



XARXA.COM

LA REVISTA DE LA
COMUNICACIÓ LOCAL

Núm. 14 | febrer 2011 | 3€

L'XTVL incrementa les coproduccions amb les televisions (p. 16)

La xarxa de COMRàdio reivindica la comunicació local (p. 20)

Nova imatge de grup que reforça les identitats individuals (p. 21)



Professionalitat

La ràdio i televisió local davant del repte de seguir les eleccions municipals (p. 06)

Pilar Moreno, Henrique Sanfiz, Manuel Chaparro i Marisa Goñi: "Com a mitjans públics, tenim el deure de fer un esforç extra al seguiment de la campanya electoral" (p. 12)

COM Ràdio Xarxa Local

LES EMISSORES DE RÀDIO MUNICIPAL QUE CONFORMEM LA XARXA COMRÀDIO MANIFESTEM QUE:

- La comunicació de proximitat ens fa singulars, úniques i diferents.
- Generem la informació més propera i contrastada avalada pel coneixement del nostre entorn i de la nostra realitat.
- Fomentem la participació ciutadana, perquè impulem i dinamitzem la pluralitat social, política, econòmica i cultural, perquè formem part del teixit social i de la realitat del municipi.
- Actuem en situacions d'emergència, perquè la nostra difusió s'adequa amb agilitat a la realitat del territori.
- Defensem la nostra llengua i la nostra cultura, impulsant-ne les realitats i singularitats locals.
- Treballem per a la integració, perquè donem a conèixer la nostra realitat plural, vingui d'on vingui.
- Innovem, perquè experimentem amb nous formats i noves tecnologies aplicades a la creació de nous continguts.

PER TOT AIXÒ:

- Reivindiquem el paper de la ràdio municipal com un servei públic de qualitat, on la comunicació de proximitat és important i necessària per garantir el dret a la informació, fomentar la participació ciutadana, afavorir la pluralitat democràtica, defensar la llengua i la cultura catalanes i la integració dels nouvinguts.
- Apostem perquè les ràdios locals tinguin els professionals suficients i estiguin dotades de recursos econòmics i tècnics necessaris per desenvolupar la seva tasca amb la màxima qualitat.
- Demanem el reconeixement a la realitat d'un model, amb una trajectòria de més de tres dècades i amb una capacitat demostrada en l'adaptació de formats i de noves tecnologies.
- Ens refermem en la professionalitat com a garantia de bon servei i en la funció de formació de nous periodistes.
- Avui la comunicació local continua sent una realitat viva: conèixer, informar i opinar sobre el que ens és més proper.
- No hi ha futur sense comunicació, i no hi haurà comunicació sense proximitat. Reivindiquem el nostre paper social i exercim el nostre lideratge.

Barcelona, 24 de gener de 2011

**150 emissores
al servei de la ciutadania**



Consell Editorial: Xavier Casinos, Miquel Bonastre, Marc Melillas, Francesc Triola, Dídac Boza, Fèlix Ortega, Jordi Oliveres, Òscar Ramos, Pere Sanz, Vicky Gómez, Núria de José, Mabel Moreno i Gabriel Barragán. **Director:** Jordi Oliveres. **Col·laboradors:** Dolors Comas, Enric Sopena i Joan Catà. **Redacció:** M^cCarmen Moreno. **Assessorament lingüístic:** Georgina Cabanes. **Publicitat:** Xavi Núñez. **Fotografia:** Joan Roca de Viñals. **Disseny, maquetació i portada:** Marian Vázquez. **Edita:** Xarxa Audiovisual Local i Agència de Comunicació Local - Travessera de les Corts, 131-159 Recinte Maternitat - Pavelló Cambó 08028 Barcelona. **Impressió:** Creacions Gràfiques Canigó. **Dipòsit legal:** B-15518-2007

www.xarxacom.cat

Les opinions publicades en aquesta revista són responsabilitat exclusiva dels seus autors



Professionalitat i pluralisme



El 22 de maig hi ha eleccions municipals i les ràdios i les televisions locals tenen un ampli protagonisme en la informació que generen les formacions polítiques que es presenten en les seves respectives localitats. I les ràdios i televisions, gràcies als seus professionals, són les més preparades per explicar la notícia local de manera més veraç i amb més sensibilitat, ja que disposen de les dades i coneixen el territori i la seva gent molt més que altres mitjans. Sobretot perquè els periodistes coneixen què passa al seu territori i els protagonistes.

La cobertura informativa d'unes eleccions municipals és un dels treballs més intensos al qual s'enfronten els mitjans públics locals. Aquestes eleccions són un repte i els professionals el superen any rere any.



Durant la campanya electoral les ràdios i les televisions locals demostren que són la millor eina per a fer arribar la informació de les formacions polítiques a la ciutadania. El repte és ser més que mai al costat de l'usuari, de la ciutadania, donant dades i elements que d'altres no podran donar i que són bàsics i fonamentals perquè els electors puguin votar a consciència i amb llibertat. I des de COMRàdio i la Xarxa de Televisions Locals es treballa, com sempre, des de la professionalitat dels seus periodistes. Així, ja fa unes quantes eleccions que s'ha superat la informació en blocs tancats i és des d'aquesta professionalitat que es tracta la informació electoral, sense potenciar ni infravalorar en el temps certes candidatures i donant entrada a totes les opinions des del pluralisme i la proporcionalitat que marca la legislació perquè són dos valors els quals la COM i l'XTVL tenen com a referents.

També és cert que aquestes eleccions municipals són un nou repte, bàsicament per a les televisions, ja que és el primer cop que seran uns consorcis plurimunicipals, encara que alguns d'ells amb poc rodatge, els encarregats de fer el seguiment de la campanya electoral. Però la professionalitat dels gestors d'aquests consorcis és la garantia en què trobaran cadascun les solucions per garantir una informació plural i proporcional de tots els municipis. De la mateixa manera que les direccions de les ràdios municipals tornaran a estar al capdavant de les iniciatives comunicatives per fer arribar a la ciutadania les propostes de les formacions als seus conciutadans. ◀

▶ opinió

- p. 04 ▶ Dolors Comas: "Les televisions públiques locals durant la campanya"
- p. 05 ▶ Enric Sopena: "Un referent de llibertat, pluralisme i democràcia"

▶ reportatge

- p. 06 ▶ Professionalitat. La ràdio i televisió local davant del repte de seguir les eleccions municipals.
- p. 07 ▶ Óscar Ramos i París: "Eleccions municipals. Un repte per a l'emissora municipal de ràdio"
- p. 09 ▶ Joan Catà: "Ser útils a tots els municipis"
- p. 11 ▶ Mabel Moreno: "Els mitjans de proximitat, de nou capdavanters"

▶ entrevista

- p. 12 ▶ Pilar Moreno, Henrique Sanfiz, Manuel Chaparro i Marisa Goñi: "Com a mitjans públics, tenim el deure de fer un esforç extra al seguiment de la campanya electoral"

▶ crònica

- p. 16 ▶ L'XTVL incrementa les coproduccions amb les televisions
- p. 20 ▶ La xarxa de COMRàdio reivindica la comunicació local
- p. 21 ▶ Nova imatge de grup que reforça les identitats individuals
- p. 23 ▶ Les emissores municipals, pioneres en integració



Les televisions públiques locals durant la campanya



▶▶ **Dolores Comas d'Argemir**

Consellera del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

“La informació electoral ha de respectar els principis de pluralisme polític i social, neutralitat, igualtat i proporcionalitat”



Les televisions públiques locals tenen una especial rellevància en la cobertura informativa de les campanyes electorals i aquest paper és especialment important quan es tracta de les eleccions municipals.



