivell internacional

”

I COM CREU QUE ES POT CONVÈNCER A UNA PERSONA PERQUÈ CANVIÏ L’ESTATUS D’ASSALARIAT A EMPRESARI?

A “Gent emprendedora” apliquem criteris pràctics. Jo sóc empresària i, per tant, emprenedora. Volem ensenyar que en aquest món han triomfat persones de tots els sectors. I ara pretenem fer-ne una radiografia.

EL PROGRAMA INCLOU LA COL·LABORACIÓ DE DOSSIER ECONÒMIC. QUINA CREU QUE POT SER LA SEVA APORTACIÓ?

L’estructura del programa fa que la col·laboració de l’editor de *Dossier econòmic*, Jordi Castillo, sigui imprescindible. *Dossier econòmic* aportarà tot

el coneixement del teixit industrial i financer català. És un diari econòmic de referència i, per tant, és una pota del programa fonamental per obrir-nos les portes al món empresarial, a part d’avalarne els continguts.

COM ES PRESENTA FORMALMENT DAVANT L’AUDIÈNCIA “GENT EMPRENEDORA”?

El presentador i codirector, Domènec Biosca, inicia el programa amb una editorial. És una persona que coneix el sector de prop i actualment està escrivint el 19è llibre sobre la relació entre empresaris i clients. També intervé la figura d’un expert que actualitza la

La televisió local, escola de periodistes de la Universitat Ramon Llull

REDACCIÓ

La Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull i el Consorci Local i Comarcal de Comunicació han arribat a un acord per difondre entre les televisions locals els treballs seleccionats de la Segona Mostra d'Informatius Escolars per Televisió en la qual es preveu doblar la participació de l'edició anterior i arribar a uns 600 escolars de 1r i 2n curs de batxillerat de Catalunya.



La proximitat de les televisions locals amb els centres d'ensenyament fan immillorable la relació entre l'estudiant, els professionals de la comunicació i l'actualitat.

Fins al 24 d'octubre les escoles de Catalunya poden apuntar-se a la 2^a edició de la Mostra d'Informatius Escolars per Televisió, que organitza la Facultat de Comunicació de la Universitat Ramon Llull. Després de l'èxit aconseguit l'any passat -van participar-hi uns 300 alumnes d'11 escoles catalanes- enguany es pretén doblar aquesta xifra. Enric Ordeix, professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna i coordinador de la Mostra, assegura que amb aquesta iniciativa es busquen "nous talents" i també es vol aconseguir orientar l'alumne a l'hora de triar una opció professional: *"Cada cop hi ha més interès pel món de la comunicació entre els alumnes dels centres de secundària i batxillerat i per això vam decidir fer un programa adreçat a aquest sector"*. El conveni signat amb el CLCC i amb el K-3 de Televisió de Catalunya preveu l'emissió dels millors treballs informatius i ser l'escenari de l'aprenentatge del procés de creació d'un telenotícies. Les televisions locals actuaran com a espai per a les sessions formatives dels alumnes implicats en aquests treballs, els quals hauran de presentar un projecte d'informatiu amb notícies properes a l'alumnat, publicitat inclosa, que s'ajusti a criteris professionals. En aquest sentit, la proximitat de les televisions locals amb els centres d'ensenyament fan immillorable la relació entre l'estudiant, els professionals de la comunicació i l'actualitat. Durant els mesos de novembre i desembre, les escoles que participin a la Mostra rebran als centres respectius un equip de professionals

que assessoraran els estudiants que hi participin. Els alumnes hauran d'elaborar els informatius entre els mesos de gener i febrer del 2004. Paral·lelament, i durant el període d'elaboració dels informatius, hi haurà un servei d'assessorament i suport per als centres inscrits, a través del qual dubtes tècnics i d'aspectes formals seran resolts pels diferents professionals implicats en el projecte, és a dir, de les televisions del CLCC, del K3 i de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna-URL. ●

ELS ALUMNES DE L'INSTITUT DE TORDERA PRODUÏXEN I EMETEN UN PROGRAMA DE RÀDIO

Aquest curs a l'IES de Tordera els alumnes de segon d'ESO han realitzat un crèdit variable d'iniciació anomenat "Fem ràdio". Un total de 13 escolars d'entre 12 i 13 anys han après al llarg d'un trimestre com funciona una emissora local, quin tipus de programes s'emeten, quines diferències presenta la ràdio i la televisió, etc. Ràdio Tordera n'ha estat l'escenari. Segons M^a Assumpció Zapata, professora del crèdit, l'èxit ha estat indiscutible perquè els alumnes han après a redactar, a donar les seves opinions i, alhora, han visitat un mitjà molt proper però desconegut per a molts joves. Les sessions es van dedicar al coneixement del mitjà de comunicació, de les parts principals de l'emissora i altres emissores del dial, també a enregistrar falques publicitàries i a l'estudi dels diferents tipus de programes: informatius, esports, musicals, magazins,...Un cop assolits els coneixements imprescindibles, els alumnes van elaborar un magazín amb el títol "Institut 13". En els diferents programes es va parlar de l'actualitat de Tordera.

