

# Antena

la revista de la comunicació local

Nº 7 Desembre 1998. Bimestral.



**Neix el Consorci  
Local i Comarcal  
de Comunicació**  
*Nova eina de suport a la  
comunicació local*

Entrevista a Ricard Pascual, president  
de la nova Federació de Televisions  
Municipals de Catalunya:  
**"A les televisions municipals no  
se'ls pot posar barreres  
publicitàries"**



# Sumari

<b>Editorial</b> _____	3
<b>Opinió</b> _____	4
<b>Actualitat</b> _____	6 -11,17
<b>Entrevista</b> _____	12,13
<b>A fons</b> _____	14 - 16
<b>Tal com som</b> _____	18,19
<b>Àrea tècnica</b> _____	20,21
<b>Producció/Mercat</b> _____	22
<b>Webs</b> _____	24
<b>Biblioteca</b> _____	24
<b>Forum @ntena</b> _____	26
<b>Discografia</b> _____	27

## Antena local ja té bústia

La revista Antena Local ofereix als seus lectors un servei de bústia. A partir del número 8 (febrer-març de 1999), la revista acollirà les cartes que expressin 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 periòdica dedicada exclusivament a les ràdios i televisions locals de Catalunya. Podeu adreçar les vostres cartes per correu ordinari a la revista Antena Local (Rambla de Catalunya, 15, 2<sup>o</sup> 08007 Barcelona), per fax al número 93/302 14 29 o bé per correu electrònic a l'adreça [informació@frtvcat.org](mailto:informació@frtvcat.org).



## Telèfons d'interès

Fundació de la Ràdio i de la Televisió Locals de Catalunya . . . . .	93 301 22 77
Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya (central) . . .	93 301 12 14
Tarragona . . . . .	977 36 34 05
Lleida . . . . .	973 73 60 06
Girona . . . . .	972 29 00 28
Terres de l'Ebre . . . . .	977 70 42 24
Federació d'Organismes i Entitats de Televisió Local de Catalunya . . . . .	93 875 13 31
Federació de Televisions Municipals de Catalunya . . . . .	93 683 22 62
Consorci Local i Comarcal de Comunicació . . . . .	973 24 92 00 (ext. 156)

E-mail: [informació@frtvcat.org](mailto:informació@frtvcat.org)



**Direcció:** Francesc Tubau  
**Redacció:** Joana Vallès, Núria Barba, Margarida Moles i Sergi Borges  
**Disseny i compaginació:** Míriam Monteys  
**Correcció lingüística:** Sergi Borges  
**Publicitat i Màrqueting:** Joan Brill-i

Edita: Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya  
 Passeig de Catalunya, s/n (Centre Cultural)  
 08760 MARTORELL  
 TEL. 93 301 12 14 - FAX 93 302 14 29  
 Imprimeix: Soler Impressor

Quan arriba el mes de desembre les agendes es comencen a omplir de reunions per tal de valorar la tasca desenvolupada en aquell any. No sabem si és l'obligació que comporta el calendari o bé perquè realment és necessari mirar el passat per saber com orientar millor el futur. Des d'Antena Local no estaria de més que complíssim la vella tradició i que miréssim el que ha donat de si l'any 98 en matèria de comunicació.

Pel que fa a la comunicació general l'any 98 ha continuat marcat pels moviments empresarials. D'una banda, els grups multimèdia s'han mantingut en la batalla de les plataformes sense arribar a cap acord i cada un d'ells s'ha anat posicionant i enfortint en els seus diferents àmbits d'actuació. Tot i això, es preveu que l'any nou continuarà en la mateixa línia i haurem d'estar molt atents als moviments que puguin fer grups com el de Telefònica. Pel que fa als mitjans públics estatals, el ball de professionals ens constata que la lluita de poders polítics encara no està tancada.

D'altra banda, a casa nostra no és que tot sigui una bassa d'oli. El grup Godó va movent peça i amb la signatura de l'acord amb la Cooperativa Ràdio Associació de Catalunya pretén entrar de nou en el món radiofònic. L'altre gran mitjà, El Periódico, apostant per l'edició en català del seu diari, ha anat guanyant mercat. La Corporació Catalana de Ràdio i

Televisió continua invertint i apostant pels multimèdia i per les noves tecnologies. De rerafons, el cable està a la porta i sembla tenir més un peu dins que no pas fora.

La comunicació local no ha estat tampoc quieta i en podem destacar la creació del Consorci Local i Comarcal de Comunicació. Les ràdios municipals, amb les Jornades de Treball, han donat el tret de sortida cap a una nova etapa en la qual es pretén debatre i estudiar conjuntament tots aquells temes que afecten de forma directa a la professionalització d'aquests mitjans. Pel que fa a les televisions locals, d'una banda les privades es van agrupant en empreses per fer rendible esforços humans i econòmics, i de l'altra, les municipals, es constitueixen en federació com expliquem en aquest número. En ambdós casos el teló de fons és l'espera de la legalització -que es veu interrompuda per la negociació de la televisió digital- i de la modificació de la llei que en aquests moments està qüestionada per tots els colors polítics de l'arc parlamentari haguts i per haver.

I darrera dels balanços venen els bons propòsits i les cartes als reis. Aquí cadascú que digui la seva, ja arribarà el 30 de desembre del 99 per saber si l'any ens ha estat propici.

**ANTENA LOCAL**



**Per Nadal arriben bones notícies per a la comunicació local...  
Arriba el Consorci!**



## Vilaweb o el canvi de paradigma

El pacte polític per sortir de la dictadura va forçar a deixar en l'oblit molts temes i conceptes que ens havien donat llum en la llarga nit del franquisme. Ara fa vint anys que s'aprova una constitució que, entre d'altres coses, deia que les comunitats autònomes no podien establir polítiques comunes. Aquesta norma anava dirigida a dinamitar des de l'origen els lligams entre Navarra i el País Basc, d'una banda, i Catalunya, País Valencià i Balears, de l'altra. Va venir el reconeixement, per part de l'Estat, de la llengua valenciana, passant-se per l'entrecreix el més mínim rigor científic.

L'estratègia de trencar la unitat del català es va convertir, i encara ho és, en un dels objectius del nacionalisme espanyol. Hi va, però, haver d'altres mesures. Es va viure la guerra dels repetidors de TV3. Es va aïllar sistemàticament dels mitjans espanyolistes qualsevol acte cultural amb una mica de tuf catalanista. Canal 9 no va dedicar ni un segon als passats Premis Octubre.

Paral·lelament, en el Principat, a part d'algunes ajudes importants a associacions culturals del País Valencià i de les Illes, es va arribar a la conclusió que el concepte de Països Catalans, al menys en públic, no era operatiu, era un concepte "políticament incorrecte". Negociar amb Madrid volia dir, entre d'altres coses, renunciar a aquesta idea.

El pitjor de tot, però, ha estat deixar fora de la percepció de la gent del Principat la idea de l'existència dels Països Catalans. Se'ns presenta com a comunitats escindides que no tenen res a veure. Que són històries diferents i, fins i tot, divergents. Excepte la informació del temps, aquesta és la impressió general que ofereixen els mitjans de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.

Sembla que legalment, políticament i institucionalment, la idea de Països Catalans arribarà al segle XXI desada en el bagul dels records, per a major satisfacció del "búnquer barraqueta", del PP i de l'espanyolisme dominant al PSOE.

Però, vés per on, allò que ha desaparegut de la ideologia ens ho pot tornar el mercat. Les noves tecnologies que ens situen en la societat de la informació tenen un avantatge respecte al que hem conegut fins ara: no tenen barreres. L'empresa Partal-Maresma va parir un diari electrònic - VILAWEB- a partir de la idea d'adreçar una nova publicació a un mercat catalanoparlant. Internet ha fet saltar pels aires convencions, prevencions, barreres mentals i polítiques. Vilaweb significa una ruptura epistemològica en el panorama informatiu català i tornar a situar el paradigma Països Catalans en l'esquema de la reflexió nacional. Vilaweb fonamenta la seva fortalesa en l'àmbit local (les Vilawebs locals), i això li permet competir en un pla d'igualtat amb el diari electrònic com el de La Vanguardia, com confirmen les dades de l'E.G.M.

L'espai propi d'un mitjà en català és l'àmbit geocomunicatiu dels Països Catalans. Vés per on, ideologia i mercat coincideixen.

**XAVIER FORNELLS,**  
COORDINADOR GENERAL DEL CONSORCI LOCAL I COMARCAL  
DE COMUNICACIÓ

## Una ràdio local, una programació local

Les emissores locals de ràdio tenen tants punts en comú com diferències. Cadascuna respon a unes possibilitats econòmiques de personal i programació que la fan diferent respecte les altres. Tot i això, el que tenen en comú és molt més important les diferències. És la pròpia essència de les emissores: ser un servei local i un servei públic.

La programació d'una emissora local ha de prioritzar sempre la informació local ja que és la seva raó d'existir i la seva única possibilitat de diferenciar-se davant les múltiples ofertes que, d'una manera atapeïda, existeixen en el dial. Una prioritat que, acompanyada d'una tendència a la professionalització -sempre que ho permeti el pressupost-, permet augmentar la qualitat i la quantitat d'aquesta programació pròpia que ha de basar-se en la idiosincràcia de cadascuna de les poblacions per correspondre's amb la realitat a la qual informa. Les programacions poden estar estructurades de formes molt diverses, però hi ha elements que han de ser comuns per poder complir aquesta funció pública que els hi atribuïm. I l'element indispensable és la informació local. Aquesta és l'única i inigualable competència de les emissores locals. Aquesta i cap més, i això cal que ho tinguem molt clar. Ni la música ni els programes generalistes ens poden fer tan diferents de la resta de l'oferta com el bon tractament de la informació local, ajudada sempre que es pugui de suports com la unitat mòbil o les connexions en directe.

Les noves possibilitats tecnològiques -el satèl·lit, internet i el cable- estan canviant profundament el mapa comunicatiu que hem conegut fins ara. La gran quantitat de possibilitats d'elecció estan obligant les cadenes de televisió o ràdio a especialitzar-se per poder competir. Les emissores locals tenen un futur assegurat davant d'aquesta gran oferta, sempre i quan responguin a l'objectiu per les quals van ser creades i per les quals les escolta el ciutadà.

Han passat molts anys -tants com de democràcia- d'aquelles primeres emissores locals que van néixer per donar la paraula als que durant tan temps no la van tenir. Des de llavors, han estat diversos els models que s'han desenvolupat i que han funcionat més o menys bé. Amb el temps, algunes emissores municipals han optat per fer únicament de repetidor d'altres programacions, mentre que la resta ha decidit continuar potenciant una programació pròpia. I aquesta no ha estat només una decisió política, sinó que també ho ha estat de coherència. L'atapeïment del dial català no és només fruit de l'interès d'alguns per parlar per la ràdio. És també l'interès de creure en un servei públic que té uns criteris comercials no sempre els més encertats per decidir les programacions. Val la pena que això ho tinguem clar per saber què fer amb les nostres emissores locals.

Al tombant de segle, i davant la immensa onada de possibilitats radiofòniques que se'ns presenten, curiosament la comunicació local és una de les apostes més interessants. Fa molts anys que creiem en aquesta aposta. És hora de convertir-la en guanyadora.

**MARGARIDA MOLES I GUAL,**  
MEMBRE DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL  
DE CATALUNYA



## Comencen els seminaris de debat de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya

*Els continguts musicals van ser la primera temàtica tractada*

**S. BORGES/M. MOLES**

La Federació d'Organismes i Entitats de Ràdios Locals de Catalunya va celebrar el passat dissabte 7 de novembre a Sant Cugat del Vallès el primer seminari de debat sota el títol "La música a la ràdio". El seminari incloïa dues ponències de dos professionals vinculats al món discogràfic i musical: Joan Gil, cap de promoció de l'àrea mediterrània de Sony Music, i Patricio Sánchez, cap de

programació de RKOR.

La intervenció de Joan Gil va girar entorn de la necessitat d'enfortir els vincles entre les discogràfiques i les ràdios d'àmbit local. Gil va explicar el plantejament promocional que aquestes grans empreses tenen de cara a les importants cadenes musicals i va fer especial incidència sobre els "**circuits de promoció**", eines necessàries per als ens locals. El problema, segons Gil, és entrar en aquests circuits, i va

proposar dues possibles solucions: especialitzar-se en programes musicals concrets i oferir uns continguts totalment alternatius i diferenciats. El promotor de Sony Music va advertir a les ràdios locals de la necessitat d'oferir un contingut musical de qualitat perquè, al seu parer, la promoció discogràfica actua en funció de l'audiència global de les emissores.

En la segona ponència, Patricio Sánchez exigí uns criteris definits i concrets a l'hora de seleccionar la música de les programacions, criteris que va fer extensibles a tots els continguts de les emissores, tant en l'àmbit musical com informatiu.

Posteriorment, la trentena d'assistents al seminari -principalment representants d'emissores locals federades-, van reflexionar entorn dels temes que els ponents havien posat damunt la taula.

Al final del debat es va arribar a tres conclusions. En primer lloc, la necessitat de fomentar, per part de la federació, un major contacte amb les discogràfiques catalanes. Aquesta major relació hauria de comportar l'aprofitament de les seves promocions. En segon lloc, treballar per tal que les emissores locals tinguin una programació musical de qualitat.