En les properes eleccions es produeix una novetat respecte a les anteriors campanyes i és que per primera vegada, bona part de les televisions locals són de caràcter supramunicipal, ja que estan organitzades en consorcis que agrupen més d'un municipi. En aquest context, tant la cobertura informativa de la campanya com l'emissió d'espais gratuïts de propaganda electoral presenten unes particularitats i uns problemes nous que caldrà resoldre amb creativitat i generant consensos entre els diferents actors implicats.

La informació electoral ha de respectar els principis de pluralisme polític i social, neutralitat, igualtat i proporcionalitat. L'òrgan de govern de l'ens gestor de cada televisió ha d'aprovar el pla de cobertura informativa de la campanya, que inclou la previsió d'informació així com d'entrevistes, debats i altres formes de coneixement dels candidats i dels seus programes. La complexitat en aquest cas és que cal tenir present tant la presència de diferents partits i coalicions que concorren a les eleccions com la presència de diversos municipis. En aquest aspecte la llei vigent no entra en detalls, i caldrà aplicar el sentit comú i les estratègies consensuades. Són els municipis consorciats els qui han de ser considerats en la cobertura informativa, encara que la televisió pugui veure's a moltes altres poblacions, ja que són ells els qui han assumit el compromís de tirar endavant una televisió que té com una de les missions de servei públic el fet de satisfer les necessitats democràtiques, socials, educatives i culturals dels ciutadans que integren les comunitats locals de referència. És en aquest context

que cal tenir en compte el pluralisme polític existent, tant de manera supramunicipal com dels municipis particulars, i també cal prendre les decisions de candidats i candidates a entrevistar, debats, etc.

Al nostre país la informació de la campanya en sentit estricte s'ha produït en els anomenats “blocs electorals” que si estan organitzats a partir de la proporcionalitat pura i l'ordre estricte d'aparició dels partits presenten problemes en la qualitat de la informació i conflictivitat entre la professió periodística. En aquest cas és aconsellable arribar a consensos al territori respecte com es concreta la informació de la campanya, donant presència als diferents partits que concorren a les eleccions i aplicant el criteri de proporcionalitat de manera raonable. Com que a més cal afegir les informacions específiques dels diferents municipis, potser es pot plantejar que durant les dues setmanes de campanya es puguin allargar els informatius per donar satisfacció a totes les necessitats. Al cap i a la fi, la televisió pública estarà complint amb una de les seves principals missions de servei a la ciutadania. I afegim-hi una altra consideració: atesa la naturalesa dels consorcis i el seu caràcter supramunicipal, també sembla aconsellable introduir referències a les conseqüències de les eleccions municipals en la composició de consells comarcals i diputacions. Cal dir, finalment, que les divergències respecte als plans de cobertura i possibles conflictes que es puguin produir es poden recórrer a la Junta Electoral Provincial, qui ho dirimeix. Pel que fa als espais gratuïts de propaganda electoral, la LOREG especifica que hi tenen dret els partits, les federacions o les coalicions que presentin candidatures en municipis que compreguin almenys el 50% de la població de dret de les circumscripcions incloses en el seu àmbit de difusió. En aquest cas cal aplicar, doncs, el comptatge corresponent als municipis consorciats per les mateixes raons comentades més amunt. ◀



Un referent de llibertat, pluralisme i democràcia

Enric Sopena ◀◀
 Director d'ELPLURAL.COM



“Els mitjans de comunicació locals, especialment els públics, no poden ser –no han de ser de cap manera– els propagandistes de la majoria governant. Ni el flagell dels partits opositors”

▶▶ Les ràdios municipals –impulsades totes elles pels ajuntaments de cada localitat– són, dins l'àmbit polític, un factor gairebé decisiu durant les campanyes electorals i, sobretot, a l'hora de l'obertura de les urnes. És una gran responsabilitat periodística, i també cívica, oferir als oients tot allò que connecta directament amb un procés que, en certa manera, acaba democràticament amb el recompte dels vots i el coneixement dels resultats.

Tot això –que és molt fàcil de predicar i força difícil de fer-ho adequadament– dona la veritable dimensió professional i ètica de cadascuna de les emissores de caire local. Perquè, en bona part, l'elecció d'aquells i aquelles que han de governar cada poble o ciutat mitjana de Catalunya i del conjunt de l'Estat –per millorar al màxim possible el nivell de vida i el benestar col·lectiu– depèn dels mitjans de comunicació més pròxims.

▶ Sembla doncs necessari –o sigui, d'evident necessitat– un esforç no sols dels periodistes, sinó dels alcaldes i dels regidors de cada moment, que intenta fomentar sempre el pluralisme polític i ideològic. Els mitjans de comunicació locals, especialment els públics, no poden ser –no han de ser de cap manera– els propagandistes de la majoria governant. Ni el flagell dels partits opositors.

La llibertat d'expressió, en tot cas, s'ha de defensar amb fermeza. Però la llibertat d'expressió no es pot confondre amb la lli-

bertat dels insults, de les calúmnies, de les injúries i de la infàmia. Aquesta opció de periodisme groguenc no és residual o anecdòtica. Des de fa anys es va estenent un model d'opinió i d'informació molt perillós. Ara com ara, tot indica que els mitjans de comunicació de pobles i ciutats no gaire grans no cauen afortunadament en la temptació de fer del periodisme un fangar.

▶ Tanmateix, sí que passa sovint que la premsa genèrica –la que inclou premsa tradicional, ràdios, televisions i Internet– es consumeixi habitualment, també en l'àmbit local, com és natural. L'esmentada premsa genèrica està decantada cap a posicions, diguem-ne, més aviat de tipus conservador. No cal que s'arribi tan lluny com han arribat determinats grups mediàtics, coneguts per la seva deriva cap a la demagògia sistemàtica i quotidiana. La veritat és que el desequilibri entre els missatges periodístics de dretes i els d'esquerres es nota massa.