El Festival Internacional de Porta Ferrada de Sant Feliu de Guíxols, l'aposta cultural de la televisió local per a aquest estiu

El Festival Internacional de Porta Ferrada de Sant Feliu de Guíxols, el més antic dels que se celebren a Catalunya, està present aquest estiu a les televisions locals del Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), el qual patrocina aquest important esdeveniment cultural. Fins al 4 de setembre s'emeten, entre les més de 50 televisions associades, un total de vuit programes de resum de les millors actuacions i espectacles de la 41a edició del Festival, que va començar el passat 5 de juliol.

Al llarg dels programes que emet el CLCC, i que formen part de la bossa de continguts audiovisuals d'aquest estiu, es pretén oferir una visió completa del Festival, que recull les tendències en teatre i dansa,

música clàssica i pop en un escenari impressionant, el monestir benedictí patrimoni cultural de la població de Sant Feliu de Guíxols, al Baix Empordà.

DOBLE VESSANT

El Festival però compta amb un doble vessant; un d'oficial on es concentren els espais tancats i de pagament i un altre d'obert en què s'inclouen programacions de música de cambra i joves intèrprets a patis i jardins de la ciutat, que es recullen en el programa que produeix setmanalment Canal Nord i que amb entrevistes als protagonistes i amb l'ambient de darrera l'escenari resumeix les principals actuacions.

En el marc del Festival de Sant

Feliu de Guíxols ja han actuat músics destacats de renom com George Benson o Chick Corea & Electric Band, referents mundials del jazz; els quals han esgotat les localitats. Durant el mes d'agost continuaran els espectacles únics a tot Catalunya, com *Les 7 danses gregues* *Jaleos* de la companyia de dansa Víctor Ullate. La música clàssica també estarà present en els programes que oferirà el CLCC de la mà del director Jordi Savall amb el Concert de les Nacions, altres peces de compositors de renom com Mendelson, Dvorak i Stravinski per l'Orquestra de Cambra de Praga o els espirituals negres de la mà de Talk of da town. ●

Fins al 4 de setembre s'emeten programes de resum de les millors actuacions i espectacles de la 41a edició del Festival

PIERA TV ENCARREGA UN ESTUDI PER MILLORAR LA RECEPCIÓ

La televisió local de Piera ha encarregat un estudi a una empresa comercial per millorar la recepció a diferents zones del municipi. La cadena va iniciar les emissions el 1995 i actualment ofereix programació tots els dies de la setmana: de dilluns a divendres, a partir de les 7 de la tarda, i els caps de setmana, a partir de les 5. Els continguts locals constitueixen l'eix principal de la graella de Piera TV. "Tardor Teatre", "Espai verd", "Arreu del món", "Parlem d'hoquei" o "Minut a minut de futbol" són alguns d'aquests espais. A més, l'emissora emet diversos magazins, cobreix informativament els actes festius del municipi i els plenaris de l'Ajuntament i realitza informatius locals.

AMPLIAT 3 MESOS EL TERMINI PER REGULAR LA TV LOCAL

La Direcció General de Mitjans Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya ha ampliat en tres mesos el termini legal fixat per completar la documentació que han de presentar les televisions locals per acabar el procés de regulació. La Direcció General de Mitjans Audiovisuals s'ha posat en contacte amb el Consorci Local i Comarcal de Comunicació i amb la Mesa de Televisió Local de Catalunya per informar d'aquesta pròrroga que servirà per acabar de resoldre el procés d'autoritzacions administratives. La pròrroga concedida per la Direcció General de Serveis Audiovisuals va començar el passat 16 de juliol, data en la que acabava la primera concessió

temporal per aconseguir l'autorització administrativa general prevista al Decret 15/2003 de 8 de gener, que regula el règim jurídic transitori de les televisions locals per ones terrestres.