I per últim, la necessitat que la Federació organitzi un curs de reciclatge adreçat als responsables de programes musicals. ■



## Uns seminaris temàtics per intercanviar experiències i unificar criteris

Els seminaris de debat organitzats per la Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya tenen com a objectiu conèixer i establir una sèrie de criteris entorn a les programacions de les emissores de ràdio local, a més d'aprofundir en els aspectes tècnics i de gestió.

La idea de realitzar aquests seminaris va néixer a les I Jornades de Treball, realitzades l'abril passat a la mateixa ciutat vallesana. Els seminaris tindran lloc els dissabtes i es dividiran en sessions de matí i tarda. La sessió

del matí comptarà amb un o dos especialistes de la temàtica a tractar, i a la tarda els participants debatran i extrauran una sèrie de conclusions.

El proper seminari de debat es realitzarà el proper mes de gener i versarà sobre els magazins a les ràdios locals.

La Federació de Ràdios Locals de Catalunya està preparant altres seminaris de debat que tractaran sobre informatius, esports, recursos tècnics i gestió comercial.



**PRODUCCIONS  
VIDEOGRÀFIQUES**

gravació i postproducció digital, sistema AVID

c/Torres i Bagues nº: 26, 2on - Tel. 93-668 08 45 - Fax. 93-680 02 29 - 08750 Molins de Rei (Barcelona)

lloguer d'equips  
d'àudio i vídeo

## Segona edició dels cursos de la UIMP i el CCL de la Diputació de Barcelona

JOANA VALLÈS

Els dies 26, 27 i 28 d'octubre va tenir lloc a Barcelona la segona edició dels cursos de tardor organitzats per la Universitat Internacional Menéndez Pelayo i el Consorci de Comunicació Local amb la col·laboració de la Federació de les Televisions Locals a Catalunya. Aquesta edició versava sobre "Els ajuntaments i les televisions locals"

La inauguració va anar a càrrec de Joaquim Triadú, Secretari General de Presidència, que va recordar que el concurs de concessió de freqüències de les

televisions locals està pendent de resoldre's ja que el Ministeri de Foment no ha fet la prèvia planificació de canals. En la seva intervenció Triadú reflexionà entorn el paper de les televisions locals, les noves tecnologies, quin ha de ser el model de televisió pública i el seu finançament. El Secretari General de la Presidència manifestà que el Govern de la Generalitat defensa el model de finançament mixt perquè privar de publicitat aquests mitjans seria "reduir les televisions públiques a meres

**Per raons diverses, tothom diu que la llei de televisions locals del 95 és obsoleta**

**comparses enfront de les grans cadenes privades".**

El Catedràtic de comunicació, Miquel de Moragas, fou l'encarregat d'impartir la conferència inaugural. Sota el títol "Televisió local i nous sistemes de comunicació", Moragas va parlar de la necessitat de canviar el concepte "àmbit local" pel concepte de "televisió de proximitat".

Després d'un anàlisi de la situació de la televisió local, Moragas va afirmar que aquesta "pot sobreviure igual que les grans cadenes si actuen com elles". Cal professionalització d'aquests mitjans i desterrar el temor a les noves tecnologies.

El Secretari General de Comunicació del Ministeri de Foment, José Manuel Villar, i el Director General de Radiodifusió i Televisió, Jordi Alvinyà, amb les seves intervencions, van situar la legislació actual de la televisió local. Encara que per diferents motius, per ambdós oradors l'actual marc legislatiu "ha quedat obsolet"; davant d'això Villar va apostar per la plena liberalització

i Alvinyà va apostar per una major cobertura i una programació de qualitat.

A partir d'aquí els temes que van centrar els debats de les diverses sessions foren: la legalització de les televisions locals, el seu àmbit de cobertura, la seva viabilitat i finançament, les televisions locals davant les noves tecnologies, i el model de televisió local.

### ✓ MODIFICACIÓ DE LA LEGISLACIÓ

Una de les preocupacions que més van aparèixer fou el fet que encara no s'hagin concedit les llicències. Aquest fet provoca que els gestors de les freqüències actuals no acabin de desenvolupar els seus projectes. Tots els ponents van coincidir en que caldria modificar l'actual marc legislatiu. En aquest àmbit el Magistrat del Tribunal Constitucional, Manuel Jiménez de Parga, va considerar que la televisió és un "dret fonamental" i que com a tal "no es pot deixar sine die la seva legislació".

La Llei 41/1995 marca com a àmbit de cobertura de les tv locals públiques i privades és el municipi. Aquest àmbit de cobertura també va ser qüestionat. Per Josep Vilar, president de la Federació de Televisions Locals de Catalunya, s'ha d'anar cap un àmbit supramunicipal; per tal de ser viables i poder sobreviure "el màxim al que es pot aspirar és a 10



El CCCB va acollir els cursos de tardor, organitzats per la UIMP i el CCL.



## o 12 televisions locals”.

Pel que fa a la viabilitat, Tomàs de la Quadra-Salcedo, Catedràtic de Dret Administratiu, va apostar per la Cooperació entre les televisions locals. Aquesta cooperació comportaria la producció conjunta de programació per tal d'abaratir despeses. En aquest context, el finançament de les televisions va ser un apartat que va merèixer especial atenció. Elisenda Malaret, Catedràtica de Dret Administratiu, va fer palesa la necessitat d'aclarir aquest aspecte.

Un quart interrogant dels debats fou el model televisiu. Partint de la definició de local com a concepte de proximitat -i deixant clar que es pot fer producció local de qualitat-, les intervencions van coincidir en el fet que no existeix un únic model de televisió. En aquest apartat es produí un dels debats més importants de la jornada. Pel que fa

a la televisió pública el debat versava en si la televisió pública ha de ser de gestió directa o ha de ser de gestió indirecta. D'altra banda, i pel que fa a la televisió privada, el debat es va centrar en si la televisió local ha de ser una televisió complementària o bé ha de ser una televisió alternativa.

Un altre dels àmbits tractats en aquestes jornades foren la incursió del cable com a via de transmissió i l'impacte d'Internet en la informació de proximitat. Pel que fa al cable, tant Jerome Lafond, de Cable i Televisió de Catalunya, com Gonçal Bonhome, de Telefònica Cable Catalunya, van notificar als assistents la voluntat d'ambdós companyies d'incloure les televisions locals en l'oferta del cable. Pel que fa a Internet, Vicent Partal, director de Vilaweb, va apuntar la pròxima fusió de la televisió amb internet però que abans caldria repensar la televisió

local.

Finalment, i abans de la clausura de les jornades que va anar a càrrec d'Ernest Maragall, regidor de l'Ajuntament de Barcelona, Miguel Contreras va donar les claus de subsistència de les televisions. Per aquest Catedràtic de la Universitat Complutense de Madrid, la viabilitat passa per l'especialització en grup social (professió, gènere i àmbit geogràfic); la necessitat d'adaptació de les tv locals fugint de models existents; la professionalització; la creació de models operatius com la intercomunicació; l'establiment de fórmules estables de finançament; la potenciació de fórmules globals de comercialització; la implementació de l'element participatiu; la búsqueda de línies d'experimentació; la radicalització en els nous recursos tècnics i, finalment, l'exploració de la immediatesa. ■

## Foment sanciona 35 televisions locals durant l'any 98

Nou televisions locals catalanes, entre les afectades

### REDACCIÓ

El Ministeri de Foment ha resolt, durant l'any 1998, 35 expedients sancionadors a les televisions locals de tot l'estat. Els motius d'aquests expedients, que han acabat en sanció, han estat principalment perquè s'ha emès sense tenir assignació de freqüència o bé perquè l'emissió perturbava altres senyals.

El Ministeri de Foment està tramitant actualment 36 expedients més. Entre aquests, quatre pertanyen a televisions locals catalanes: Rubí, Manresa, Tossa de Mar i Llinars del Vallès. A més, també tenen expedients oberts Figueres i Magrat. A l'hora de tancar aquesta edició ens assabentem que s'ha obert expedient sancionador a C-24 Visió 3. Terres de l'Ebre, al C-21 TV de Roquetes i al C-25 TV de Blanes.

Les sancions d'aquests expedients oscil·len entre les

250.000 pessetes i els dos milions. En el cas dels que no tenen llicència per emetre, la sanció inclou també el precinte dels equips i la clausura de les instal·lacions. L'argument que manté el Ministeri de Foment per a la resolució d'aquests expedients és vetllar per a la correcta utilització de l'espai radioelèctric que és escàs. Foment vol evitar el creixent deteriorament de l'espai que causa, segons el Ministeri, la proliferació d'emissores sense planificació ni autorització necessària.

Com és sabut, en aquests moments les televisions locals estan en situació d'alegalitat ja que el ministeri competent no ha fet la planificació de les freqüències i, conseqüentment, el Govern de la Generalitat no pot fallar el concurs obert de concessió. La negociació entre les dues administracions sobre la televisió digital fa que el final d'aquest culobrot es vagi posposant; mentretant, la Generalitat de Catalunya té interposat un recurs contra l'administració central per no haver planificat encara. Com a rerefons de tot això hi ha la possibilitat de revisar la llei de televisions locals que, després de 3 anys de ser aprovada, sembla no satisfer ni a l'administració ni als professionals del ram. ■

## Internet passa per Callús

Aquesta localitat del Bages va acollir les II Jornades Internet i Comunitats Locals

### REDACCIÓ

La petita localitat de Callús (Bages) es va convertir en punt de trobada dels internautes catalans amb la celebració, els dies 2 i 3 de desembre, de les **II Jornades Internet i Comunitats Locals**. La incidència cada cop més rellevant de les aplicacions d'Internet al món local va fer que, sobretot, un bon nombre de tècnics de l'administració local i comarcal s'hi apleguessin per conèixer de primera mà les darreres experiències en aquest àmbit. L'organització va anar a càrrec de la Federació de Municipis de Catalunya i de l'Ajuntament de Callús.

De les dues taules rodones programades, una d'elles no va acabar de cobrir les expectatives dels assistents. Es tracta del debat celebrat el dia 2, justament l'endemà que s'acabés el monopoli de Telefónica en el sector de les telecomunicacions, que va aplegar els representants de quatre empreses operadores: Telefónica, Retevisión, Ca-

ble i Televisió de Catalunya (CTC) i Esprit Telecom. Davant d'un auditori que volia conèixer dates d'implementació, els portaveus d'aquestes empreses no van aportar més que dades abstractes i van donar la imatge que oferirien serveis immillorables.

En canvi, cap dels quatre va ser capaç de donar una data fiable de quan s'oferirien serveis d'Internet a velocitat ràpida o quan els internautes podrien comptar amb una tarifa plana. Això sí, tots es van posar d'acord en què la lliure competència portarà una millora dels serveis i un abaratiment de les tarifes.

L'altra taula rodona es va celebrar el dia 3 de desembre i va tractar sobre Internet i les polítiques públiques en aquest àmbit.

Una de les decisions més encertades dels organitzadors de les jornades va ser encarregar una conferència a Amadeu Abril, un dels "gurús" catalans d'Internet. Professor d'Esade i autor de gran nombre d'articles sobre la matèria, Abril va utilitzar el seu brillant sentit de l'humor i

el seu verb ràpid per dibuixar quin serà el futur de la relació entre els ciutadans i les administracions locals amb la generalització de l'ús d'Internet. El conferenciant va assegurar que la xarxa canviarà la manera actual d'interrelació entre els polítics i els ciutadans, que cada cop més podran controlar l'actuació de les persones en qui deleguen la gestió dels seus municipis.

Entre les experiències que s'hi van presentar destaca InfoGi, una iniciativa de la Diputació de Girona per crear un sistema de gabinet de premsa electrònic que centralitzarà les comunicacions institucionals de la demarcació gironina. (Veure secció Webs d'aquest número).

Una altra experiència destacada que es va presentar durant les jornades va ser DemocràciaWeb. Aquesta iniciativa de la Fundació Jaume Bofill pretén promoure la participació dels ciutadans en l'elaboració de les lleis al Parlament i el seguiment de la seva tramitació parlamentària. ■

## Acord entre la Federació de Ràdios Locals de Catalunya i la UAB

La Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya ha presentat a la vicedegana de la Facultat de Ciències de la Comunicació, Maria Gutiérrez, una proposta de conveni de col·laboració entre ambdues entitats. La Federació organitza regularment jornades de treball i seminaris de debat per a les seves emissores associades. L'aportació que la Universitat pot fer a aquestes jornades de reflexió sobre la comunicació local, és molt important: participació de professors com a ponents, divulgació entre les emissores dels treballs d'investigació, propostes de temes a debat i contacte amb experts sobre aquests temes.

D'altra banda, les emissores federades col·laboraran amb la UAB facilitant dades i en allò que els diferents departaments de la Facultat sol·licitin. Aquestes són algunes de les propostes que s'han acceptat i que han de dur a una estreta col·laboració entre el món acadèmic i la ràdio local. En una pròxima reunió es firmarà el conveni definitiu.