S'ha d'aconseguir, per tant, que les emissores municipals siguin un referent de llibertat, pluralisme i democràcia. Ara estem en temps electoral. Ara és l'hora de demostrar que, per damunt dels interessos legítims dels candidats i candidates que desitgen guanyar els seus contrincants, hi ha unes regles no escrites del tot, però que són molt importants. No és qüestió d'anar amb el lliure a la mà. Però tampoc de manipular deliberadament la realitat per tal de vèncer a qualsevol preu. Ha costat massa la democràcia al nostre país com per prostituir-la de mica en mica o amb gran velocitat i sense retorn a la vista. ◀



Professionalitat

▶▶ Text: Jordi Oliveres



Professionalitat. Incerteses. Problemes. Pressions. Legislació. Manca de recursos... Aquestes són algunes de les incògnites que la comunicació de proximitat es troba davant de la convocatòria de les eleccions municipals del 22 de maig. Alhora, compromís amb la informació,

pluralitat, proximitat, professionalitat, precisió, donar veu als

protagonistes i compliment de la legislació. Són

les dues cares de la mateixa moneda. El 22 de maig hi ha eleccions municipals a Catalunya i, per primer cop, les ràdios i televisions de proximitat hauran de fer un seguiment d'unes eleccions amb una nova legislació, la

Llei General de la Comunicació Audiovisual, i, alhora, pel que fa a les televisions públiques, amb la implantació dels nous canals de TDT plurimunicipals agrupats en consorcis.



Tots els mitjans públics locals, siguin ràdios, televisions i canals d'internet, han de tenir en compte una sèrie de premisses. En primer lloc, tenen prohibit emetre publicitat institucional durant el període electoral, que és el temps que s'inicia el dia de la publicació de la convocatòria de les eleccions (1 d'abril) i que finalitza el mateix dia de les votacions (22 de maig).



Així, cal tenir en compte que la publicitat institucional per ràdio i televisió ha de complir amb els requi-

sits següents: només pot tenir per objecte la informació sobre els serveis públics; no pot promoure ni desenvolupar campanyes que tinguin com a finalitat destacar la gestió o els objectius assolits pels poders públics; no pot induir a confusió directa o indirecta amb relació a elements identificatius de partits polítics o de les campanyes de propaganda electoral; finalment, les administracions només poden fer campanyes de caràcter institucional destinades a informar la ciutadania sobre la data de les eleccions, el procediment per votar i els requisits i tràmits del vot per correu. A més a més, en aquestes campanyes

no es poden, en cap cas, suggerir ni directament ni indirecta opcions de vot.



La Llei General de la Comunicació Audiovisual prohibeix, amb caràcter general, la publicitat de naturalesa política a ràdios i televisions públiques i privades, llevat dels espais de propaganda electoral previstos per la legislació electoral. D'aquesta manera, les formacions polítiques no poden contractar espais de publicitat, però sí que tenen dret als espais cedits de manera gratuïta a les ràdios i televisions públiques en els municipis on presentin candidatures.



Eleccions municipals. Un repte per a l'emissora municipal de ràdio

Óscar Ramos i París
 Director d'Informatius
 de COMRàdio



“La cobertura informativa d’unes eleccions municipals és dels treballs informatius més densos i intensos als quals s’enfronten les ràdios municipals i, per descomptat, els professionals que hi treballen”



L'emissora de ràdio municipal és la que pot explicar millor les notícies que passen al seu municipi. Sempre he defensat, i seguiré fent-ho, que l'emissora municipal serà la ràdio que explicarà la notícia local de manera més veraç. Per què? Doncs perquè disposa de totes les dades i coneix altres elements que poden ser d'interès, unes dades i uns elements que sovint passen desapercebuts a mitjans supramunicipals.

Per aprofundir en aquesta afirmació, cal fer especial èmfasi en els professionals que fan la ràdio al municipi. La ràdio municipal disposa de periodistes que coneixen què passa a la seva localitat, la viuen, la pateixen; no només és la seva feina, el seu municipi és part de la seva vida.



Aquests aspectes de la comunicació local es tornen més presents, si això és possible, quan arriben les eleccions municipals. La cobertura informativa d'unes eleccions municipals és dels treballs informatius més densos i intensos als quals s'enfronten les ràdios municipals i, per descomptat, els professionals que hi treballen. Les eleccions al municipi són un repte, amb llums i ombres.

Els periodistes de proximitat treballen cada dia per donar informació puntual i suficient als seus conciudadans, i quan parlem d'informació de la política local aquests professionals han de mantenir-se al marge de la picabaralla entre formacions polítiques. Uns partits polítics que, legítimament, intentaràn guanyar protagonisme durant els 15 dies de campanya electoral. Podríem pensar que en 15 dies no es pot capgirar la intenció de vot dels ciutadans, però en aquestes dues setmanes que dura una campanya electoral hi pot haver un canvi de vot de fins a un 5%, i és per aquest motiu que els partits polítics s'hi poden acabar jugant molt.



Amb aquest escenari l'emissora de ràdio municipal ha de jugar fort, clar i net, com ho fa cada dia. Durant la campanya electoral l'emissora demostrarà una altra vegada que és la millor eina perquè els ciutadans puguin estar informats. El repte de l'emissora de ràdio és, durant la campanya electoral municipal, estar una vegada més al costat de l'oient, de l'usuari, del ciutadà, donant totes aquelles dades i elements que d'altres no podran donar i que són bàsics i fonamentals perquè aquests ciutadans puguin votar a consciència i amb llibertat. ◀

Seguint el fil de les normes marcades per la legislació audiovisual i electoral, la programació dels mitjans de comunicació públics en el període electoral és competència dels òrgans dels respectius mitjans. No hi ha im-

pediments per organitzar i emetre debats electorals, tant en mitjans públics com de privats. Això sí, si un mitjà públic emet informació especial o un debat bilateral entre els dos principals candidats, haurà de realit-

zar la mateixa transmissió especial entre els candidats del primer i el tercer partit més votat, així com atorgar l'adequada informació de campanya de la resta de partits, seguint la instrucció de la Junta Electoral



Central del 21 de maig de 1993 i del 7 de juny de 1994.

Una altra premissa que marca la legislació és que els mitjans públics poden donar cobertura informativa als processos electorals, però ha de garantir la neutralitat informativa d'aquesta informació. Segons l'article 66 de la llei electoral, "el respecte al pluralisme polític i social, així com la neutralitat informativa dels mitjans de comunicació de titularitat pública en període electoral, seran garantits per l'organització dels mateixos mitjans i el seu control previstos en les lleis". Aquest mateix article conclou que "les decisions dels òrgans d'administració dels citats mitjans en el període electorals són recorríbils davant la Junta Electoral".

Tot això vol dir que són les direccions dels mitjans els garants de la neutralitat, però si alguna de les candidatures considera que els seus drets són bandejats té el dret de cercar la pro-

tecció de la Junta Electoral, que és l'organisme que regula els conflictes. Malgrat tot, i per primer cop, hi hauria la possibilitat que des de la Junta Electoral es considerés que en aquestes eleccions s'avalessin els acords previs els quals hagessin arribat els mitjans de comunicació i les forces polítiques. I, també per primer cop, les ràdios i televisions privades també estan incloses en la normativa, la qual cosa no havia passat fins ara.