EL PARLAMENT CATALÀ ACORDA LA POSADA EN MARXA D'UN CANAL DE TELEVISIÓ PROPI

El Parlament català ha arribat a un acord amb la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) per posar en marxa un canal de televisió propi. Segons aquest acord, les informacions seran produïdes i realitzades pel Parlament sota la denominació de Canal Parlament. En una primera fase, que començarà al setembre, les notícies apareixeran en talls d'entre 5 i 10 minuts en la programació general del canal informatiu de 24 hores que Televisió de Catalunya té previst engegar al voltant de l'11 de setembre. En un segon període, el Parlament preveu disposar d'un canal de televisió únicament referit a l'activitat parlamentària, per la qual cosa ja ha sol·licitat una freqüència de televisió digital terrestre. Segons el projecte televisiu, la prioritat serà relacionar les lleis i els projectes debatuts amb la realitat del carrer.

JOAN MARIA CLAVEGUERA, NOU DIRECTOR GENERAL DEL GRUP 100% COMUNICACIÓ

L'exdirector de Catalunya Ràdio, Joan Maria Clavaguera, ha estat nomenat director general del Grup 100% Comunicació. L'empresa gestiona diversos canals de televisió local, com Més TV Tarragona, TVO de Vic, Tele Bages de Manresa, Canal 21 de Terres

de l'Ebre i, conjuntament amb l'empresari Justo Molinero, Teletaxi Televisió. Edita també publicacions com *Més Tarragona*, *Més Ebre* i *Més Esport* i, a més, té una companyia de publicitat i la productora IFP. El Grup 100% Comunicació opta, a través de la seva filial Beat About SL, a la concessió d'un canal de televisió digital terrestre d'àmbit nacional en l'oferta que encapçala el Grup Godó.

ONA VALLS, RÀDIO DESPÍ I RÀDIO SARRIÀ, D'ANIVERSARI

Aquest estiu diverses emissores celebren el seu aniversari d'una manera especial.

Ona Valls (Alt Camp, 107.6 FM) va commemorar els seus cinc anys en antena el passat 24 de juny. Si fins ara l'emissora havia optat per realitzar un programa especial, enguany s'ha volgut organitzar un acte completament diferent: l'emissió d'una obra teatral sobre la vida del bandoler vallenc "La Pera". La peça ha estat adaptada per un dels col·laboradors de la ràdio, Pere Cano, i interpretada per una quinzena de joves del Grup del Teatre Principal del municipi.

D'altra banda, Ràdio Despi (Baix Llobregat, 107.2 FM) ha fet 8 anys. Ho va celebrar el passat 23 de juny amb un programa especial de Fórmula 1 i un espai d'entrevistes a tots els components de l'emissora. A més, com cada any, ha preparat una cançó que commemora l'aniversari. "Ràdio Despi, directa a ti" és el títol del tema d'aquest any.

Per últim, el passat 19 de juliol va fer 20 anys que Ràdio Sarrià (Gironès, 87.6 FM) va iniciar les emissions. Per

celebrar-ho l'emissora municipal de Sarrià de Ter va organitzar diversos actes. En destaquen l'audició de sardanes amb la Cobla Jove Vila de Cassà, l'actuació dels Cantaires de Sarrià amb l'estrena del nou jingle de l'emissora, un sopar popular i el ball amb el grup Xàkara.

RADIOACTIVITAT ESTRENA NOUS ESTUDIS

L'emissora de ràdio Radioactivitat (la Selva, 91.6 FM) ha estrenat nous estudis a Vilablareix (Gironès, 107.5 FM). El nou equipament, format per dos estudis i un locutori dotat de l'última tecnologia en radiodifusió, se suma als locals que l'emissora conserva a Santa Coloma de Farners. Segons els impulsors de Radioactivitat, amb aquesta ampliació es pretén que *"tota la gent de Girona se senti identificada amb la ràdio, que la faci seva i que hi pugui participar"*.

L'emissora, que aquest any celebra el seu vintè aniversari, té una àrea de cobertura de 300.000 oients, entre l'Alt i el Baix Empordà, el Gironès, la Selva i la Garrotxa. La música és l'eix central de la programació, tot i que també s'aposta pels continguts culturals i locals.

RÀDIO STUDI 92 A LA XARXA

L'Associació per a la Ràdio a Castellbisbal ha decidit posar en marxa la transmissió via Internet de Ràdio Studi 92. Segons els impulsors del projecte, atesa la manca de freqüències disponibles per a emissores de caràcter cultural, han decidit utilitzar les noves tecnologies per fer arribar la seva veu. *"Aquest sistema, a més de donar-nos l'oportunitat d'oferir el nostre servei, possibilita donar-nos a conèixer i seguir-nos per tot el món"*, afirmen. De moment s'està transmetent en proves, per la qual cosa les emissions en directe són escasses. Esperen, però, poder-les ampliar ben aviat. Ràdio Studi 92 es pot escoltar a <http://members.fortunecity.es/radiostudi92/> o <http://www.lanzadera.com/radiostudi92>.