## Canvi de freqüències a quatre emissores locals de l'àrea de Barcelona

La nova emissora de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, Catalunya Cultura està emetent en el 92.5 FM per

l'àrea de Barcelona, afectant a les emissores municipals d'Argentona, L'Hospitalet de Llobregat, Cerdanyola i Sant Boi de Llobregat. Aquestes emissores han hagut de canviar el punt del dial des d'on sortien. Pel que fa a Ràdio Argentona que emetia mal 92.5 ara emet pel 104.6 FM; Ràdio Cerdanyola ha passat del 92.4 al 88.7; Ràdio L'Hospitalet ha canviat del 92.5 al 96.3 i Ràdio Sant Boi emet pel 95.9 de la FM.

Les emissores afectades han portat a terme campanyes publicitàries per anunciar les modificacions. La CCRTV s'ha compromès a finançar les despeses que tinguin les quatre emissores involucrades, per renovar la publicitat i la imatge, així com per fer campanyes de difusió pública de les noves sintonies.

La CCRTV va sol·licitar la nova freqüència a Barcelona després de no renovar els compromisos amb Ràdio Associació de Catalunya. ■



## Èxit rotund de la marató de Ràdio Vila-sacra

SERGI BORGES

Tal com va anunciar *Antena Local* en el seu número anterior, ràdio Vila-Sacra organitzà el 7 i 8 de novembre passat la **I jornada de sensibilització ciutadana**, una marató per recollir, aquest cop, fons destinats a la investigació de la malaltia de l'Alzheimer. Durant les més de 24 hores que va durar la marató, es van recollir més de 500.000 pessetes. Aquesta quantitat s'ha vist augmentada fins a les 600.000 gràcies a les aportacions fetes al compte corrent que restà obert.

El responsable de la marató, José Luis Villar, valorà molt positivament el desenvolupament d'aquesta experiència. **"Estem molt contents. Ha valgut la pena treballar durament els últims dos mesos per assolir un resultat tan bo. L'any vinent repetirem la marató; farem la segona jornada**

**que anirà destinada a una altra causa"**. La marató s'inicià a les 5 de la tarda de dissabte. Durant les tres primeres hores de programa, es va tractar exclusivament la malaltia. Diversos professionals mèdics, psicòlegs i neuròlegs, explicaven de manera desinteressada mètodes per tractar els malats d'Alzheimer i donaven consells a familiars i amics per millorar la relació amb els pacients.



### COL·LABORACIONS INESTIMABLES

Durant tota la jornada, ràdio Vila-Sacra comptà amb l'ajuda inestimable de moltes emissores locals gironines que oferien espais de la seva programació a la marató. Van col·laborar amb ràdio Vila-Sacra les ràdios locals de Salt, Banyoles, St. Joan les Fonts, Besalú, L'Escala, Castelló d'Empúries, i ràdio

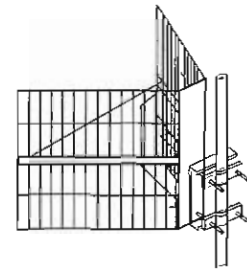
Cap de Creus de Cadaqués. Paral·lelament, durant el cap de setmana, s'organitzaren actuacions al carrer, recitals d'havaneres i una trobada de corals infantils. Cal destacar el concert que oferí el popular cantant Josmar, i la trobada de grallers i castellers de Figueres, celebrada el diumenge al matí a la mateixa capital empordanesa. El promotor de la marató, José Luis Villar, ha aprofitat les planes d'*Antena Local* per fer arribar el seu agraïment a **"totes les persones que ens han ajudat i han col·laborat, sense ànim de lucre, a la realització de la marató, i molt especialment a totes les emissores locals gironines"**. Fins al 7 de desembre la marató continua vigent i es poden aportar donatius al telèfon 972/672767. Els diners recaptats es destinaran a l'Associació d'ajut de malalts d'Alzheimer i afectats de de l'Alt Empordà. ■

## ENLLAÇOS 1600 MHz

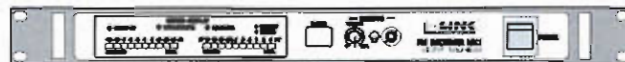


# !!! OFERTA ESPECIAL!!!

Radioenllaç d'1 W adaptat a la normativa vigent exigida.



**No ho dubti, és el MÉS ECONÒMIC del mercat**



amb la qualitat, garantia i prestigi que ofereix "LINK COMUNICACIONES S.A."



LA VINYA, 33 BIS - TEL. 93.347 10 33\* / 93.347 14 57 - FAX 93.347 22 55  
08041 BARCELONA - SPAIN

E.MAIL: [link@interplanet.es/](mailto:link@interplanet.es/) / web: <http://www.interplanet.es/usuarios/link>

## I Jornada de comunicació local de l'AMCL

JOANA VALLÈS

Coincidint amb la celebració del 10è aniversari de la creació de l'Associació per a la promoció dels Mitjans de Comunicació Local, el passat 21 de novembre va tenir lloc la **I Jornada de Comunicació Local**. L'AMCL edita el gratuït "La Marina" i té Sants-Montjuïc Ràdio.

Aquesta jornada, que es va celebrar al Districte de Sants-Montjuïc, anava dirigida principalment als professionals i persones relacionades amb la comunicació local de la ciutat de Barcelona i rodalies. El coordinador general del Consorci Local i Comarcal de Comunicació, Xavier Fornells, va ser l'encarregat de presentar la jornada. Fornells va destacar l'important paper

de la comunicació local com a eina de cohesió social i per la seva proximitat amb el ciutadà. Aquestes dues idees van ser recollides pels participants a la taula rodona posterior que versava sobre les experiències de comunicació local a Barcelona i en la qual van participar Emili Salas, de L'Informatiu de Sants, Hostafrancs i la Bordeta, Marc Andreu, de La Veu del Carrer, Paco Candel, escriptor, Albert Vidal, de Ràdio La Mina, i Ma. del Mar Alegret, presidenta de l'AMCL. A més, els ponents van tractar de les col·laboracions voluntàries que fan possible aquests mitjans i la necessària professionalització dels mateixos, de la cooperació entre ells, i la necessitat de buscar una sortida a la precària situació dels mitjans de comunicació dels barris barcelonins.

Comunicació Local i Administracions Públiques va ser el tema que va centrar la segona taula rodona formada per Jordi Alvinyà, director general de radiodifusió i televisió, Josep Ramos, del gabinet de comunicació del districte de Sants-Montjuïc, Ricard Rafecas, president de l'ACPC (Associació Catalana de la Premsa Comarcal), Manel Ramon, president de la Federació d'Entitats i Organismes de Ràdio Local de Catalunya, Andrés Naya, vicepresident de la FAVB (Federació d'Associació de Veïns de Barcelona), i Xavier Sans de l'AMCL. La polèmica del debat es va centrar en el suport de les administracions públiques als mitjans de comunicació local i com les institucions poden ajudar econòmicament sense caure en el intervencionisme, fet que podria afectar la independència del mitjà. L'entitat organitzadora d'aquesta jornada va aprofitar l'ocasió per esperonar el debat en el sí dels mitjans de comunicació de barri que hi ha avui a la ciutat de Barcelona, i per reivindicar el reconeixement de les ràdios de districte de l'Ajuntament de Barcelona que s'han quedat fora de la legislació radiofònica. ■

0101101100101011010010011110

## En sistemas digitales exija el máximo

- Ingeniería • Telecomunicaciones RDSI •
  - Broadcast • Vídeo Industrial •
- Vídeo Institucional • Vídeo Digital •
  - Vídeo conferencias •
  - Salas conferencias, proyección, traducción simultánea •
  - Megafonía CCTV •

Distribuidor Oficial  
**SONY**<sup>®</sup>  
 División Profesional





## CDC i la Fundació Trias Fargas organitzen la I Jornada de Comunicació

MARGARIDA MOLES

L'ús de les noves tecnologies de la comunicació no amenaça ni la identitat ni la cultura de Catalunya. Aquesta és la conclusió de la I Jornada de Comunicació: **"Catalunya a la societat de la informació i de les telecomunicacions"**, organitzada per la sectorial de comunicació de Convergència Democràtica de Catalunya i la Fundació Ramon Trias Fargas.

La jornada, celebrada a la Fundació Tàpies el 18 de novembre, es va dividir en dues parts. La primera, en forma de taula rodona i moderada pel periodista Josep Cuní, va comptar amb la participació d'Enric Colet, director del departament de sistemes d'ESADE, Francesc Pedró, delegat del rector per a la innovació docent de la Universitat Pompeu Fabra, Jaume Ferrús, director general de Canal Satélite Digital, Miquel Puig, comissionat per a la Societat de la Informació, i Ramon Garcia Bragado, director general de Localret. Cada un d'ells va exposar la influència de les noves tecnologies i els canvis que aquestes puguin aportar en l'economia, l'ensenyament, la cultura i l'oci. Durant la segona part de la jornada, el nord-americà Greg Simon -que ha estat



assessor del vicepresident dels EUA, Al Gore, en matèria de telecomunicacions-va dictar la seva conferència **"Comunitat global: el rol de les cultures a la Societat de la Informació"**. Simon, després de recordar els grans avantatges que proporcionen les noves tecnologies, va proposar que s'invertís la idea que fins aleshores es tenia a Catalunya: passar del plantejament de *com ens poden afectar les altres identitats que ens arriben a través dels nous canals a pensar com aprofitar-nos d'aquests canals per presentar la realitat cultural catalana*.

A l'acte hi van participar Felip Puig, secretari d'organització de Convergència, Joaquim Triadú, president de la Comissió Intersectorial de Comunicació, i Pere Esteve, secretari general de CDC, i hi van assistir professionals i representants de diferents organismes de comunicació públics i privats. ■

## La ràdio i la televisió públiques, al segle XXI

El Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Societat Catalana de Comunicació han organitzat pel divendres 11 i dissabte 12 de desembre la Jornada Anual dels periodistes catalans i de la societat catalana de comunicació, a la Sala d'actes del Col·legi de Periodistes. La jornada reflexionarà sobre el futur dels mitjans públics de comunicació i les seves perspectives de cara al nou segle XXI. Pels organitzadors **"les ràdios i televisions públiques viuen temps crítics: crisi econòmica, crisi d'audiència, crisi de model i debat sobre el paper que han de fer a la societat"**, però es necessari que aquests mitjans continuïn existint. A la jornada, intervindran Emili Prado, catedràtic de Comunicació Audiovisual de la UAB, Paolo Baldi, responsable del Service d'Information Stratégique (UER), Alejandro Perales, professor de la Universitat Ramon Llull, Marc Raboy, professor del Departament de Comunicació de la Universitat de Montreal, i Miquel de Moragas, director de l'Institut de la Comunicació de la UAB. Hi haurà quatre taules rodones; a la primera es posicionaran els partits davant la gestió, el control i el finançament dels mitjans públics; la segona serà del responsables dels mitjans públics a Catalunya; la tercera versarà sobre la societat civil i la tv pública; i tancarà la jornada la quarta, sobre els periodistes i els mitjans públics.

**aasit**

Assessorament i assistència, Servei Integral de telecomunicacions, S.L

Sagunt, 50  
08014 BARCELONA  
Tel./Fax: 93.296 46 46  
e-mail:  
infoaasit@aasit.com

15 anys  
d'experiència

## SERVEIS INTEGRALS PER A LA RÀDIO I LA TELEVISIÓ LOCAL

- Estudis i Projectes Tècnics Visats
- Legalitzacions
- Subministrament i Servei Tècnic de:
  - Electrònica Barcelona
  - Link
  - Mier
  - OMB
- Lloguer d'equips

## "A les TV municipals no se'ls pot posar barreres publicitàries"

*El passat 26 de novembre les televisions municipals de Vallirana, Piera, Matadepera, Calella i El Vendrell van constituir una federació específica per a les televisions municipals de Catalunya. Els seus promotors pensen que ara cal que la diversitat de les televisions locals es defensin des d'àmbits diferents per tal d'aconseguir uns resultats millors: "junts però no barrejats". Al capdavant d'aquesta Federació hi trobem Ricard Pascual, director de TV Vallirana.*

F. Tubau / J. Vallès

### **-Per què s'ha creat la Federació de Televisions Municipals de Catalunya?**

-Davant la necessitat d'establir un marc legal i després de setze anys de caminar conjuntament, les televisions locals culturals, municipals i privades, hem cregut convenient anar separats per tal de defensar millor els interessos particulars de cada una d'aquestes televisions. Les TV municipals, que depenem d'un municipi i d'un capital públic, som un servei públic per al ciutadà i les entitats. Hi ha entitats culturals i societats limitades que també ofereixen un servei públic, però el seu objectiu final és diferent; fer negoci. Per tot això, hi ha d'haver una Federació de Televisions Municipals de Catalunya i una Federació de Televisions Privades.

### **-Sembla una contradicció. No hauríeu d'anar juntes per fer més força?**

-Hauríem d'anar juntes, però en marcs diferents. Les TV municipals de pobles petits, que acostumen a tenir infraestructures mínimes i un baix pressupost, necessitaran més ajut. En moments determinats, tant les televisions públiques com les privades, ofereixen una programació de servei a la comunitat. En principi, sembla que tinguem els

mateixos objectius, però en molts moments no és així. Les municipals i les privades tenim aspectes convergents i divergents. Sempre he dit que quan arribi el moment de la plena legalització s'hauran de contemplar els dos marcs diferents. I crec que ara és el moment de contemplar-los.