Una altra precaució a tenir en compte és que si un mitjà organitza un debat durant el període electoral ha de comunicar-ho cinc dies abans a la Junta Electoral, indicant la data, hora d'emissió i les formacions que hi intervenen.

"Són les direccions dels mitjans els garants de la neutralitat"

Finalment, cal tenir present que durant els cinc dies previs al de la votació queda prohibida la publicació, difusió total o parcial o el comentari d'enquestes o sondejos d'opinió. D'aquesta manera, com que les eleccions locals seran el 22 de maig, a partir del 17 no es pot fer referència pública a enquestes d'intenció del vot.

Tot i que, amb les premisses legals per davant, les ràdios locals i els con-

sorcis de televisió ja tenen preparat, cadascuna d'ells, el seu propi seguiment. En un principi, si el director d'una emissora municipal pacta amb tots els grups polítics que es presenten a la seva localitat com fer el seguiment, i ho fa sota criteris periodístics, no hi ha d'haver problemes amb les juntes electorals de zona. El que s'ha de fer, explica Óscar Ramos i París, director d'Informatius de COMRàdio, és "comunicar-ho a totes les parts i a la Junta Electoral". El problema pot sorgir quan algun dels grups que presenta la seva llista electoral demana la intervenció de la Junta Electoral. És, llavors, quan aquest organisme de control electoral esgrimeix la jurisprudència generada des de 1977. D'aquesta manera obliga a fer blocs electorals seguint el minutatge marcat per cedir espais de propaganda electoral.

Entre les més de cent ràdios locals que funcionen diàriament a Catalunya, hi ha diverses tipologies. Fermí Riu, director de Ràdio Berga, estima que com que l'emissora no té prou personal per fer un seguiment total de totes les candidatures, el que farà és cobrir durant els quinze dies de campanya els principals actes de tots els partits, mentre que la resta d'activitats seran anunciades en una completa agenda per ordre d'importància. A més, Ràdio Berga organitzarà un debat públic "amb tots els caps de llista" en un centre públic on la ciutadania pot prendre-hi part fent preguntes per escrit. "A més a més, quan el debat s'acaba, els polítics queden a la sala a disposició del públic assistent amb l'objectiu de rebre suggeriments, preguntes o aclariments", assegura Riu. Pel que fa a la nit electoral, Ràdio Berga farà un programa especial de seguiment de les votacions i dels resultats amb connexions en directe.

Óscar Sánchez és el director d'El Prat Ràdio. Des d'aquesta emissora metropolitana es fa un seguiment de les presentacions dels diversos candidats en les dates prèvies. Durant la campanya pròpiament dita, des

d'El Prat diferencien tres àmbits, segons explica Sánchez. En primer lloc, hi ha els espais gratuïts de propaganda electoral. Després, hi ha les entrevistes a "tots" els caps de llista i, finalment, en l'informatiu es fa un seguiment "sense blocs" dels actes de la campanya, complementat amb una agenda d'activitats.

▶ Un altre exemple és a la Seu d'Urgell. Marta Pujantell, la directora de la ràdio municipal, explica que es fa un seguiment informatiu seguint els blocs de minuts, però matisa que a l'informatiu hi tenen cabuda to-

tes les opcions, "hagin tret representació o no" en les anteriors eleccions municipals. Així mateix, es fan entrevistes als caps de llista, un debat amb tots els candidats i la jornada de la nit electoral, davant la manca d'efectius humans, "gràcies a col·laboradors", es fan connexions telefòniques des de totes les seus electorals. En aquesta ocasió, des de la Seu s'aprofitaran els recursos que donen les xarxes socials. A més a més, durant la nit electoral, "intentarem donar informació i parlar amb els guanyadors en altres localitats de la comarca, com Organya, Ollana o Coll de Nargó. "Després de la llarga nit electoral, el dia després farem un pro-

grama especial amb informació actualitzada de la Seu i totes les localitats de la comarca", assenyala Pujantell. Mentre que a la ràdio ja hem vist que cadascuna farà el seguiment del seu municipi, a les televisions locals hi ha certes diferències. Aquestes eleccions són les primeres en les quals entren en joc els consorcis de la TDT. "Al tractar-se de televisions plurimunicipals, provoca moltes casuístiques", explica Mabel Moreno, cap d'Informatius de la Xarxa de Televisions Locals. Moreno especifica que l'XTVL només "es farà un seguiment de notícies de caire general dins de la Xarxa de Notícies". L'objectiu és que cada televisió "en faci l'ús que



Ser útils a tots els municipis



▶▶ **Joan Catà**
Director m1tv, la televisió local de Mataró i el Maresme

"Reflectint la pluralitat del territori, és a dir, sense difuminar la identitat pròpia de cada municipi per molt petit o molt gran que sigui perquè l'àmbit de les eleccions és local"

▶▶ Com hem d'afrontar la campanya electoral del 22-M les televisions locals de titularitat pública compartida per diversos municipis a través d'un consorci d'ajuntaments? Evidentment, atenent les nostres obligacions com a mitjà públic, és a dir, facilitant a totes les candidatures els espais gratuïts per a propaganda electoral que estableix la llei i garantint el seguiment informatiu de les diverses candidatures a través de debats, entrevistes i cròniques d'actualitat. Però també, i això és vital, reflectint la pluralitat del territori, és a dir, sense difuminar la identitat pròpia de cada municipi per molt petit o molt gran que sigui perquè l'àmbit de les eleccions és local i no supralocal com la televisió des de l'encesa digital. Aquest és el repte.

Des de m1tv, la televisió local de Mataró i el Maresme, l'afrontarem, pel que fa als espais gratuïts de propaganda electoral, a partir del que estipula la Llei Orgànica del Règim Electoral Gene-

ral (LOREG) que determina la seva distribució en funció del nombre de vots obtinguts a les anteriors eleccions equivalents i n'estableix els corresponents barems.

▶ Ara bé, a fi de garantir la pluralitat territorial i l'autonomia municipal, i sense perjudicar Mataró que té més del 50% de la població de dret del nostre àmbit de programació, m1tv es planteja habilitar, si cal, un temps d'antena suplementari i personalitzat per cadascun dels altres nou municipis del consorci (el Masnou, Sant Andreu de Llavaneres, Alella, Vilassar de Dalt, Tiana, Teià, Cabrils, Cabrera i Caldes d'Estrac). Així les seves candidatures també disposarien d'espais gratuïts propis, seguint sempre els barems de la LOREG i comptant amb el preceptiu vistiplau de la Junta Electoral. És la nostra manera de ser útils com a televisió local de 10 municipis.▶



més li convingui”. Això sí, l'XTVL farà un programa especial la mateixa nit del dia de les eleccions, amb un seguiment de les principals candidatures. Moreno és clara quan explica el perquè l'XTVL no pot fer un seguiment de la campanya electoral: “En el cas que l'XTVL fes informació de la campanya podria arribar a comprometre les televisions locals en el seu còmput de temps, per la qual cosa el que farem és posar el material a l'XN i que siguin les televisions les que decideixin quin ús en volen fer”.