LA URCM PRESENTA UN RECURS CONTRA EL DECRET QUE ELIMINA LA FIGURA DE LES EMISSORES SENSE AFANY DE LUCRE A MADRID

La Unión de Radios Culturales de Madrid (URCM) ha interposat un recurs contra el decret que elimina la figura de les emissores sense afany de lucre a la Comunitat de Madrid i condemna a la il·legalitat les ràdios socials i culturals, a les quals anomena 'clandestines'.

L'entitat reclama un espai dins la Llei general de telecomunicacions i ha elaborat un comunicat on descriu la precària situació legal d'aquest sector. *"Després de 20 anys d'existència aquestes emissores segueixen sense reconeixement legal i es vol impedir el desenvolupament de la seva activitat informativa i social mitjançant la no-concessió de llicències"*, declaren. El decret en qüestió modifica un d'anterior, aprovat el 1997, que reconeixia i preveia l'adjudicació de concessions per a emissores culturals i sense afany de lucre. A Madrid existeixen actualment 15 ràdios d'aquest tipus, la majoria de les quals estan federades a la URCM.

LA UAB LLENÇA UN DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES PER ALS MITJANS LOCALS

La Diplomatura de Producció i de Gestió de la Comunicació Local de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) ha elaborat un decàleg de bones pràctiques adreçat als mitjans de comunicació locals públics. L'informe, que ha rebut el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya i de la Facultat de Ciències de la Comunicació, apunta que aquests mitjans han d'actuar com a elements cohesionadors del municipi. Tanmateix, el text recomana informar d'una manera veraç, plural i transparent a l'hora de referir-se a la gestió de l'equip de govern municipal i afirma que els mitjans de proximitat han de ser un referent informatiu per a la ciutadania evitant el partidisme i la manca de professionalitat.

El decàleg recull també altres indicacions com fomentar el debat públic, promoure les activitats que duu a terme la societat civil, implicar-la i realitzar una gestió adequada.

LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA CONVOCA LA 23A EDICIÓ DELS PREMIS DE LA COMUNICACIÓ

La Diputació de Barcelona ha convocat la 23a edició dels Premis de Comunicació, dotats amb 55.000 euros, que tenen com a objectiu guardonar els treballs realitzats al llarg de l'any per diaris locals i comarcals, emissores de ràdio municipals, televisions locals, butlletins d'ajuntaments i noves tecnologies. Enguany s'han modificat les bases del Premi Tasis-Torrent de premsa local i comarcal, ja que s'ha substituït el guardó a la millor publicació de l'any per un altre que premia una iniciativa periodística o empresarial en el

camp de la premsa local i comarcal. Les persones i els mitjans de comunicació que optin als premis han de presentar les seves candidatures al Departament de Premsa de la Diputació de Barcelona abans del 30 de setembre. Els premis es lliuraran el proper mes de gener en el decurs de la 14a Festa de la Comunicació.

DAVID VIDAL I ANTONIO JOSÉ BALADRÓN GUANYEN ELS XV PREMIS A LA INVESTIGACIÓ SOBRE COMUNICACIÓ DE MASSES

El jurat de la quinzena edició dels Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses, convocats pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), ha atorgat el premi al tema obert sobre comunicació de masses a David Vidal, professor de la UAB, per un treball sobre la crisi acadèmica i professional del periodisme. Antonio José Baladrón, del Departament de Psicologia Evolutiva i Comunicació de la Universitat de Vigo, ha estat guardonat amb el premi al tema específic, per un treball sobre la violència i la publicitat televisiva.

El CAC convoca aquests premis per promoure i difondre la recerca en el camp de la comunicació social des de la perspectiva jurídica, econòmica, social i cultural, entre d'altres. El Centre d'Investigació de la Comunicació va crear aquests premis el 1987 i des del 1997 els convoca el CAC.

NI LLEI DE L'AUDIOVISUAL NI RETOCS A LA LLEI GENERAL DE TELECOMUNICACIONS

Després que el vicepresident primer del Govern central, Mariano Rajoy, anunciés que finalment no s'aprovaria la Llei de l'audiovisual aquesta legislatura davant la impossibilitat de debatre-la, el ministre de Ciència i Tecnologia, Josep Piqué, plantejava la possibilitat de regular els aspectes més urgents i bàsics introduint esmenes a la Llei general de telecomunicacions en el tràmit del Senat. Finalment, però, el Govern central ha decidit incloure les esmenes en la Llei d'acompanyament dels pressupostos generals de l'Estat que s'aprovarà el desembre vinent. De moment, però, continuen sense resoldre's els conflictes que es deriven de la convivència actual d'un seguit de textos que, de manera complementària, regulen el conjunt de les activitats radiotelevisives que es produeixen a l'Estat. ●