### **-Quin és el model idoni d'una TV municipal?**

-Crec que el model idoni seria oferir un servei mínim garantitzat i que, a més d'abastir-se del pressupost que li atorga l'ajuntament, tingui cabuda capital que vingui de la publicitat. Parlem de publicitat local perquè entenem que la publicitat local també és informació local. El model de TV municipal també l'entendríem com aquella televisió que transmet la feina de les entitats o dels ciutadans de la vila. Aquesta televisió és la que dona servei a tothom, aquella que des del diner públic, -diners de tots els ciutadans- els serveix a tots. D'altra banda, estem lluitant perquè la TV municipal sigui ben portada; la llicència s'atorga a l'ajuntament i la gestiona de forma directa, però també la gestió la pot portar una empresa privada que garanteixi aquest servei.

### **-Esteu parlant de delegar la gestió de les televisions municipals a empreses privades. Aquesta delegació no farà perdre el control i la garantia de servei públic?**

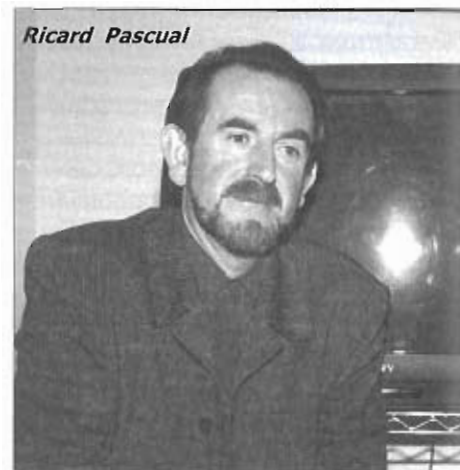
-Aquest és el perill que correm. La llicència, el control i el *management* de l'emissora ha de ser municipalista. Ara bé, al front de la televisió, entenc que hi ha d'haver un director responsable que estimi la televisió, que estimi el poble i que estimi el servei públic. Mai hi ha d'haver, al front de la tv municipal, una persona partidista.

### **-Creu, doncs, que una emissora de televisió municipal pot donar la concessió de la gestió a una empresa privada?**

-Jo penso que sí. Una empresa que es

dediqui a la comunicació, que tingui bona entesa amb l'ajuntament i que garanteixi la pluralitat pot dur a terme la gestió de la televisió municipal.

### **-Creu que una televisió pública ha**



### **de tenir publicitat?**

-Crec que sí. Ha de tenir publicitat local perquè sinó la publicitat de la botiga del poble -aquella marca que només és explotada en una localitat- on tindrà ressò?

### **-La TV municipal només ha de tenir publicitat local?**

-Crec que també pot obtenir publicitat general. Per què no? Es entrar en competència? Potser sí, però si la cobertura de la televisió local és municipalista, aleshores no s'ha d'entrar per força en una incompatibilitat amb d'altres emissores. Entenc que la televisió privada no només vol ser televisió local i, per tant, té molt més marge per promoure's amb la publicitat. A les TV municipals no se'ls pot posar barreres en quant a publicitat.

### **-Quina hauria de ser la cobertura de les TV Municipals? Municipal o comarcal?**

-Depèn de les poblacions i de l'orografia. A vegades és difícil cobrir tot el territori amb un sol reemissor. Això fa que la senyal arribi a d'altres municipis, però l'objectiu és una cobertura municipal.



### -En les poblacions de baixa demografia, és viable la mancomunicació del servei de TV local?

-Sí. La realitat és que hi ha poblacions petites amb TV municipals envoltades d'altres municipis que no en tenen. En aquests casos són els mateixos municipis que sol·liciten al municipi que té TV municipal que els hi proporcioni el servei. Tot això amb la finalitat de no repetir estructures, unir esforços i optimitzar recursos humans i econòmics. Si aquest plantejament es fa ben fet i preval el sentiment de les persones, l'entesa entre diversos municipis, tot i estar governats per forces polítiques diferents, és viable.

### Mai hi ha d'haver al front de la tv municipal una persona partidista

### -Hi ha enfrontament o convergència entre les televisions locals municipals i les privades?

-No crec que hi hagi cap enfrontament. Les TV municipals, per dir-ho d'alguna manera, són les primeres de la cadena, les més properes al ciutadà. El contingut d'una TV municipal s'acaba quan s'ha explicat tot el que passa al municipi; el volum d'informació té relació directa amb la dimensió del mateix. A partir d'aquí la TV municipal té la possibilitat d'oferir productes provinents d'altres televisions locals públiques i privades.

### -Quins serveis donarà la Federació de Televisions Municipals de Catalunya?

-La Federació ha de donar cobertura tècnica i jurídica a les televisions existents. La Federació també ha d'oferir informació als ajuntaments que no tinguin televisió. La Federació vol portar a terme el vell somni d'unificar l'adquisició de material, així com realitzar estudis d'audiències i projectes conjunts.

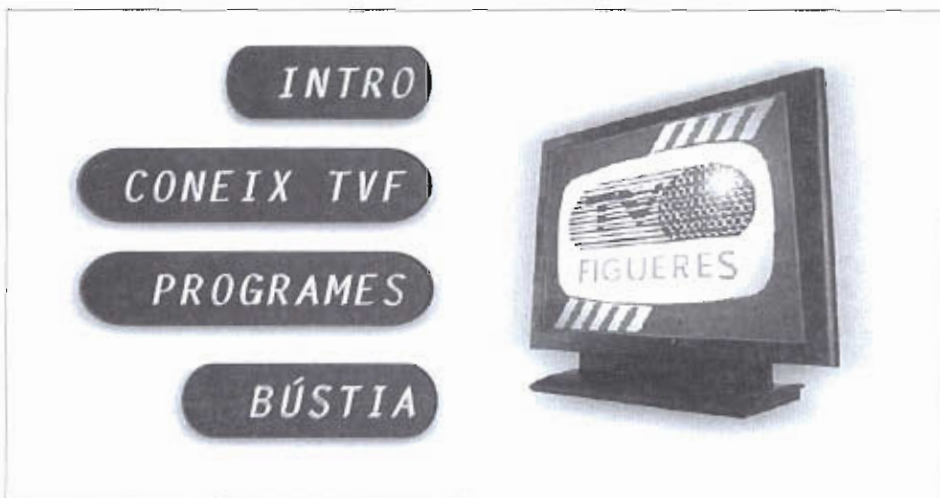
### -Què pensa vostè de les TV municipals com a escoles formatives de televisió?

-La televisió local es la primera de "l'escalafó" televisiu i no l'última com es diu. És lògic que, per exemple, quan una persona decideix estudiar imatge i so comenci amb la televisió local. De les televisions locals han sortit professionals que ara són a cadenes públiques i privades. ■

## Actualitat

# TV Figueres Alt Empordà presenta la seva pàgina web i nova programació

*L'acte es va celebrar en una gala al teatre Jardí de la ciutat*



### REDACCIÓ

El passat 30 d'octubre, i aprofitant la Gala d'entrega dels Premis Imatge 1998, es presentà la nova pàgina web i les novetats en la programació d'aquesta temporada de Televisió Figueres Alt Empordà.

La Gala estava organitzada per la pròpia Televisió i va comptar amb la col.laboració d'un bon nombre d'establiments comercials de la ciutat de Figueres, així com del mateix ajuntament de la ciutat que cedí l'ús del teatre municipal El Jardí per tal de poder realitzar aquest acte. Ballet clàssic, desfilades de models, actuacions humorístiques i exhibicions de balls de saló es van anar intercalant amb l'entrega dels Premis Imatge 1998, la presentació de la nova pàgina web del mitjà i de la programació per aquesta temporada de Televisió Figueres Alt Empordà.

Tota la cerimònia d'entrega, així com les diverses actuacions foren enregistrades per la pròpia televisió que instal.là en el teatre un control de realització mòbil i disposà de tres càmeres per a la realització del programa.

Dins la nova programació, caldria destacar el nou programa d'esports, *La Clau del Joc*, on es fa un repàs dels principals equips esportius de la comarca; el nou programa de debat, *Actualitat*; o la inclusió, dins la franja d'emissió del Canal Local Català, d'un programa amb tanta història a Televisió Figueres Alt Empordà com *Això és Hollywood*.

D'altra banda també es va aprofitar per presentar la nova pàgina web d'aquesta emissora i que es pot trobar a la direcció [www.tvfigueres.com](http://www.tvfigueres.com).

El disseny de la plana web ha estat realitzada pels propis col.laboradors de l'entitat, amb el suport tècnic de l'empresa de serveis informàtics figuerenca Speedcom. En la web, s'hi pot trobar informació de la història, l'estructura associativa, la programació i els serveis que ofereix Televisió Figueres Alt Empordà.

La presentació de la nova plana web s'emmarca dins un procés de millora dels serveis que ofereix aquesta emissora: reformes en les seves instal.lacions tècniques, ampliació fins a les vuit hores diàries de la seva programació actual i col.laboracions amb diverses entitats en programes de formació. ■

## Es crea el Consorci Local i Comarcal de Comunicació, nova eina de suport a la comunicació local

*L'acte de constitució va tenir lloc a Lleida el passat 13 de novembre*



**per als mitjans locals i comarcals del que veníem fent".** Per Pont, fins ara, la forma de col·laborar que tenien les institucions amb aquests mitjans eren les subvencions; amb el Consorci el que es pretén es donar serveis perquè els mitjans puguin desenvolupar la seva tasca amb un alt nivell de qualitat i professionalitat. **"Ens va semblar -ha afirmat Josep Pont-que el millor que podíem fer és crear tota mena d'ajuts per reforçar les característiques dels mitjans com poden ser la reducció de despeses, ajudar a la producció, generar i expandir notícies i donar serveis en el camp de la formació i el reciclatge".** En definitiva, el Consorci pretén canviar la cultura de la subvenció per la cultura de la prestació de serveis.

### JOANA VALLÈS

El passat 13 de novembre es va constituir a Lleida el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), una nova eina per enfortir i donar suport a tots els mitjans de comunicació d'àmbit local i comarcal, a més de ser la resposta institucional a les inquietuds dels professionals d'aquest àmbit.

Les institucions que han creat CLCC són les diputacions de Girona, Lleida i Tarragona; els consells comarcals del Baix Empordà, Cerdanya, Conca de Barberà, Osona, Pla d'Urgell i Solsonès; i els ajuntaments d'Amposta, Castellar del Vallès, Mollerussa, Móra d'Ebre, Torredembarra, Tortosa i Vilaseca. La

voluntat del Consorci Local i Comarcal de Comunicació es restar oberts a totes aquelles institucions i entitats que vulguin implicar-se en els objectius d'enfortir la comunicació local. El Consorci està presidit per Josep Pont, de la Diputació de Lleida, i en són vicepresidents Frederic Suñer, president de la Diputació de Girona, i Josep Mariné, president de la Diputació de Tarragona.

**El Consorci pretén canviar la cultura de la subvenció per la cultura de la prestació de serveis**

Segons ha explicat a Antena Local el president del Consorci, **"Catalunya té una llarga tradició en el camp de la comunicació local. Aquesta llarga tradició es troba en un cert perill. I per això ara és el moment crucial per fer, des de les institucions, alguna cosa més**

✓ **AFRONTAR EL REPTA DE LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ**

Després d'un estudi de la situació actual de la comunicació a Catalunya, els impulsors del Consorci van observar que, fins ara, hi ha hagut un desequilibri comunicatiu entre allò que s'anomena Catalunya-ciutat i la Catalunya-país; hi ha un dèficit pel que fa al fet local. Aquest dèficit es pot veure incrementat amb la implantació de la societat de la informació i aquest és un escull que el Consorci vol salvar. Segons Josep Pont **"entrarem en una nova revolució més palpitant i més ràpida, i per això cal que treballem perquè la implantació de la societat de la informació en els mitjans de comunicació de casa nostra no es faci a dues velocitats".** Mantenen l'equilibri entre els àmbits general i local de la comunicació, i evitar que la

catalonia  net

Dóna a conèixer la teva emissora a Internet

<http://www.catalonia.net>



 **MicroArt**  
MicroArt  
 S.L.  
 C/...



implantació de la societat de la informació no vagi en detriment dels mitjans locals, és una de les principals feines que s'han encomanat des del Consorci Local i Comarcal de Comunicació.

En aquest mateix sentit, Pont afirma que **"sovint notícies que passen a l'altra banda de món les podem veure a casa a l'hora de dinar, i coses que passen al poble o a la comarca no les acabem de conèixer"**. La informació que genera el món local no té ressò i hi ha **"una barrera molt forta que no permet que el món de la comunicació local pugui expandir-se"**. Aquest fet afecta molt de prop les institucions locals i comarcals, i els impulsors del Consorci creuen que aquest serà una eina fonamental perquè aquesta inèrcia es vagi diluint.