▶ Un model mixt, de ràdio i televisió és RTV L'Hospitalet. Anna Esteve, la seva directora, explica que farà servir el mateix criteri a la ràdio que a la televisió i al portal digital municipal. Es tracta d'oferir a la ciutadania uns blocs electorals “oberts respectant la pluralitat” amb el còmput final de temps. RTV L'Hospitalet farà entrevistes i reportatges a les formacions polítiques que van obtenir representació a les eleccions de 2007. Això sí, aquests formats seran diferents per a cada mitjà. La ràdio i televisió pública de l'Hospitalet no organitzarà cap debat, però sí que retransmetrà els debats que sorgeixen de la societat civil hospitalenca.

▶ Des d'm1tv, el seu gerent, Joan Catà, explica que com que es tracta d'una televisió comarcal de la qual formen part dos consorcis, un de deu ajuntaments i un altre de set, seguiran els criteris marcats per la Junta Electoral, ja que es tracta del

seguiment d'unes eleccions per a 17 municipis. Catà explica que m1tv es registrarà per la proporcionalitat i que les candidatures amb representació actualment tindran una presència, mentre que les que no en tenen ara en tindran una altra. Així mateix,

Les ràdios i les televisions locals segueixen les directrius de la legislació



▶▶ Col·legi electoral abans de la votació. Fotografia: Generalitat.

des d'm1tv se cediran, seguint la legislació, els espais gratuïts de propaganda pels grups amb representació municipal seguint els barems que marca la Junta Electoral.

▶ Quant a la informació, des del Maresme se seguirà el criteri marcat per la jurisprudència que emana des de la Junta Electoral, per la qual cosa hi haurà blocs informatius per a només les candidatures amb representació, “però respectant la pluralitat”. Així, malgrat la mancança de recursos tècnics i humans, es cobriran tots els partits de tots els ajuntaments i es farà un debat municipi per municipi “amb els candidats que ens digui la Junta Electoral i amb el consens dels grups polítics”, diu Catà.

Un altre exemple de televisió és TAC12, un consorci que agrupa set municipis del Tarragonès. El seu gerent, Xavier Abelló, explica que, de moment, a l'hora de tancar aquesta edició, no té el vistiplau del consell d'administració a la seva proposta.

Malgrat tot, el que és ja segur és que TAC12 complirà amb la legislació i cedirà espais de propaganda gratuïta a les formacions polítiques segons el que marca la normativa.

▶ La previsió és fer primar la proporcionalitat entre les poblacions i els partits que ja van obtenir representació ara fa quatre anys en les darreres eleccions municipals. Una altra de les premisses per les que es mou TAC12 és que no hi haurà blocs cronometrats diaris, sinó que al final de la campanya es farà un còmput general i, a la vegada, l'ordre de les informacions de cada dia seguiran l'actualitat informativa en la qual la notícia més importants serà la primera i no es farà seguint un ordre preestablert.

▶ Així mateix, TAC12 proposarà fer entrevistes a tots els candidats de totes les formacions amb representació municipal actualment i, també, fer debats als set municipis. Finalment, TAC12 farà un programa especial la nit electoral del 22 de maig en el qual s'intentaran fer connexions en directe amb tots set municipis. ◀



Els mitjans de proximitat, de nou capdavanters?

Mabel Moreno

Directora d'Informatius
de l'XTVL



“Abordar la cobertura d'unes eleccions municipals és, per a qualsevol mitjà de comunicació, un repte apassionant”



Abordar la cobertura d'unes eleccions municipals és, per a qualsevol mitjà de comunicació, un repte apassionant. Perquè es tracta possiblement de la màxima expressió de la funció de servei públic que desenvolupen -en el cas que ens ocupa- les televisions de proximitat, i perquè és durant els quinze intensos dies de campanya quan poden demostrar que cap altre mitjà és capaç de fer arribar al ciutadà amb més coneixement i amb tots els seus matisos aquesta informació.

Però el seguiment electoral suposa també un maldecap per als gestors i per als professionals d'aquestes empreses per l'aplicació d'uns blocs que estrenyen fins a l'extenuació la possibilitat d'aplicar el més mínim criteri periodístic a la seva feina. Per si amb això no n'hi hagués prou, el mapa de la TDT que hauria d'haver posat ordre en el complicat paisatge comunicatiu català no ha fet sinó afegir més llenya al foc. Molts mitjans abans locals han passat a cobrir un àmbit comarcal i, en algun cas, supracomarcal. Amb si fa no fa els mateixos recursos i en plena crisi econòmica.



Tot i la creixent professionalització del sector, a ningú se li escapa que cap d'aquestes televisions pot abastar el volum de notícies que genera l'atapeïda agenda dels partits en campanya. Ho sabien ja abans de les autonòmiques i ho pateixen ara, amb la preocupació de qui es troba sap enmig d'una cruïlla sense senyalitzar. Per això, es busquen solucions. Imaginatives... o no. Perquè la reflexió, no ens enganyem, no és nova.

Les televisions podrien decidir, com ja s'ha fet en algun cas, a quins partits i municipis es dona prioritat cada dia de campanya, respectant la pluralitat i la proporcionalitat

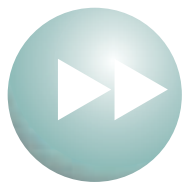
en el global del seguiment. També podrien cobrir els diferents municipis a raó d'un per dia o, fins i tot, sumar els resultats dels partits amb representació a tot l'àmbit de cobertura i fer-ne una mitjana per repartir temps.

Cap d'aquestes propostes resol tots els problemes. ¿Què s'hauria de fer amb els municipis que tot i formar part dels consorcis no hi participen de manera activa? ¿Quin seguiment es faria d'aquelles formacions independents sovint molt arrelades en localitats petites i fins i tot amb representació als consistoris? Una campanya plantejada en termes globals, a tot el territori, segurament les deixaria fora de joc, i no seria un reflex fidedigne de la realitat local.



A la cruïlla on es trobem només s'albira una sortida possible: la del canvi. S'agraeix en aquest sentit la convocatòria del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que el passat 14 de febrer va aplegar informadors, polítics i reguladors en una taula de treball. Tots ells, actors conscients de la contradicció a què han de fer front, i més després que la recent reforma de la Llei Orgànica del Règim Electoral General (LOREG) hagi restringit encara més les possibilitats dels mitjans.

El canvi passaria perquè, amb el beneplàcit dels partits i amb renúncies per part de tothom, les televisions tinguessin un mínim marge per aplicar algunes de les opcions abans esmentades, o potser d'altres. Caldrà veure fins a quin punt això serà possible. També, si les grans corporacions tindran l'atreviment necessari per anar més enllà de la queixa a què ens han acostumat o si seran els mitjans de proximitat amb els seus plantejaments modestos però agosarats els que se situïn de nou a l'avantguarda. Com gairebé sempre. ◀



“Com a mitjans públics, tenim el deure de fer un esforç extra al seguiment de la campanya electoral”

▶▶ Text: J.O.