Ramon M^a Huguet, director de Ràdio Montblanc: “Ens agrada molt la innovació, fins i tot emetem per Internet”

SÒNIA MAZA

El 31 d'octubre de 1982 Ràdio Montblanc (Conca de Barberà, 107 FM) iniciava les seves emissions regulars. Des d'aleshores l'emissora ha experimentat molts canvis, un d'ells, el més recent, l'estrena de noves instal·lacions. Els nous estudis, que es troben al Casal d'Entitats del municipi,

són completament nous i estan preparats per implantar tots els avenços tècnics necessaris per adaptar-se a les noves tecnologies. Aquesta adaptació i la millora de la qualitat de la programació són els principals objectius que es planteja Ràdio Montblanc després de 20 anys en antena.

COM I PER QUÈ VA NÉIXER RÀDIO MONTBLANC?

Un grup de joves de la vila va decidir que s'havia de crear una emissora d'FM, ja que en aquell moment no n'hi havia cap a la comarca. Llavors van muntar un equip molt petit en el garatge d'un d'ells i van començar a fer proves. Allò els va agradar, ho van proposar a l'Ajuntament aprofitant que eren les festes de la patrona del municipi i va funcionar bé. Després de les festes, les emissions es van aturar fins al mes d'octubre; va ser llavors que van creure oportú tirar endavant el projecte.

QUINA VALORACIÓ FEU D'AQUESTES DUES DÈCADES EN ANTENA?

Fem una valoració molt positiva perquè des de 1982 fins avui han estat molts els col·laboradors que han passat per l'emissora. Entre unes 300 i 350 persones han participat a la ràdio al llarg d'aquests vint anys, sobretot joves.

DE FET L'ESLÒGAN DE LA RÀDIO ÉS “LA VEU JOVE DE LA CONCA”. AQUEST LEMA RESUMEIX L'ESPERIT DE L'EMISSORA?

Exactament. Normalment quan comença la temporada d'estiu entra molta gent jove que realitza nous programes, dels quals almenys un continua durant la temporada d'hivern. Es tracta d'un cicle que ens permet tenir molts joves a l'emissora.

A MÉS D'AQUEST ESPERIT JOVE, QUINS SÓN ELS PRINCIPALS TRETS DE LA PROGRAMACIÓ ACTUAL DE RÀDIO MONTBLANC?

Com la majoria d'emissores municipals emetem un magazín matinal que dura cinc hores, després s'emet l'informatiu local i comarcal d'una hora de durada. A la tarda oferim una radiofórmula amb música per a tots els gustos. A la nit ens centrem en programes especialitzats molt diversos, des d'un espai d'entrevistes, fins a un monogràfic de hard rock o de música catalana

QUIN CREIEU QUE ÉS EL PAPER QUE HAN DE JUGAR ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE PROXIMITAT COM EL VOSTRE?

Nosaltres sempre hem apostat per una emissora que sigui plural, apolítica, en què tothom tingui dret a dir la seva. Les emissores locals han de ser un mitjà de comunicació que serveixi perquè la gent de la zona sàpiga què passa a casa seva.

“Entre unes 300 i 350 persones han participat a la ràdio al llarg d'aquests vint anys, sobretot joves”



Dos col·laboradors de Ràdio Montblanc, Jordi Basulto i Albert Carreras, a les noves instal·lacions de l'emissora.

QUINA EVOLUCIÓ HA EXPERIMENTAT L'EMISSORA DES DE LLAVORS?

Ha viscut molts canvis. L'Ajuntament va cedir a l'emissora un antic local on abans hi havia una emissora sindical i des d'allà es va començar a emetre. La potència dels equips es va anar incrementant. Paral·lelament va començar a créixer el nombre de col·laboradors. Després de tres anys en funcionament es va decidir que calia canviar de lloc. Llavors, junt amb l'Ajuntament, es va habilitar un local municipal des d'on emetiem fins fa només dos mesos.

RECENTMENT HEU INAUGURAT ELS NOUS ESTUDIS DE LA RÀDIO. QUINS CANVIS HA EXPERIMENTAT L'EMISSORA GRÀCIES A AQUESTES NOVES INSTAL·LACIONS?

Els canvis són totals ja que estrenem tots els equipaments, no aprofitem res de l'antiga emissora. Per tant, suposem i esperem que la qualitat sigui molt superior a la que teníem fins ara.

“

Sempre hem apostat per una emissora que sigui plural, apolítica, en què tothom tingui dret a dir la seva

”

COM VEIEU LA MIGRACIÓ CAP AL DIGITAL DE LA RÀDIO LOCAL?