✓ **DONAR SERVEIS, NO CREAR MITJANS**

Encara que pugui semblar contradictori, la voluntat del Consorci Local i Comarcal de Comunicació no és crear un nou mitjà de comunicació sigui en el camp de la premsa escrita, la ràdio o la televisió. La seva finalitat és crear **"una eina que treballi les informacions locals i les serveixi als mitjans que actualment estiguin en funcionament o bé a d'altres de nous"**. El que es pretén des del Consorci és arribar a fer acords de col·laboració amb totes aquelles entitats que avui agrupen, en els seus àmbits diversos, els mitjans de comunicació locals i comarcals.

Josep Pont entén que els grans mitjans **"tenen una lluita terrible a nivell competencial al carrer, però saben**

**associar-se darrera les cortines per treballar junts quan els convé"**. Aquesta unió dels grans pot posar en perill aquelles petites empreses **"que treballen, moltes d'elles, des del voluntarisme i amb pocs recursos"**.

És per això que aquesta iniciativa vol treballar conjuntament amb els mitjans locals i comarcals per tal que, sumant esforços, es pugui fer una defensa efectiva dels interessos d'aquests mitjans.

## Objectius del CONSORCI LOCAL I COMARCAL DE COMUNICACIÓ

**S**er un instrument al servei dels mitjans de comunicació locals i comarcals des de tots els àmbits de la producció comunicativa. Es planteja el Consorci com a eina per donar suport a les estructures comunicatives existents avui, arreu del país, d'àmbit local i comarcal.

**G**enerar serveis que ajudin a millorar les estructures informatives, de producció, d'implantació de noves tecnologies, de comercialització, de formació i d'anàlisi en els mitjans de comunicació local i comarcal.

**O**brir un debat permanent amb totes les associacions i federacions que aglutinen la comunicació local i comarcal per tal d'establir línies de col·laboració i suport cap a aquests mitjans.

**D**onar respostes, davant el repte que representa la implantació de la societat de la informació, que impedeixin que aquest canvi tecnològic es produeixi al nostre país en dues velocitats. Els ens locals volen ser actors i no tan sols espectadors d'aquesta revolució.

**D**otar de serveis comunicatius l'administració local i comarcal amb criteris d'economia d'escala.

**F**acilitar la presència del món local, amb veu pròpia, en el debat comunicatiu del país.

**P**otenciar i difondre la catalanitat i la llengua catalana en tot el seu domini lingüístic.

# UNITECNIC

[www.unitecnic.com](http://www.unitecnic.com)

enginyeria. instal·lació. integració. distribució. software a mida. claus en mà

## Intracatalònia, l'empresa de serveis del Consorci

Per tal d'agilitzar i gestionar les seves activitats, el CLCC ha creat l'empresa Intracatalònia, S.A. empresa de serveis per la comunicació local i comarcal. Intracatalònia neix amb un capital 100% públic i té un pressupost de 80 milions de pessetes per a l'any 98. Aquest capital l'aporten en la seva majoria les tres diputacions, mentre que els consells comarcals i els ajuntaments en fan una aportació menor. El Consell d'Administració d'aquesta empresa serà encapçalat pel President del Consorci, Josep Pont i en serà el Director General en Xavier Fornells.

Intracatalònia s'estructurarà en quatre departaments: Àrea administrativa, Àrea de producció, Àrea comercial i Àrea d'estudis. Pel que fa a l'àrea de producció, s'està treballant en la creació d'una agència de notícies de caire local i comarcal que tindrà la seva seu central a Girona. Aquesta agència, que transmetrà en un primer pas informació escrita i so, serà de pagament i servirà la seva informació via Internet. Paral·lelament a l'agència, es crea el cap de premsa electrònic com a servei gratuït i que en aquests moments està en funcionament a la demarcació de Girona (veure més informació a la secció Webs). A més, l'àrea de producció, servirà, amb col·laboració amb productores, programació i serveis per tots els mitjans locals tant de premsa escrita, ràdio, televisió i multimèdia. Pel que fa a l'àrea comercial, es preveu una central de compres i una de publicitat, a banda

de donar assessorament tècnic als mitjans. I finalment, l'àrea d'estudis que realitzarà els seus estudis a través

de convenis amb universitats catalanes i altres institucions. ■



## SERVEI DE TELECOMUNICACIONS



Instal·lació, reparació i manteniment  
Torres, sistemes radiants i enllaços

Tel. 93 373 88 72  
Major, 76

Fax: 93 477 10 42  
08970 SANT JOAN DESPÍ



## Les jornades de Comunicació de Reus porten a debat el futur del periodista

MARIÀ ARBONÈS. REUS

La ciutat de Reus va acollir les Segones Jornades de Comunicació del 25 al 28 de novembre. Organitzades un any més per Punt 6 Ràdio, el lema d'aquesta edició fou *El periodista davant el nou mil·lenni*, tema que fou debatut per professionals i entesos provinents de diferents àmbits.

Les jornades les va inaugurar el periodista de Punt 6 Ràdio i escriptor local Xavier Joanpere, que va fer referència a la dificultat que té i tindrà el periodista a l'hora de mantindre la seva independència tot i els avenços tecnològics que li faciliten la feina. El mateix dia 25 el director de Radio 3-Radio Nacional de España, Francisco Pérez Brian, va defensar la ràdio pública com una alternativa en el futur panorama radiofònic estatal. Pel que fa a la continuïtat de Radio 3, Pérez Brian va assenyalar que era necessari tenir un canal musical en funcionament que no estigués condicionat pel mercat musical.

L'endemà dijous, el conferenciant va ser Luís Reales, un dels responsables de La Vanguardia Digital i membre del Grup de Periodistes Digitals de Catalunya. Reales va pronosticar que Catalunya necessita millorar en l'ensenyament de les noves tecnologies i, especialment, d'Internet. Un altre dels reptes que creu que han d'obtindre els internautes catalans ha de ser garantir la presència del català a la xarxa. També va apuntar que Internet no havia de caure en la institucionalització del mitjà.

El divendres 27 va ser el torn del sotsdirector de l'edició d'El País de Barcelona, Tomàs Delclós, que va centrar la seva xerrada en la relació del món cultural i la televisió. El periodista creu que

la televisió no és la responsable de perdre conversa familiar perquè el mitjà televisiu acostuma a donar molt de què parlar. En la seva intervenció, Delclós va mostrar diferents models televisius propis que no han estat mimètics de models americans. En aquest sentit i pel que fa a la televisió pública catalana, el conferenciant va afirmar que aquesta ha fugit d'adquirir serials i programes d'espectacles de la televisió privada espanyola perquè ja els representen a Catalunya.

L'últim dia el periodista de Ràdio Habana Cuba, Manuel Somoza, va fer una ponència sobre la realitat periodística cubana que està molt lligada als objectius de la revolució del país. En materia radiofònica, Radio Habana representa bàsicament els serveis exteriors adreçats a Europa, Amèrica i Àfrica. Les altres emissores cubanes, en tots els seus àmbits -musicals, informatives, etc- són de caràcter nacional. També se'n troben d'àmbit local, on cada població compta amb la seva ràdio comunitària, coordinada per la pròpia gent.

Després de la intervenció de Somoza es va fer un debat sobre les fórmules existents de ràdio musical a Catalunya on es van exposar i debatre els models de ràdio comercial, pública, cultural i municipal.

El Director General de Ràdio i Televisió de la Generalitat de Catalunya, Jordi Alvinà, es va encarregar de cloure les jornades. En el seu discurs va recordar que a Catalunya s'ha millorat en moltes coses des de la creació de Punt 6 Ràdio el 1982. Existeixen uns mitjans propis, tant de la Corporació Catalana com de les emissores locals de ràdio i televisió. S'ha avançat en la implantació del cable i en les noves tecnologies, i el més important: Catalunya pot dir que té un model propi de comunicació que encara s'ha d'acabar d'explotar.

Més de 200 persones interessades en la comunicació van passar per aquestes jornades que, a partir d'ara, volen ser un punt de referència tant a les comarques tarragonines com a Catalunya. ■



**DELTA Pro**  
Audio · Video · Cinema · Informàtica

DISTRIBUÏDORS DE TOT TIPUS DE  
SUPORTS MAGNÈTICS I DIGITALS  
EN LES MILLORS  
MARQUES PER A SO, ÀUDIO I  
VÍDEO PROFESSIONAL

**ENTREGUES EN 24 HORES**

Cardener, 53 Locals 1 i 2 - 08024 Barcelona  
Tels. i Fax: 908 26 60 36  
93 210 58 85  
93 210 57 91  
E-mail: [deltapro@nexus.es](mailto:deltapro@nexus.es)

## VISIÓ 3

Parlem amb Manel Ramon, promotor de Visió 3-Terres de l'Ebre  
 "L'ideal de TV local és parlar de què passa a Nicaragua i al poble del costat"

Manel Ramon fa disset anys que està en el món de la comunicació. Aquest temps li ha servit per conèixer amics amb els quals ha portat a la pràctica diferents idees. Mai ha fet res sol, sempre amb companyia d'altra gent del sector. Ara ha emprès una nova aventura: Visió 3-TV Terres de l'Ebre. I per continuar amb la seva trajectòria, ho ha fet de la mà d'altres professionals de la comunicació tan de premsa, com de ràdio i televisió. Tots ells han creat Terres de l'Ebre-Grup Audiovisual, la primera experiència multimèdia a nivell local i comarcal.

### - Visió3-TV Terres de l'Ebre emet ja regularment?

-El dia 23 de novembre vam fer la nostra primera emissió oficial després d'un període de proves.

### - Quina és la programació actual de Visió 3-TV Terres de l'Ebre?

-La nostra programació aposta més per la qualitat que per la quantitat. Fem un informatiu d'aproximadament 60 minuts que es va repetint al llarg del dia. És un informatiu que agrupa diferents blocs: les notícies d'actualitat, els esports, l'entrevista, l'enquesta, el recull de premsa, l'opinió, la cultura, el temps, la sort, etc.

### - Només ofereu informació?

-En principi fem l'informatiu i a partir de gener començarem a incloure nous programes. Estem treballant en diferents projectes, d'una banda un programa divulgatiu que ens permetrà conèixer en profunditat un personatge destacat en el camp de la política, de la cultura, de la societat, de l'esport, etc. Treballem també en un magazine de dues hores.

### - Hi ha expectació?

-Sí, n'hi ha molta. La gent ens pregunta què farem, quan emetrem més hores... Encara no tenim tot el material per servir la qualitat que volem; no farem un programa sino és de qualitat i per això els demanem una mica de paciència. El projecte Visió3-TV Terres de l'Ebre vol encetar amb una programació que desmitifiqui allò de televisió local igual a televisió de baixa qualitat. No volem que quan algú canviï de canal, digui: "Mira els de poble". Volem que quan algú canviï el canal, vegi una televisió normal i que la identifiqui per la nostra "mosca" o per la nostra forma de parlar i no per la qualitat.

### - Heu invertit molt en infraestructura?

-Sí, molt. S'ha d'invertir en nous estudis, en aparells tècnics, en ordinadors... La



Francesc Tubau/Joana Vallès

### - Com es va posar en marxa Visió 3-TV Terres de l'Ebre?

-La idea va sorgir del Setmanari l'Ebre i Visió 3-TV Delta. Vam decidir unir-nos per fer una televisió professional a les terres de l'Ebre. Aquesta televisió vol incidir en tota la informació de les nostres terres i neix com a nucli aglutinador del territori.

### - Qui forma aquesta nova televisió sou, doncs, El Setmanari l'Ebre i Visió 3?

-Sí. Les dues empreses s'han fos en una que es diu Terres de l'Ebre-Grup Audiovisual. Som set socis, tots ells professionals de la comunicació, de la publicitat, de la premsa, de la ràdio, de la televisió i de la imatge.

### - Visió3-TV Terres de l'Ebre és oberta a nous socis?

-De moment no ho hem pensat. Els socis actuals venim de diferents camps i estem molt il·lusionats en el projecte. A més, ara per ara, a les terres de l'Ebre no hi ha massa professionals per poder incorporar-s'hi.



# Tal com som

inversió és un dels motius pels quals hem trigat a emetre regularment; hem buscat tot allò que donés qualitat suficient.

**- Una televisió local, ha de ser només informativa o creu que també hi cap la ficció i l'entreteniment?**

-La informació és on ha d'incidir més una televisió local, però evidentment, també es basteix de formació i entreteniment. Per a més endavant tenim pensat fer programes infantils, divulgatius, etc. De fet, si mires l'entreteniment en forma de grans concursos o grans pel·lícules, nosaltres no els podem fer mai i tampoc és el nostre plantejament.

**- Creu que té futur la TV local privada?**

-La televisió local privada és l'única que té futur si parlem d'un model de televisions

alternatives. Com que darrera d'aquestes televisions hi ha capital privat, l'objectiu és millorar sempre. A excepció de municipis grans, on poden despendre una quantitat important de diners, la televisió local pública és molt difícil que funcioni perquè val molts diners. La televisió local pública només té futur si els ajuntaments estan disposats a tenir un pressupost de 40 o 50 milions per mantenir-la i per invertir de forma continuada. No sé si hi ha municipis que ho podran fer, per això crec que la televisió local privada és l'única alternativa a les televisions d'àmbit estatal o general.