Les eleccions municipals són una prova de foc per a les emissores municipals. És el moment en què han de posar tots els seus recursos per informar la ciutadania de les propostes de les formacions polítiques que es presenten a cada municipi. En aquesta entrevista us volem presentar les experiències d'altres organitzacions de ràdio i televisió d'Espanya de com preparen i fan les seves eleccions. Pilar Moreno és la directora d'Aldaia Ràdio i impulsora de la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes. A més, a València s'ajunten les eleccions municipals amb les autonòmiques, per la qual cosa la seva experiència és diferent a Andalusia o Galícia, que com Catalunya només tenen eleccions locals. D'aquesta manera, Manuel Chaparro, director d'Emisoras Municipales Andaluzas (EMA), i Henrique Sanfiz, director d'Emisoras Municipales Gallegas (Emuga), també donen la seva visió de com afrontar el seguiment de les eleccions municipals des del seu territori. Encara hi ha una altra experiència. En aquest cas, Marisa Goñi, directora general de Ràdio Televisió de Mallorca (RTVM), posa en qüestió la feina de seguir les eleccions locals, al Consell Insular i al Parlament de les Illes Balears.

Questionari Questionari Questionari Questionari

1. Quines són les premisses amb què organitzeu la campanya electoral de les municipals en el vostre àmbit d'actuació?
2. La legislació electoral us obliga a elaborar la informació d'acord amb blocs electorals?
3. Quan arriba una campanya electoral, teniu tots els recursos tècnics i humans a la vostra disposició?
4. Creieu que quan arriben les eleccions hi ha pressions dels partits polítics cap a la vostra feina?
5. Els partits polítics pretenen tenir més control a la informació quan arriben les eleccions?
6. En el cas de consorcis plurimunicipals, com organitzeu la informació al tractar-se de realitats ben diferents?

Questionari Questionari Questionari Questionari



Pilar Moreno

Directora d'Aldaia Ràdio (València)

1. Òbviament des del compromís amb la informació. Sempre ho fem, però en temps electoral, més que mai. Donem la informació precisa, amb la veu dels protagonistes, contrastant les afirmacions, amb les opinions des de tots els punts de vista... Obrim, en definitiva, espai informatiu a totes les formacions

polítiques que es presenten, donant més atenció, com dicta la llei, a les que tenen actualment representació al consistori. Intentem que la nostra emissora siga un espai obert, conscient, positiu i dialogant de la democràcia. Que els polítics tinguin els micròfons com un espai d'encontre amb el ciutadà. Per això, convidem els

partits a enregistrar als nostres estudis la seua publicitat electoral i els oferim tant espais d'entrevistes com un debat general. Fins ara, sempre ha sigut possible.

2. Encara que, fins ara, no hi ha hagut cap pressió ni cronòmetre respecte als temps i les formes, coneixem la legislació i repartim la informació dels partits per representació consistorial. A més, obrim l'espai obligatori per a publicitat electoral amb els percentatges que ens marca la Junta Electoral Provincial.

3. Aldaia Ràdio compleix quasi deu anys en antena i hem possibilitat a la nostra audiència cada període electoral que s'ha produït al llarg d'aquest temps: comicis municipals, autonòmics, estatals, europeus, referèndums... Ha estat molt gratificant i la millor decisió per fidelitzar l'audiència. Ningú abans no els havia donat la informació del seu poble, d'Aldaia, fins la creació de l'emissora municipal. Lògicament, amb el pas del temps, la ràdio ha anat creixent en recursos humans i també en recursos tècnics i per tal de fer possible la cobertura ens hem adaptat a allò que hem tingut en

“Som molt ambiciosos i per a fer possible la ràdio tal com està estructurada caldria comptar amb més recursos humans”

cada moment. Però actualment, fer ràdio en directe és molt fàcil, sols disposant d'un telèfon mòbil és possible una connexió des de qualsevol punt. Inicialment començarem amb una unitat mòbil casolana amb què connectàvem per telèfon analògic, després va guanyar terreny el telèfon mòbil i, ara combinem les connexions amb el sistema 3G, via Internet. En aquesta emissora municipal som molt ambiciosos i per a fer possible la ràdio tal com està estructurada caldria comptar amb més recursos humans, no obstant això, no podem queixar-nos, som l'emissora municipal valenciana amb més personal però també una de les de projecció més gran.

4. Sent el mitjà amb més audiència de la ciutat i, sabent tots, que sempre tenim els micròfons oberts, d'un temps a esta part sí

que percebem més atenció i fiscalització. És complicat mostrar-nos com un mitjà públic sense que l'oposició vulga.

5. La fiscalització és més gran, sens dubte. Últimament la ràdio és tema de conversa als plenaries municipals i a les xarxes socials.

6. En àmbit polític, els consorcis plurimunicipals, com pot ser la Mancomunitat de l'Horta Sud, se centra només a la informació institucional. Professionalment, el nostre consorci de la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes tracta també d'obrir canals amb entrevistes i debats en àmbit autonòmic perquè els candidats puguem expressar-se a les emissores més properes, en xarxa. Quan s'ha plantejat no hi ha hagut problemes d'organització a la Xarxa.



Henrique Sanfiz

Director d'Emisoras Municipales Gallegas



1. D'acord amb la Llei Orgànica de Publicitat Electoral a les emissores municipals, la Junta Electoral Provincial comunica a cada emissora municipal el repartiment del temps que correspon a cada candidatura per als espais

2. La legislació i la Junta Electoral només estableixen els minuts dels espais gratuïts.

3. No. Sempre ens agradaria tenir-ne més per poder fer el seguiment de la campanya amb molts més recursos.

“Creiem que en campanya precisem més cura en tot el nostre treball”

electorals gratuïts. Tot i això, fem un seguiment informatiu de la campanya amb un bloc d'informació electoral en el qual es reparteix el temps entre les candidatures que van obtenir representació els anteriors comicis.

4. Els partits polítics intensifiquen el seu treball a la campanya i, lògicament, estan més sensibles a qualsevol informació favorable o contrària.

5. Creiem que en campanya precisem més cura en tot el nostre treball. D'aquesta manera podem extremar la cautela per assolir la imparcialitat i el respecte al pluralisme.

6. Donem absoluta preferència a la informació local de cadascun dels nostres municipis. En aquest moment és el factor de principal interès informatiu.