Nosaltres estem a l'expectativa. Si la Llei diu que s'ha de canviar al digital, ho farem. De fet, tot l'equipament que hem muntat és totalment modern; mentre esperem el canvi l'únic que conservem és l'emissor, que és analògic.

A MÉS DEL REpte TECNOLÒGIC, QUINES ALTRES FITES ES PLANTEJA RÀDIO MONTBLANC DE CARA AL FUTUR?

A Ràdio Montblanc ens agrada molt la innovació. Fa un parell de mesos, per exemple, vam començar a emetre per Internet a través del servei de www.costabravainfo.com que ens facilita la Federació. Aquesta va ser una fita assolida molt important perquè sabem que hi ha molta gent de la comarca que ens escolta a través de la xarxa. Els objectius que ens marquem ara? Intentar fer una programació de molta més qualitat potenciant molt els informatius locals i comarcals. ●

“De cara al futur volem fer una programació de molta més qualitat potenciant molt els informatius locals i comarcals”

La nova economia, un nou sistema social i econòmic

JOAN BRIL-LI

Des dels seus inicis i més encara en els darrers tres anys, quan es va iniciar l'espectacular caiguda dels valors tecnològics i el tancament de moltes "puntcom", ha estat qüestionada la definició de "nova economia". Coincideixo plenament amb el catedràtic de la Universitat Oberta de Catalunya, Manuel Castells, que va dir que Internet intervé com a element fonamental, però no casual, en el desenvolupament de noves formes d'activitat econòmica i empresarial i afegeix el que "s'ha anomenat, de forma descriptiva i poc analítica, 'nova economia'".

Els inversors i la comunitat de negocis han estat sempre dividits. Uns, el més tradicionalistes, sempre han insistit que la "nova economia" és un mite i que la utilització de les velles bases segueixen encara en vigor. Els altres, més agosarats, van sobrevalorar els nous negocis a Internet i en preveien un creixement imparable. Les tecnologies de la informació i la comunicació no estan canviant només d'una forma radical la política econòmica, sinó que ja estan canviant les relacions socials, les polítiques culturals i estan creant una veritable revolució digital, de manera que posen al nostre abast eines suficients per fer front a la nova economia d'aquest segle.

TOT A TRAVÉS DE LA XARXA

Em considero un "tecnofòbic" en el sentit que gaudeix llegint, cercant informació i estant al dia de les darreres novetats tecnològiques, tot i tenir veritables problemes per seguir el ritme vertiginós en què estan avançant.

Fruit d'aquesta "fòbia" em va agradar conèixer l'opinió d'Alvin i Heidi Toffler, dos escriptors de reconeguda vàlua internacional i experts en economia i noves tecnologies, que consideren que ens hem de preparar per rebre un nou xoc. Vinton G. Cerf, doctor en Informàtica per la Universitat de Califòrnia, també coincideix que l'evolució de les noves tecnologies segueix sent impressionant.

Alvin i Heidi opinen que la noció que la "nova economia" mai va existir és ridícula, si s'analitza la forma tan profunda que ha arribat a reestructurar les corporacions més grans i menys dependents d'Internet. Segons la seva opinió no poden desaparèixer els milers de milions d'ordinadors que hi ha en el planeta i tampoc els telèfons mòbils que es fan servir, que són cents de milions. Segons Alvin, la revolució és real i es manifesta simultàniament a molts nivells, i aquesta revolució es troba només en la primera fase d'un procés molt més llarg.

Cerf, un dels pares d'Internet, diu que el 2020 ho farem tot a través de la xarxa, i que aquesta haurà arribat a tots els habitants del planeta. El 2010 es preveu que els usuaris d'Internet siguin uns 2.200 milions. I opina que d'aquí cinc anys mirarem enrere i no ens podrem estar d'esbossar un somriure quan recordem com les eines i el nivell de connexió que tenim avui han quedat del tot desfasades.

Els "tecnopessimistes" pensen tot el contrari. Però estareu d'acord que les noves tecnologies fan de catalitzador d'un procés de transformació de la societat. Cada vegada és més gran la cultura tecnològica i això fa que els més optimistes anem avançant i confiant en el creixement de la "nova economia" fins aconseguir estar tots connectats amb tots i amb tot, per continuar generant noves fonts de negoci. ●



TRADUCTOR AUTOMÀTIC DE CORREUS ELECTRÒNICS CATALÀ-CASTELLÀ

El Grup de Recerca en Tecnologia Lingüística de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) ha desenvolupat un prototipus de traductor automàtic de correus electrònics entre el català i el castellà. La idea va sorgir en observar que la utilització espontània de la nostra llengua quedava en un segon lloc a l'hora d'escriure missatges electrònics i que els correus es caracteritzaven per l'elevat nombre d'errors i l'ús de noves formes d'expressió. Un dels objectius del traductor automàtic també és corregir les errades en català, que superen amb escreix els errors comesos en els textos escrits en castellà. El nou sistema de traducció és capaç de deduir l'idioma en què està escrit el correu, fer un tractament lingüístic del missatge, traduir-lo i tramitar l'original i la traducció a la persona destinatària.