**- Plantegeu la televisió local com una televisió alternativa o com una televisió complementària?**

-Les dues paraules són bones perquè les dues són aplicables. D'una banda, és

alternativa perquè és una programació diferent, i al mateix temps és complementària gràcies a les notícies de caire local que oferim. L'ideal és poder parlar del què està passant a Nicaragua i, alhora, d'una informació del poble del costat. Actualment nosaltres això no ho fem. Ens dediquem única i exclusivament a la informació de tipus local i comarcal.


**- D'aquí 10 anys, com us agradaria veure Visió3-TV Terres de l'Ebre?**

-En el lloc que creiem que hauria de ser. El que estem fent ara és millorar tecnològicament, i la nostra aspiració tampoc és fer una grandíssima televisió. D'aquí 10 anys m'agradaria que Visió3-TV fos el punt de referència informatiu dels habitants de les terres de l'Ebre. Que fos un mitjà consolidat. ■

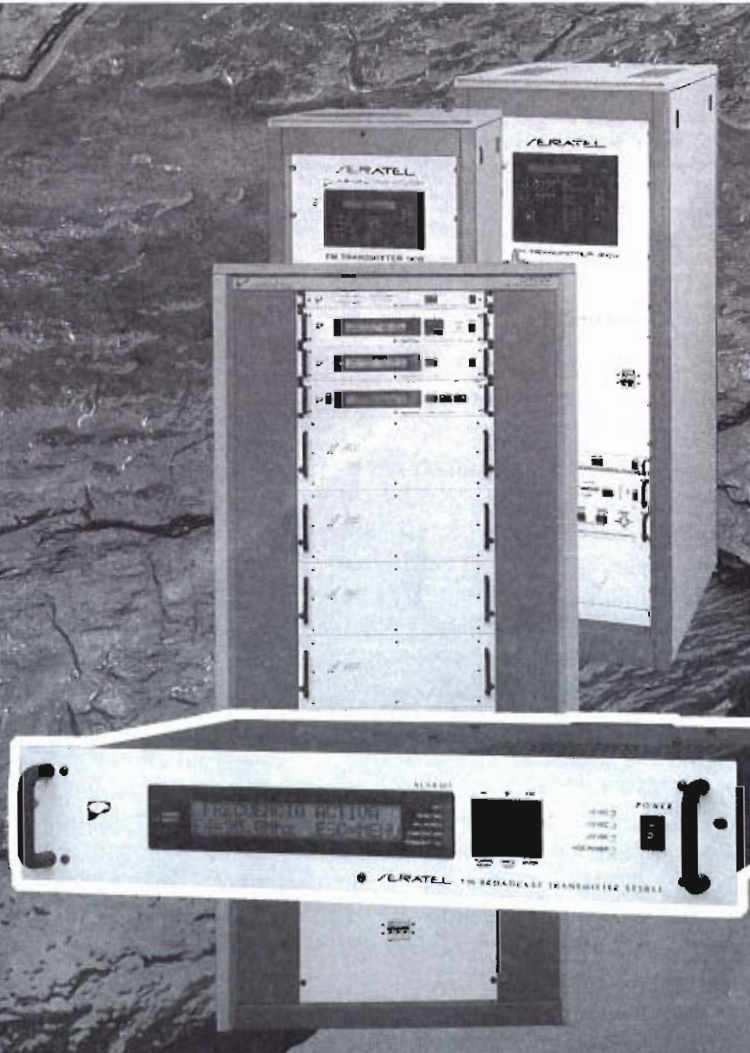
NOVETAT

**EL MILLOR EXCITADOR DE FM AL MILLOR PREU  
EL MEJOR EXCITADOR DE FM AL MEJOR PRECIO**

- ✓ Control per Microprocessador. Circuits de Foldback, AGC i mesuradors en pantalla LCD.
- Control por Microprocesador. Circuitos de Foldback, AGC y medidores en pantalla LCD.
- ✓ Potència de sortida 50W Regulables.
- Potencia de salida 50W Regulables.
- ✓ Relació S/R> - 88dB i Distorsió Armònica <0,02%.
- Relación S/R> - 88dB y Distorsión Armónica <0,02%.
- ✓ Ajustament ràpid de freqüència al panell frontal amb clau d'accés.
- Ajuste rápido de frecuencia en panel frontal con clave de acceso.
- ✓ Dissenyat especialment per a sistemes N+1. Fins a 10 freqüències en memòria amb accés directe (opcional).
- Especialmente diseñado para sistemas N+1. Hasta 10 frecuencias en memoria con acceso directo (opcional).
- ✓ Garantia: Tres anys.
- Garantía: Tres años.



**JOSE LUIS DE LA ROSA**  
 Director comercial - *Director comercial*  
 Parque Empresarial San Fernando - Edificio Atenas -  
 Planta Baja - Escalera A - Avda. de Castilla, 2 - 28830  
 San Fernando de Henares - Madrid  
 Tel.: +34-91-656-7565 Fax: +34-91-656-6807  
<http://www.seratel.com>  
[delarosa@seratel.com](mailto:delarosa@seratel.com)  
[romero@seratel.com](mailto:romero@seratel.com)





# Àrea tècnica

## i. LINK, el nou interface digital per a senyals d'àudio, vídeo i dades

SONY presenta arreu de l'estat el nou interface digital per a senyals d'àudio, vídeo i dades anomenat **i.LINK**. Aquest Road Show porta el nom d'**i.Tour** i es va iniciar el passat 30 d'octubre a la Farga de L'Hospitalet de Llobregat.

SONY té com a filosofia de treball el desenvolupament i fabricació de productes i tecnologies integrades a l'entorn audiovisual d'una forma oberta i

versàtil.

Dintre del sector industrial i corporatiu, l'interface digital estàndard per dur a terme aplicacions de producció audiovisual és l'**i.Link**. SONY va començar la seva marxa en el nou entorn tecnològic presentant una generació d'equips en format DVCAM i sistemes de postproducció que ja incorporen l'**i.Link**, a més de tots els interfaces analògics convencionals.

D'aquest mode qualsevol producte es pot integrar de forma fàcil a les instal·lacions existents. Així mateix, SONY ha presentat en l'última fira IBC d'Amsterdam tot un ventall de transcodificadors d'última generació que permet enllaços



digitals directes a l'entorn MPEG-2 sense gairebé cap pèrdua. El MPEG-2 és l'estàndard obert per a transmissió de senyals en el món Broadcast.

Tots els equips DVCAM exposats en l'**i.tour** estan preparats per treballar a la xarxa gràcies a la connexió **i.Link**. Com a novetats més destacables podem esmentar el nou sistema d'edició no lineal ES-3, el camcorder DSR-PD100P i el vídeo walkman DSR-V10P. ■



## i.LINK

### Què és i.Link?

**i.Link** és un interface digital sèrie de gran velocitat que permet la transmissió de dades i senyals d'àudio i vídeo amb un sol cable. Això fa que sigui l'enllaç ideal entre equips AV i ordinadors.

En el mercat existeixen altres productes **i-Link**, però SONY és el primer fabricant que ofereix una gamma completa de sistemes **i.Link** professionals, com les càmeres de petit format "Walkman" DVCAM, els editors de camp VTRs, les estacions d'edició no lineal i el nou PC laptop de Sony: VAIO.

### Com va començar i.Link?

El desembre de 1995 l'Institut d'Enginyers d'Electricitat i Electrònica (IEEE) va aprovar les especificacions tècniques d'un bus sèrie digital d'alt rendiment, amb el nom d'IEEE1394. A partir d'aquí una sèrie de companyies, entre les quals hi ha SONY, van incorporar aquest interface en els productes AV digitals i en els elements relacionats amb la informàtica. El consell d'equips



digitals audiovisuals (DAVIC) també va adoptar l'interface IEEE1394 com el port de dades per a "set-top box" domèstics (decodificadors de TV digital). Altres organismes com radiodifusió de vídeo digital (DVB) i l'Associació d'Indústries Electròniques (EIA) han adoptat aquest sistema com l'interface ideal per a receptors broadcast.

### Descripció genèrica de l'interface 1394.

L'interface 1394 és la base del **i.Link**. Permet connexions amb un total de 64

nodes en cascada per a ordinadors i perifèrics (discos durs, impressores, CD-Rom, etc.) i en forma terminal (Càmeres, magnetoscòpis, etc). Un dels nodes està especialment configurat per a la connexió física de 63 perifèrics. Aquesta característica fa que superi la connexió SCSI, i en moltes aplicacions pot arribar a substituir-lo.

Fins ara per connectar digitalment un magnetoscopi a un PC o sistema d'edició no lineal calia utilitzar un cable de remot RS232 o 422 de connexió **asíncrona**, conjuntament amb un cable SDI, DSDI o SDDI de connexió sèrie **isosíncrona**. Amb l'**i.Link** les connexions es fan amb un únic cable adaptat estàndard tant en el sector informàtic, com en l'audiovisual.

### Un estàndard totalment obert.

Actualment **i.Link** és el logotip que permet els fabricants d'equips informàtics i AV indicar als usuaris quins equips tenen un interface **i.Link**.



## L'aposta tecnològica dels mitjans de comunicació

### El canal francès Demain! tria DVCAM

El canal d'interès especial Demain!, de Canal Satellite, ha optat per utilitzar exclusivament equips DVCAM amb format digital de SONY. Subsidiari de Canal+, el canal Demain! es dedica a la creació d'activitats, descobriment d'iniciatives locals especialment a França i resta d'Europa, i a l'absorció de companyies. Demain! fou creat fa un any i disposa de seixanta persones en plantilla. Emet els seus programes tots els dies laborables al Canal Satellite francès. El canal ha triat els VTR i camcorders que utilitzin un format digital DVCAM de SONY. «El sistema DVCAM és una excel·lent solució per als *petits canals*», explica Arnaud Leroy, director tècnic adjunt de Demain! en companyia de Benjamin Ghez. DVCAM proporciona una bona solució respecte als imperatius de tipus econòmic i, alhora, manté les expectatives en quant a qualitat general i processament d'imatge per a un canal que -i és molt important remarcar-ho- produeix tots els seus programes.



### Nou gravador de CD's MARANTZ CDR630

El nou MARANTZ CDR630 permet que una tecnologia reservada a grans estudis estigui a l'abast de tothom. El MARANTZ CDR630 cobreix la possibilitat de reproduir els CD convencionals, els CD-R i els CD-RW; així com gravar a CD-R i CD-RW, tant en format d'àudio com de dades digitals, com si es tractés d'un CD-ROM. El MARANTZ CDR630 permet entregar masters o maquetes en un format professional de gran qualitat i en el sistema més estès en tots els àmbits. També poden realitzar-se CD's amb els Jingles, Sintones, etc. de les emissores.

ASPA distribueix el MARANTZ CDR630.

### Ràdio Calella es digitalitza

Aprofitant la inauguració de les seves noves dependències, l'emissora municipal de Calella (107.9 FM) ha informatitzat els seus estudis, arxiu i redacció amb el sistema digital SPAI.

Alguns dels avantatges que ofereix aquest sistema, instal·lat per Cidec Multimèdia, S.L, es basen en una espectacular millora de la qualitat en producció, un accés immediat a la discoteca, la possibilitat d'emissió en automàtic les 24 hores del dia i l'automatització total en la gestió de publicitat.

### Cerdanyola Ràdio integra el sistema Spai

Durant els mesos de setembre i octubre l'emissora municipal de Cerdanyola del Vallès ha implantat el sistema digital d'àudio SPAI. Aquest sistema permet realitzar l'emissió en directe i automatitzada, gravar i editar qualsevol fitxer d'àudio, i optimitzar la gestió de publicitat. Al mateix temps, disposa d'un *Jukebox* professional amb capacitat per a 300 CD's. El *Jukebox* és governat per un dels ordinadors, el qual permet reproduir temes musicals, alternant-los amb «jingles» i falques emmagatzades al disc dur. El sistema SPAI té la capacitat de desconnectar automàticament l'emissió programada i connectar-se a una altra emissora en hores predeterminades.

D'altra banda, a partir d'aquest mes de desembre, Cerdanyola Ràdio emetrà en el 88.7 de la FM.



**Q**uan la qualitat es paga al seu preu just...



El mezclador professional *Airmix*, incorpora prestacions avançades, algunes d'elles exclusives, que el converteixen en un dels equips, en el seu gènere, més complets del mercat.

Ja no són necessàries costoses inversions per adquirir un mezclador d'altres prestacions.

Vúmetres de precisió



Components d'alta qualitat



**D&R**  
mixing consoles

*Airmix*



## PRINCIPALS CARACTERÍSTIQUES

- Fiabilitat, resistència i modularitat total.
- Mòduls d'entrada triple amb o sense equalització: 1 micro, 2 línies.
- 3 sortides estèreo independents amb enviaments desde els mòduls d'entrada.
- 7 sortides més amb els seus control específics de:
  - auriculars tècnic i/o productor.
  - auriculars de locutor i auriculars de convidat.
  - monitoratge d'altaveus de control i pre-escolta "Cue".
  - monitoratge previ a l'emissió de la barreja del programa i pre-escolta, en monitors de control-locutori i auriculars.
- Fins a 48 entrades: 16 micròfons i 32 de línia estèreo.
- 3 entrades més d'exterior, per monitoratge de línies externes i del propi AIRE.
- Entrades per línies telefòniques ilimitades (bus mix-minus incorporat a la taula) connexió de dues línies telefòniques a cada mòdul d'entrada (hibrida incorporada).
- Commutació electrònica de "CANAL ON i PRE-ESCOLTA"
- VCA en faders mòbils. electrònica DBX de baix soroll.
- Tall automàtic de monitors.
- Senyalització ON AIR.
- Micròfon d'ordres.
- Oscilador per l'ajust de màquines de gravació.
- Visor central per documents.