Manuel Chaparro

Director d'Emisoras Municipales Andaluzas (EMA)

1. L'obligació d'EMA RTV és la de facilitar el debat polític a les seves emissions per a tota la Comunitat Autònoma a través de la seva programació a Onda Local Andalucía. Es recullen també les opinions dels

mateixes directrius. El que és normal és que comuniquin a les emissores l'assignació d'espais gratuïts amb l'assignació exacta de temps. No hi ha una normativa pel tractament informatiu de la campanya. El mitjà autònom sols aplica un escalat de temps. La nostra recomanació és mantenir un equilibri, però ha de primar l'interès informatiu i garantir que s'escoltin totes les veus.

3. Pel que fa a la xarxa OLA, existeix un contacte permanent amb la seu dels partits per mantenir una agenda

4. A la xarxa OLA ens aprecien. El marge de llibertat és total i ens remetem al nostre llibre d'estil per mantenir l'objectivitat i desfer qualsevol dubte. La pressió es fa sentir més en àmbit local. Seria convenient treballar per aconseguir més cultura democràtica en la classe política, que no acaba de veure els mitjans públics locals com a mitjans de la ciutadania. En molts casos, fins i tot, segueixen pensant que són instruments al seu servei. Els progressos fets en aquest sentit no es poden menysprear i el treball en xarxa a través d'OLA ha tingut una influència molt positiva per això.

5. És normal. Una altra cosa és que els mitjans siguem capaços de resistir aquesta pressió. En aquest sentit insisteixo en la necessitat d'avançar en cultura democràtica. És necessari reunir un catàleg de bones pràctiques i donar-lo a conèixer entre els nostres ajuntaments.

6. L'únic consorci plurimunicipal que pugui ser considerat com a tal és EMA RTV i els seu servei de distribució de programes OLA. La nostra orientació és ser mitjancers entre la societat civil i els partits polítics, recollir les propostes generals i contribuir en un debat que generi participació.

“El marge de llibertat és total i ens remetem al nostre llibre d'estil per mantenir l'objectivitat i desfer qualsevol dubte”

col·lectius socials i traslladem els seus interessos als partits polítics per veure com poden reflectir aquestes demandes als seus programes electorals. A les nostres associades (106) els recomanem que segueixin la mateixa estratègia localment.

2. El comportament de les juntes electorals és, a vegades, capriciós i curiosament no sempre segueixen les

d'activitats actualitzada. L'objectiu és poder recollir les declaracions d'interès més global en el context andalús. La majoria de les emissores es veuen apurades per seguir correctament l'àmplia activitat política, sobretot als municipis amb una població superior als 25.000 habitants. Per a les emissores significa una exagerada sobrecàrrega de treball i poca valoració de l'esforç.



Marisa Goñi

Directora general de Ràdio Televisió de Mallorca (RTVM)

1. Proximitat i pluralitat. Com a mitjà públic insular, complementari de l'autònom, a més del seguiment de campanya al Consell de Mallorca i al Parlament de les Illes Balears, volem donar màxima visibilitat a les diferents candidatures dels 53 ciutats, pobles i viles de l'illa. Ja treballem en la confecció d'un

microespai, on els ciutadans coneixeran totes les opcions polítiques del seu poble. També treballem la idea de donar cabuda a les veus de la societat organitzada com a referents de la comunitat que, tal com passa durant la resta de l'any, també tenen coses a dir davant uns comicis. Tenim una visió ampla



del fet polític, que va més enllà de la figura dels partits.

2. L'article 66 de la LOREG regula la informació electoral als mitjans públics i diu que "el respeto al pluralismo político y social, así como la neutralidad informativa de los medios de comunicación de titularidad pública en período electoral, serán garantizados por la organización de dichos medios". Malgrat la preponderància del criteri periodístic que emana de l'esperit de la llei, molts jutges i polítics de les forces majoritàries persisteixen a aplicar el crono a la informació: minuts en funció de vots a les passades eleccions, fórmula establerta pels espais de propaganda gratuïta. Ràdio i Televisió de Mallorca sempre ha defensat el criteri periodístic, que evidentment també inclou la representativitat, i ha tingut diverses experiències amb les resolucions de les juntes electorals.

Davant les reclamacions del PP, a les autonòmiques i municipals del 2007 es va resoldre que, donar el mateix temps a les entrevistes dels candidats i col·locar la de la força més votada més a prop de la jornada electoral i la de la menys votada el dia més allunyat, encaixa amb la normativa vigent i queda garantida la pluralitat política i social. A les europees de 2009, per contra, es va considerar que els majoritaris havien de tenir més temps. Ho vàrem salvar fent totes les entrevistes

“Com a mitjans públics, tenim el deure de fer un esforç extra al seguiment de la campanya electoral perquè la ciutadania pugui conèixer totes les opcions i exercir el dret al vot amb plenitud”

de 20 minuts i donant una emissió dels minoritaris i tres dels majoritaris.

3. Com a mitjans públics, tenim el deure de fer un esforç extra al seguiment de la campanya electoral perquè la ciutadania pugui conèixer totes les opcions i exercir el dret al vot amb plenitud. S'activa al màxim la xarxa de corresponsalies disseminades pels pobles i les redaccions d'informatius es reorganitzen per crear equips de seguiment als diferents partits i es reforcen, en la mesura de les possibilitats econòmiques, per garantir també la cobertura d'altres realitats informatives. Determinats esdeveniments obliguen a desplegar mitjans tècnics amb més intensitat.

4. La relació entre periodisme i política mai no és fàcil i menys en campanya electoral. Són dies de molts nervis en què gent que moltes vegades no té ni idea de la complexitat del món audiovisual veu perversitats darrere de cada pla o tall de

veu. També et trobes mitjans públics i privats que actuen com a autèntiques terminals polítiques. Una de les pràctiques que proliferen darrerament són els continguts elaborats pels mateixos partits. La precarietat duu molts mitjans a fer servir aquestes imatges i declaracions, generant continguts més propers a la propaganda que a la informació.

5. Al consell d'administració de Ràdio i Televisió de Mallorca, tots els partits, llevat del PP que vol l'aplicació del 'crono-vot', han donat fins ara suport a la cobertura informativa electoral fonamentada en el criteri periodístic. Evidentment, aquest model de confiança al criteri professional exigeix unes direccions independents i unes redaccions formades i amb garanties laborals.

6. A Mallorca no tenim aquest supòsit, però sí la complicació de fer seguiment a una triple elecció: el Parlament, el Consell (govern de l'illa) i el municipi, amb un cens de 53 municipis. ◀

BUTLLETA DE SUBSCRIPCIÓ



Xarxa Audiovisual Local (XAL) i Agència de Comunicació Local (ACL)
Travessera de les Corts,
131-159
Recinte Maternitat
Pavelló Cambó
CP. 08028 - Barcelona

www.xarxacom.cat

▶▶ Nom i cognoms: _____

▶▶ Adreça: _____

▶▶ Població: _____ ▶▶ Codi postal: _____

▶▶ Empresa: _____ ▶▶ NIF: _____

▶▶ Telèfon: _____ ▶▶ Correu electrònic: _____

SUBSCRIPCIÓ ANUAL: 12 euros (IVA inclòs) - 4 números

▶▶ **FORMA DE PAGAMENT**

Xec bancari nominatiu a ACL
 Rebut bancari
 Número de compte: ____ / ____ / ____ / _____

Data: _____

Signatura: _____



L'XTVL incrementa les coproduccions amb les televisions

►► Text: Marc Melillas

►► La recessió econòmica que es va iniciar a principi de l'any 2008 ha compromès substancialment la sostenibilitat d'una Televisió Digital Terrestre que ha comportat un nombre més gran de canals enmig d'una transformació generalitzada del sector. Aquesta realitat, sustentada, en principi, per una afluència de més recursos al sistema televisiu, s'ha invertit. El present s'està definint per la tensió contrària, cap a la concentració i l'especialització dels projectes. Aquesta tendència també ha tingut els seus efectes en la programació de les televisions locals.