MÉS D'UN MILIÓ DE LLARS INFORMATITZADES A CATALUNYA

Catalunya ha superat la barrera d'un milió de llars informatitzades, concretament 1.014.000 famílies (el 48,3% del total) disposen d'un ordinador, segons l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació, facilitada per la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació. L'informe que documenta l'enquesta indica que l'ordinador s'ha convertit en una eina d'ús comú per a una gran part de la població de Catalunya.

QUEIXES DELS INTERNAUTES

Els usuaris d'Internet es queixen dels molts problemes que pateixen els accessos a l'ADSL. Després d'analitzar els sis principals proveïdors (Wanadoo, Terra, Telefónica, BT, Tiscali i Ya.com), segons l'estudi realitzat per Consumer.es, no existeix cap diferència significativa a l'hora de valorar si els serveis són millors en un proveïdor o en un altre. La majoria de queixes dels internautes solen coincidir en el fet que els proveïdors tarden en l'enviament de l'equip d'instal·lació, no ofereixen en molts casos la velocitat de connexió contractada i alguns cobren el servei un mes abans que s'hi pugui tenir accés. També destaquen les escasses possibilitats de fer consultes tècniques per Internet sobre el servei i el temps excessiu per poder resoldre els problemes mitjançant el telèfon. Un altre problema és la possibilitat que ofereix l'ADSL

de compartir alhora la connexió a la xarxa i la possibilitat de parlar per telèfon, aquest servei presenta en moltes ocasions nombrosos inconvenients.

ADDICCIÓ A INTERNET

Segons el treball presentat pel psiquiatre Josep Maria Otin en el decurs del I Congrés Nacional de Salut a la Feina que va tenir lloc a Barcelona del 5 al 7 de juny, el perfil típic de l'addicte a Internet és el d'una dona d'entre 19 i 26 anys, amb un nivell d'estudis alt, casada o soltera, però no divorciada o separada i que passa més de 30 hores a la setmana connectada a la xarxa per xatejar o jugar. Otin també assegura que entre un 6% i un 10% dels nou milions d'usuaris d'Internet que actualment hi ha a l'Estat espanyol poden estar fent un ús patològic de la xarxa. Els experts que van prendre part en el Congrés creuen que la síndrome d'addicció a Internet es dona en persones que solen tenir un nivell de temps de connexió a la xarxa anormalment alt, estan aïllades del seu entorn i desatenen les seves obligacions tant familiars com laborals.

'PAT DIGITAL': LA COMUNICACIÓ AMB L'ORDINADOR A TRAVÉS DELS GESTOS

Si no fa gaires mesos el dispositiu sense fils semblant a un anell de bijuteria anomenat *Shotone* havia de ser el substitut del tradicional ratolí, ara l'empresa americana FingerWorks intenta revolucionar el mercat amb un nou producte, un tapet digital a sobre del qual els moviments dels dits donaran les ordres a l'ordinador. Segons les proves fetes, el funcionament és molt senzill: recolzant els cinc dits a sobre del tapet digital, es podrà jugar, escriure a una velocitat considerable, navegar per Internet, dissenyar, etc. Diuen que el *Pat Digital* -així s'anomena el revolucionari invent- és l'inici d'un llenguatge basat en els gestos, per a la comunicació i la interacció amb els ordinadors. Si esteu interessats a practicar i consultar més dades sobre el dispositiu ho podeu fer accedint al web : www.fingerworks.com.



LA PRODUCCIÓ DE FICCIÓ TELEVISIVA A ESPANYA,

Grup Eurofiction, Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Barcelona, 2002, 100 pàg., 4,65€

La producció de ficció televisiva a Espanya constitueix un ampli estudi que conté una visió panoràmica sobre la producció de ficció televisiva a l'Estat espanyol durant el 2001. L'obra, elaborada pel Grup Eurofiction, ofereix a més una primera part on analitza "L'Europa de la ficció domèstica", en què s'explica el comportament comparatiu i històric de la ficció de producció domèstica a Espanya, Alemanya, França, Regne Unit i Itàlia durant aquests últims anys. El panorama audiovisual espanyol el 2001, la programació de ficció i la producció pròpia a les televisions d'Espanya són només alguns dels temes objecte d'estudi. L'evolució de la ficció pròpia a Catalunya mereix un capítol a part. Així, *La producció de ficció televisiva a Espanya* inclou una fotografia de conjunt de l'evolució dels últims set anys de la producció de ficció de Televisió de Catalunya. Un annex de gràfics i taules completa l'estudi, que també analitza casos concrets i conté fitxes informatives de les produccions de ficció emeses el 2001.