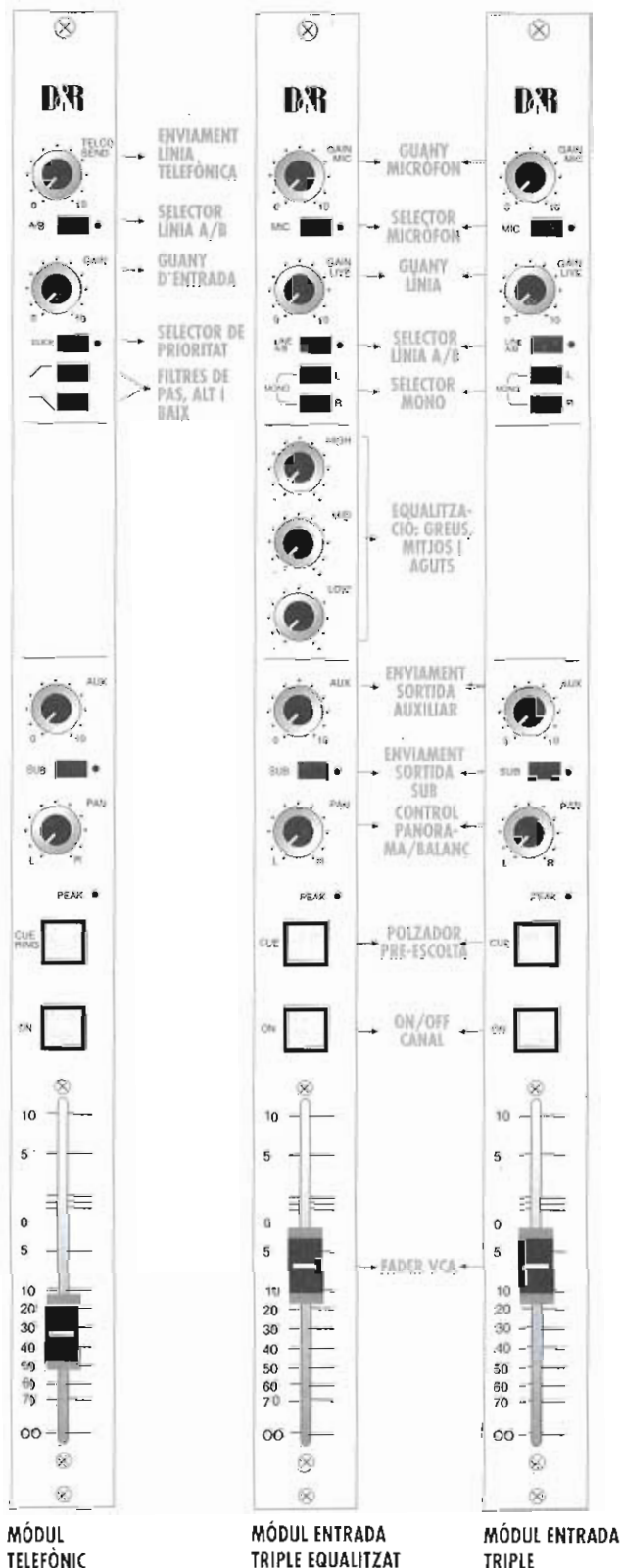
## MÒDULS AIRMIX

### > Mòduls d'entrada

- Mòdul d'entrada triple per un micròfon i dues línies estèreo.
  - Entrada micròfon balancejada / línia A y línia B desbalancejada
- Equalització de tres bandes (graus, mitjos y aguts).
- Possibilitat de previ RIAA a l'entrada de línia A.
- Control de guany independent per l'entrada de micro i línia.
- Enviament auxiliar estèreo per canal programable pre/post fader.
- Enviament sub estèreo de canal per gravació durant l'emissió.
- Faders mòbils controlats per VCA d'alta qualitat amb circuits DBX.
- Punt d'inserció per efectes, compressors, etc.
- Posta en marxa remota de màquines.
- Commutacions electròniques.
- Detector de pics per evitar saturacions en l'entrada del mòdul.
- Panorama/Balanç de la senyal estèreo

### > Mòduls de Telèfon

- Incorpora internament un híbrid telefònic.
- Bus Mix-minus per connexió de diversos mòduls telefònics.
- Ajust independent d'enviaments i retorn a línia telefònic.
- Possibilitat de connexió de dues línies telefòniques per mòdul.
- Commutador duck per optimitzar la qualitat del so.
- Filtres de pas baix i pas alt.
- Faders mòbils controlats per VCA d'alta qualitat amb circuits DBX.
- Total comunicació interna, enviament i retorn al studio a la línia telefònica integrats en el propi mòdul.
- Enviaments independents a cada sortida del meze laudor.



AGUPACION DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE AUDIO, S.L.

c/Trigo 54, 2ª planta, Centro de Empresas, Polígono Industrial Polvoranca, 28914 Leganés (Madrid) ESPAÑA

Tel.: (91) 694 37 11 Fax: (91) 694 24 13 E-mail: comercial@aspa.net http://www.aspa.net

CATALUNYA E BALEARS:

c/ Indústria Ribas 1, 43700, EL VENDRELL, Tel.: 608 57 81 17 Fax: 977 65 37 28 E-mail: olivares@deimo.es

## Infogi: el cap de premsa més internauta

*Un servei públic i  
gratuït de la  
Diputació de Girona*

### REDACCIÓ

El passat 30 d'octubre va entrar en funcionament InfoGi, el primer cap de premsa electrònic d'Europa. L'objectiu d'InfoGi és transmetre i rebre informació de forma fàcil, mitjançant una tecnologia eficaç i de forma més econòmica. Pels promotors d'aquesta iniciativa, "InfoGi és el primer pas per incorporar els mitjans locals i comarcals als circuits habituals de la informació pública".

El cap de premsa electrònic funciona a partir d'Internet, amb el servidor de la Diputació de Girona, i està en servei les 24 hores del dia. Amb aquest sistema es poden enviar convocatòries, notes de premsa i es poden incloure actes a l'agenda. InfoGi és un sistema multimèdia ja que, a més de servir informació, es poden posar fotos, talls de veu i documents word. D'altra banda, a InfoGi no només informació diària sinó que permet accedir a un arxiu i cercar, per paraules, l'informació que es desitja.

Cada institució, entitat o organisme

que vulgui utilitzar InfoGi per tal d'informar de la seva activitat tindrà un codi personal i secret que li permetrà penjar la informació que cregui convenient; d'aquesta manera es garanteix la inviolabilitat de la informació. Amb aquest nou sistema les interminables hores de fax i l'ús de gran quantitat de paper aniran desapareixent dels nostres costums. A més, enviar un comunicat per InfoGi permet adreçar-se simultàniament a un potencial de gent molt ampli, tothom rebrà la mateixa informació en el mateix moment.

D'altra banda, aquest nou sistema permetrà als mitjans de comunicació -i altres persones interessades- rebre la informació de forma més immediata, des de qualsevol ordinador i sense patir per si el fax es perd o no. InfoGi, segons els seus responsables, "és com un tauler d'anuncis on tothom pot veure, en un sol original, el que cal saber". És previst que Infogi passi a ser gestionat pel CLCC i que s'extengui a tot el principat. ■



-SANTOS, Félix; **1898. La premsa y la guerra de Cuba.** Asociación Julián Zugazagoitia, 1998. 162 pàgines.

El periodista Félix Santos realitza un estudi sobre les reaccions de la premsa espanyola arran de l'esclat de la guerra entre Espanya i els Estats Units l'any 1898, que va suposar la pèrdua de Cuba com a colònia espanyola. El llibre de Santos es centra amb el paper que hi jugà en aquell afer el magnat de la premsa nordamericana, William Randolph Hearst, i la seva implicació en els incidents que desembocaren en l'explosió de l'acuirassat Maine.

-PALAU, Josep Maria; **Geografia impertinent: Més enllà de Bòsnia.** Edicions La Magrana, 1998. 200 pàgs.

El redactor de la secció d'Internacional de Catalunya Ràdio, Josep Maria Palau, descriu l'existència d'un autèntic mosaic que descobreix les múltiples cares de la guerra dels Balcans. Arran de l'experiència de diversos viatges a Bòsnia, l'autor fa un retrat de la reraguarda, del que no diuen o ensenyen les notícies.

-RAMÍREZ HEREDIA, Juan de Dios; **¿Periodistas contra el racismo?** Instituto Romanò de Servicios Sociales y Culturales, 1998. 350 pàgines.

L'estudi d'investigació realitzat per Unión Romaní amb la col·laboració de la direcció general d'Ocupació, Relacions Laborals i Assumptes Socials de la Comissió Europea, sota la direcció de Juan de Dios Ramírez Heredia, conclou que a la premsa espanyola actual persisteixen encara molts tics discriminatoris envers el poble gitano. L'extens volum té la seva base d'estudi en el tractament que la premsa de l'estat espanyol va donar a fets relacionats amb el poble gitano durant els anys 1995 i 1996.

-CASADEMONT I COMAS, Emili; **Cristòfor Colom, gironí?** Editora Empordanesa SL, 1998. 54 pàgines.

Text de la conferència que el periodista Emili Casademont va pronunciar sobre el tan debatut tema de l'origen de Cristòfor Colom. El llibre ha estat editat com a suplement del setmanari de Figueres *Hora Nova*, i recull la teoria del naixement del descobridor del Nou Món a les comarques gironines que Salvador Dalí va transmetre a l'autor.

-COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS UNIVERSITARIOS, número 7; **La propiedad intelectual en los medios de comunicación social.** Centro Universitario San Pablo, València, 1998. 234 pàgines.

Vuit especialistes aporten informació i opinions molt actualitzades sobre un tema tabú del periodisme actual: la propietat intel·lectual dels treballs periodístics. El monogràfic d'aquesta revista anual de comunicació ha volgut incidir en la qüestió tot i la dificultat d'afrontar-la a fons. Cal destacar el tractament que rep la problemàtica de les noves tecnologies.



# Producció i comunicació

## "L'objectiu de les productores és produir"

**LLUÍS BERNABÉ**

L'objectiu de les productores és produir. Perdoneu-me que hagi començat aquest article amb una obvietat, però m'ha semblat interessant parlar-ne. Estem vivint uns moments realment complexos en el sector, constantment s'estan fusionant empreses i cada cop més els centres de decisió s'estan concentrant en unes poques societats. Aquestes societats emergents, ja no són empreses que editen diaris, llibres, emeten programes de TV o ràdio, són empreses de comunicació.

Crec que el món de les productores també està evolucionant, i hem de poder donar sortides diferents a les nostres empreses. Per això, hem de deixar de ser productores de vídeo, productores de TV, etc, i hem de ser ni més ni menys productores. Hem d'intentar involucrar diferents agents en els nostres projectes, per tal d'enriquir els productes amb diferents punts de vista, i amb l'objectiu

de rendibilitzar al màxim les inversions.

Crear un producte i donar-li la forma necessària per distribuir-lo en diferents mitjans és un repte, però també una necessitat en aquest món cada cop més competitiu i interrelacionat.

### Les productores han de crear idees

Les productores han de fer, en la mesura de les seves possibilitats, productes multiplataforma i han de ser els vehicles que portin el producte pels diferents distribuïdors, adaptant-los a les diferents necessitats.

El nostre repte, avui, és crear productes que es puguin emetre per TV, que siguin programes de ràdio, que facin possible la venda a les llibreries en forma de llibre o CD, o en forma de fascicle, home vídeo o DVD. És la manera d'amortitzar i fer rendibles les cada vegada més grans inversions, i d'aprofitar i no malmetre les bones idees.

Les productores són empreses que han de crear idees, vendre productes i liderar la gestió del projecte fins aconseguir els últims objectius. ■



Aquesta és la llista de material que podeu adquirir a David González en el número de telèfon 607 87 64 41.

Eela Broadcast mixer	250.000 ptes.
80 watt pll+stereo	150.000 ptes.
250 watt fm transmitter	100.000 ptes.
2 cartutxeres LINK CR-90	40.000 ptes. c/u
2 cartutxeres LINK CR-86	25.000 ptes. c/u
1 cartutxera gravador/reproductor	50.000 ptes.
1 magnetòfon 4 pistes AKAI	25.000 ptes.(per reparar)
Emissora 2 metres SOMMERCAP model TS-800	15.000 ptes.
Taula de so Acoustic Control MX-50	50.000 ptes.(nova, sense estrenar)
50 cartutxos	200 ptes. c/u
Enllaç LINK 800Mhz.	250.000 ptes. c/u
Amplificador FM 500 Wats	250.000 ptes. c/u (per reparar)
Generador Stereo LINK	50.000 ptes.
RDS Innovonics 701	70.000 ptes.