El Grup Eurofiction Espanya és membre fundador de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual que té com a objectiu fer un seguiment sistemàtic de la ficció televisiva de producció domèstica i europea oferta anualment. Eurofiction Espanya està constituït per José Carlos Amaz (Corporación Multimedia), Charo Lacalle (UAB), Sonia Polo (UAB) i Lorenzo Vilches (UAB). ●

LOCUCIÓN, EL ENTRENADOR PERSONAL,

Alejandro Guevara, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2003, 256 pàg., 15€.

A Locución, el entrenador personal, escrit pel periodista argentí Alejandro Guevara, el lector pot trobar-hi totes les eines necessàries per entrenar la veu i les tècniques per interpretar amb èxit els diferents gèneres orals.

L'obra es divideix en dues parts. La primera se centra en la projecció i la qualitat de la veu i s'adreça a totes aquelles persones que treballen exhaustivament amb la veu, als professionals de la comunicació i als estudiants de carreres afins. En aquests primers capítols el lector coneixerà tot el procés de creació i emissió de la veu i la manera com optimitzar la seva qualitat i el seu rendiment. La respiració, l'articulació, la retòrica i les disfuncions són els temes que s'hi tracten. La segona part del llibre recull els gèneres orals existents, és a dir, un material específic per a la pràctica professional de la ràdio. La locució informativa i publicitària, la lectura col·loquial, el relat, la improvisació, l'informe, el radioteatre, l'entrevista i el documental són els gèneres analitzats. Però també són objecte d'estudi en aquesta part la conducció i la utilització de la tecnologia.

Segons l'autor, el llibre condensa "el resultat de molts anys de feina en el desenvolupament i el perfeccionament de l'expressió oral". Com a curiositat, cal dir que els dibuixos que il·lustren *Locución, el entrenador personal* tenen un to humorístic i són obra del dibuixant Eduardo Maicas. ●

INFORMATIVOS RADIOFÓNICOS,

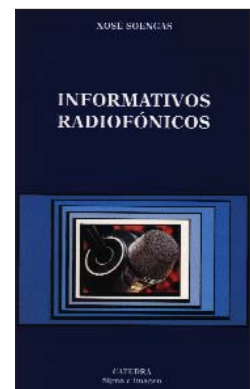
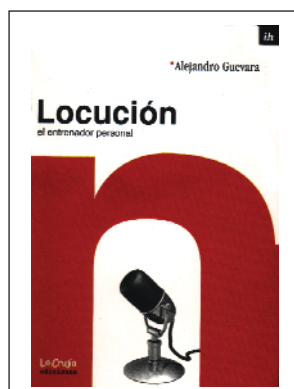
Xosé Soengas, Cátedra, Madrid, 2003, 248 pàg., 10€.

"Un exhaustiu i rigorós repertori de definicions i classificacions dels diferents gèneres, formats, protocols comunicatius i rutines professionals que determinen la tasca informativa a la ràdio". Així defineix Armand Balsebre, autor del pròleg de l'obra, *Informativos Radiofónicos*, de Xosé Soengas. I, realment, això és el que hi trobarà el lector.

Partint de la idea que el prestigi de la ràdio està marcat encara per l'oferiment d'una programació orientada principalment al tractament de l'actualitat, l'autor analitza en profunditat tot allò relacionat amb els informatius radiofònics.

L'organigrama d'una redacció i l'estructura d'un informatiu, el procés d'elaboració de la informació, la redacció de notícies, els diferents models que n'existeixen, el tractament de l'espai i el temps, les fonts, el llenguatge radiofònic... són només alguns dels aspectes vinculats a la informació radiofònica que Soengas examina al seu llibre. La censura, la manipulació i l'audiència són objecte d'estudi per a l'autor. Quadres explicatius i exemples pràctics faciliten la comprensió dels conceptes, tractats sempre de manera clara i senzilla.

Informativos radiofónicos constitueix, en definitiva, una eina molt útil especialment per als futurs periodistes i els responsables de la seva formació, però també per a professionals radiofònics en actiu. ●



INFORMACIÓ FACILITADA per la llibreria "Medios",
C/ Valldonzella, 7,
08001 Barcelona
Tel. 93 412 33 88