## VÍDEO SAT 400

**Sistema d'Edició no lineal a baix preu**  
"Sense limitacions per als 2Gb"

Té grans prestacions, accelerador de renders i no duplica els fitxers (només renderitza els efectes) Treballa amb Windows 98 o NT. Permet treballar simultàniament amb més d'un disc dur. Qualitat industrial, compressió des de 2,5:1 fins a 100:1. Entrada a Y/C i vídeo compost, ampliable a DV Fire Wire 1394.

El sistema està configurat sobre Pentium II a 400 Mhz amb 9 Gb de HD per A/V, i 4,3 Gb de sistema, 256 Mb de RAM, monitor de 17", CD 32x i controlador de magnetoscopi. Sistema operatiu Windows 98, NT opcional. Adobe Premiere 5.0, Photoshop 3.0 LE, Asymetrix 3D/FX, Cristal Fly Fonts i plugins opcionals.

**Preu 775.000 Ptes.**

\*1 any de garantia I.V.A. no inclòs

\*El preu esmentat inclou:

-Curs de formació

-Assessorament tècnic per telèfon o E-mail

i manteniment durant 1 any a les nostres

dependències

## Sat Vídeo

s.c.c.l.

Distribuïdor **FOXEN** sistemes informàtics

Servei tècnic A/V professional,

**Panasonic**

Broadcast i C.C.T.V.

Instal·lacions i assessorament tècnic

Plaça Guinardó, 12

08041 BCN

Tel/Fax. 93 347 26 75

E-mail:sat-video@mx3.redestb.es

## La ràdio i les telecomunicacions

**XAVIER MONTERO**  
**DIRECTOR GERENT DE**  
**DIGITAL SOUND ITEMS**

Des de sempre, les quatre grans branques de la telecomunicació han estat la telefonia, la ràdio, la TV i els ràdars. De totes formes, encara que cadascuna sigui independent, sempre han estat inseparables. Quan truquem a Madrid, ho fem, segurament sense saber-ho, per via satèl·lit, que no deixa de ser una transmissió via ràdio. I quan a la televisió fan una entrevista on no hi ha càmeres, solen posar una foto fixa i emeten amb so telefònic.

Totes les tecnologies han anat sempre unides. Derivada de la comunicació terrestre, les xarxes d'ordinadors han ocupat una fracció important en el temps i volum de l'estudi de les telecomunicacions en els últims anys.

Ara, en el món de la ràdio, novament requerim vies de comunicació alternatives. Si fins ara l'oïent havia de trucar (agafant línia si n'hi havia) o enviar una carta, ara pot enviar e-mails i assegurar que, si més no, el seu missatge arribi (independentment del cas que se li faci després).

Semblava que la comunicació via Internet era cara, o difícil. Res més lluny de la realitat. Hi ha proveïdors que ofereixen connexions anyals per 10000 ptes. (poc menys de 60 euros), és a dir que per menys de 1000 ptes. al mes podem estar connectats a la xarxa de les xarxes. Només ens cal un ordinador 386 o superior que disposi d'un sistema operatiu de xarxes (linux a partir de 386 i Windows 95 a partir de 486).

Moltes ràdios i televisions no veuen la necessitat de comunicar-se a través d'Internet. Aquí us exposo uns quants motius per anar-hi pensant:

1. Podem pensar en una entitat que reculli la informació de les discogràfiques, concerts, ajuntaments, etc. És a dir, una mini-agència d'informació que l'agrupi, ordeni i classifiqui. A través del correu electrònic podem rebre la informació molt més digerida.

2. Podem pensar a traspassar sons i falques entre ràdios. Suposem que ràdio A necessita uns efectes sonors que no té. Ràdio B se n'assabenta a través d'e-mail i li envia un fitxer de so que conté els efectes necessaris. Podem fer el mateix amb publicitat que ve d'agència i cal que es radiï a vàries ràdios.

en noves tecnologies. Pot haver-ne de caire informatiu, lúdic, teatral, de cinema, esportiu, etc.

4. Podem conèixer informació d'esdeveniments importants sense "espitar" els grans mitjans. Per exemple, en les eleccions municipals que s'apropen, podríem conèixer la tendència del nostre municipi, els resultats, etc. Ens pot ajudar a comunicar-nos directament i no esperar que els grans mitjans "filtrin" determinades informacions. Això pot permetre que, a les municipals, ens avancem respecte els "grans" i donem un valor afegit a la nostra informació.

5. Podem obtenir la música de promoció a través de la xarxa; així, ràdios que estiguin lluny de les discogràfiques (geogràficament parlant), poden començar a radiar música actual sense que passi allò típic que quan arriba per correu, el disc ja forma part de la història de la música.

6. Podem, inclús, facilitar la distribució de cultura catalana que no té sortida comercial, intercanviant maquetes musicals de diferents grups de Catalunya, entrevistes senceres, prosa i poesia que no han arribat a editorials, i moltes altres coses que moltes vegades no arriben més enllà de l'emissora de poble on han nascut.

En definitiva, com a opinió personal, crec que és necessari que cada ràdio municipal faci veure als regidors de cultura dels seus ajuntaments que la tecnologia, ben usada, aporta més nivell cultural a Catalunya. La inversió necessària per a la quota de connexió a Internet és inferior al preu d'uns auriculars. Crec que cadascuna de les ràdios pot sol·licitar al seu ajuntament aquesta partida per als pròxims pressupostos (gener) i començar un nou any una mica més interconnectats. ■

3. Podem intercanviar opinions en diferents fòrums de debat. Per exemple, pot haver un fòrum de normalització lingüística amb l'objectiu de resoldre dubtes. Pot haver un altre fòrum d'experiències tècniques per aprofundir

**IL·LUMINACIÓ TEATRE, TELEVISIÓ**  
**EQUIPAMENTS ESCÈNICS**

**ADB**  
 A Siemens Company



c/Berruguete, 66 Tel. 93.274.90.17 - Fax 93.274.91.97  
 08035 Barcelona

<http://www.spai.net>  
 e-mail: [spai@arakis.es](mailto:spai@arakis.es)



## "La ràdio local és molt important per a la promoció discogràfica"

Entrevista a Josep Lluís Broc, Director de marketing de HORUS

### JOSÉ LUIS BENEJAM. EUROTOP RÀDIO

Josep Lluís Broc porta treballant, vocacionalment, 23 anys en el món discogràfic. Començà professionalment en el departament de vendes de la CBS Barcelona. Un any més tard, passà a pertànyer a l'equip de divisió EPIC de la mateixa companyia, amb un parèntesi d'un any treballant a EMI. A l'EPIC hi restà quatre anys, i fins fa un any fou responsable de l'àrea mediterrània (Catalunya, València i Balears) per a la CBS i EMI.

Finalment abandonà la multinacional SONY MUSIC (COLUMBIA-abans CBS- i EPIC) per posar-se al front del seu actual càrrec professional: director de marketing de la companyia catalana independent HORUS.

Josep Lluís recorda amb nostàlgia com es desenvolupava la seva feina, dins el món radiofònic, quan va iniciar la seva carrera. *"Treballàvem d'una manera molt diferent a l'actual. No existien les radiofórmules tal i com les entenem ara, i la feina de promoció es feia directament amb les grans estrelles de cada emissora. Només amb un sol programa et podia comportar un èxit total; havies d'aconseguir que qualsevol dels bons locutors d'aleshores et punxes el disc. La satisfacció, però, era molt més gran perquè obtenies un resultat immediat a la teva gestió."*

### -Què és el que més el va seduir del projecte de futur d'HORUS?

-Mai he volgut sortir de Catalunya, Balears, València. He rebut ofertes per anar a Madrid, però sempre les he refusat. Tanmateix, estic molt agraït a SONY MUSIC pels molts anys treballats, però el fet de treballar en el món discogràfic significa que m'agrada molt la música i necessito sentir-me útil. Puc oferir molt més de mi del que es actualment necessari dins la delegació d'una multinacional. D'altra banda, he tingut la sort d'haver treballat amb molts bons companys i d'haver conviscut uns anys meravellosos, tant a nivell personal com professional. HORUS m'ha tornat la il·lusió per realitzar un gran èxit. Puc participar



en tot el procés, des del moment que arriba la maqueta fins a la decisió d'editar un disc. Modelem l'artista, i això ja no es pot fer dins una multinacional, on les estructures fixades no permeten ser present dins totes les passes que calen per editar un bon treball. El que em sedueix més d'HORUS és la seva dedicació total als productes estatals, els que més m'agraden. És estimulante veure els projectes de futur de la companyia; projectes innovadors i oberts a tot tipus de gèneres musicals.

### ✓ ELS OBJECTIUS DE L'EMPRESA

#### -Així, HORUS té com a objectiu ser la companyia principal a nivell de producte estatal?

-Sí, però ens durà força temps ser-ho. Fer un producte nou a nivell nacional és molt difícil. La nostra idea, però, és crear artistes dins el mercat estatal. HORUS sempre ha realitzat grans èxits; l'equip de promoció anterior ho va fer molt bé. Actualment, tenim molt bons artistes. *Los mojinos escozios*, agradi o no, han venut més de 125.000 còpies i disposem del millor cantant de balades del moment, *Mikel Herzog*. Tenim molta fe en gent que comença com poden ser *Marta Méndez*, *CRANC*, *Maita Vende Cá* o *La viuda negra*. Aquesta bona tasca de promoció no seria possible sense l'equip de bons professionals que tenim, amb

Juan García com a cap, l'Isabel, el José Luis, en Nacho, i l'Antonio Luna, a Madrid.

#### La ràdio és el suport fonamental per a una bona promoció discogràfica. Quin paper juguen en aquest sentit les ràdios locals?

-La ràdio és la base on es construeix la carrera d'un artista. Encara que la televisió pugui fer publicitat d'un nou disc, si no s'ha escoltat prèviament un temps suficient a la ràdio, aquest disc no es vendrà. En aquest sentit, les ràdios locals són molt més importants del que la indústria discogràfica ha pogut arribar a pensar. El professional d'una ràdio local disposa de mitjans tècnics més limitats i cobra molt menys, però transmet molt més amor al disc nou que "punxa". Diguem-ne que el ven molt millor que un professional d'una ràdio comercial. Hi ha artistes que no tenen cabuda dins les grans cadenes i la seva promoció són les emissores independents i municipals. L'audiència d'aquestes emissores no és significativa a nivell individual, però sí que ho és a nivell global. No és qüestió d'enganyar-se; el més important per a un promotor és que un disc soni a les grans cadenes. Tanmateix també ha de sonar a les ràdios locals perquè és un altre tipus de promoció que el pot ajudar molt. La ràdio local és molt important per a la promoció discogràfica.

#### -Creu que la ràdio local tindrà un paper més important que l'actual?

-Sí. Les petites emissores ofereixen més companyia, tracten temes més propers a la gent i, cada dia que passa, això importa més a l'oient. Per a productes com els nostres, no valorem tant la quantitat d'oïdors sinó la qualitat d'aquests. Aquest raonament, cada dia més estés, afavoreix els interessos de la ràdio local.

L'art sempre serà present a la música tot i que es vulgui reduir a un negoci discogràfic. El més important per a la indústria discogràfica és una bona cançó. El talent haurà d'anar sempre de la mà del negoci discogràfic. I això és el que nosaltres venem. A més a més, l'últim a decidir és el públic. ■





## DSR-300P. El Camcorder con el que quedará bien en cualquier situación.

El nuevo DSR-300P es el único camcorder que puede utilizar en todas las ocasiones. Porque cubre el abanico más amplio de posibilidades: desde el reportaje social hasta el periodismo electrónico, desde los reportajes informativos (ENG), hasta los documentales. Con un DSR-300P podrá cubrirlo todo.

Y usted sólo. Porque es tan portátil (sólo pesa 5,7 kg. con objetivo y batería) que resulta ideal para que lo utilice una sola persona.

Por supuesto, está lleno de ese tipo de cosas que nos hacen la vida un poco más fácil, como los menús de control accionados mediante jog dial y el Clip-Link para marcar los puntos inicial y final de cada toma. Y también nos hacen la vida más cómoda, como la exclusiva hombrera ergonómica Dyna-Fit, o las baterías de iones de litio, con las que conseguirá más autonomía que con cualquier otro camcorder.

Como es lógico siendo un camcorder Sony, la calidad de imagen es realmente sensacional. Las características específicas como TruEye y Dynalatitude se combinan con un captador CCD Power HAD IT de media pulgada, para obtener un nivel de smear reducido y una sensibilidad excepcional. Resumiendo: imágenes tan claras como usted necesite.

El nuevo DSR-300P de Sony. Sea cual sea su trabajo, lo tendrá todo.

Antes de adquirir un equipo con formato DV, solicitenos un ejemplar GRATUITO de nuestro manual "20 Preguntas". Verá cómo encuentra una solución DVCAM a su medida.

**SONY**

**DVCAM**

Envíenos ya sus datos por: **tel. 902 41 51 61 fax 93 402 67 33**  
**e-mail: bpe.esp@ccmail.eu.sony.co.jp**

Sony, DVCAM, TruEye, Dynalatitude, Power HAD, ClipLink y DynaFit son marcas registradas de Sony Corporation, Japón