La producció de l'XTVL

► En els gairebé 12 anys d'història de la nostra entitat, hem superat diverses etapes que ens han portat a la consolidació d'una oferta programàtica de qualitat, d'acord amb les capacitats pròpies del sector i els seus interessos. Aquesta política de producció audiovisual no ha estat improvisada ni casual. Forma part d'una estratègia fixada des dels orígens de l'XTVL, que ha volgut jugar un paper vertebrador de la producció de les mateixes televisions locals en el territori.

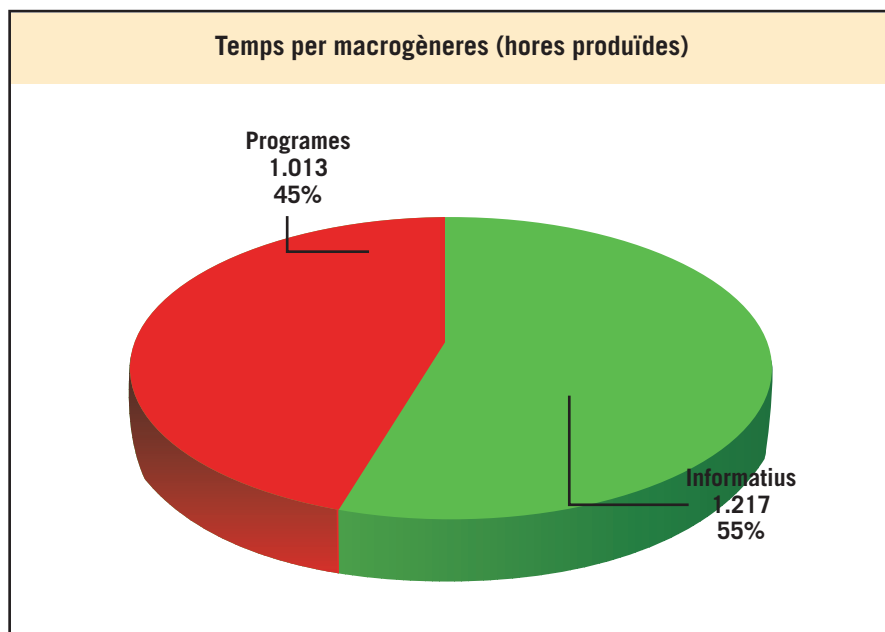
La programació que configurava inicialment l'oferta de l'XTVL era el resultat de l'intercanvi i d'una incipient coproducció entre televisions locals. Entre 2005 i 2008, però, podem observar un increment progressiu de producció de productores independents, que ha arribat a superar el 33% del total anual distribuït. D'altra banda, el volum de projectes audiovisuals avaluats a la comissió de continguts de l'XTVL provenia en

un 80% de les productores. A partir de 2008 les televisions locals tornen a prendre la iniciativa en la proposta de projectes i en la reivindicació d'un paper més actiu en la programació participada de l'XTVL. En consonància amb aquest fet, i davant l'increment d'operadors i d'una competència més gran en l'oferta televisiva, l'interès de les televisions locals rau més que mai en la major identificació dels continguts amb els espectadors del seu

en temps, un total de 1.217 hores d'espais informatius (55%) i 1.013 hores de programes (45%). En total 2.230 hores.

Distribució geogràfica

► Però més enllà de les grans xifres, el més important és destacar la coherència d'un model de produc-



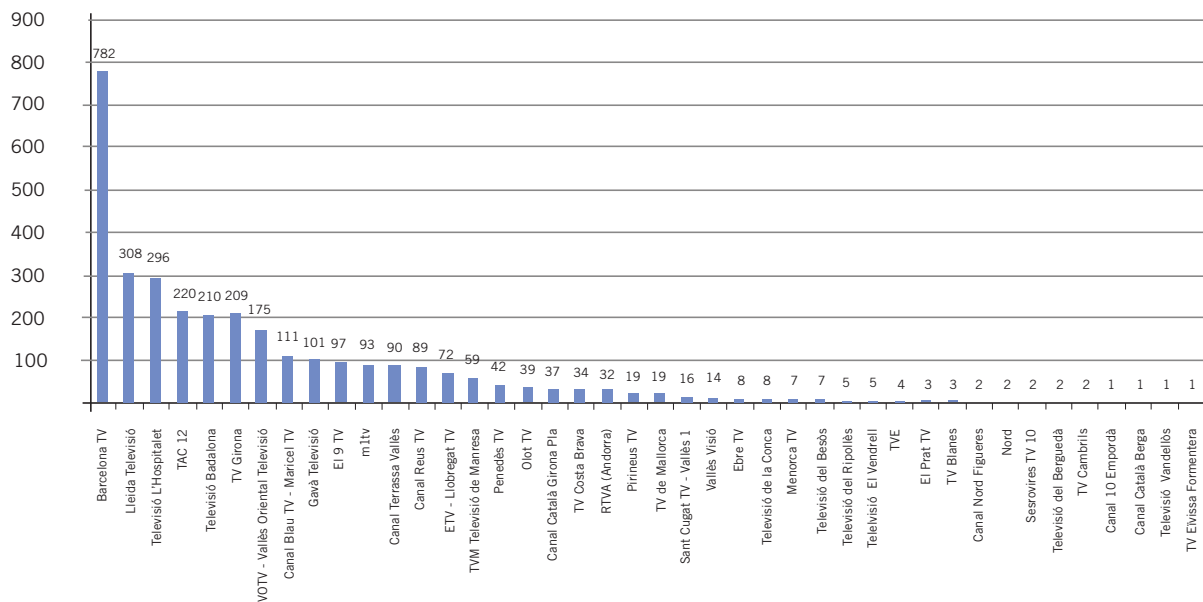
àmbit d'actuació. Per aquesta raó, la tendència de l'XTVL en els últims anys ha estat potenciar coproduccions entre les mateixes televisions, cercant continguts que, per la seva transversalitat, interessin a la majoria d'operadors mantenint un clar enfocament local.

► El 2010, l'XTVL ha distribuït un total de 102 programes (culturals, divulgatius o d'entreteniment) i 17 de continguts informatius. Això representa

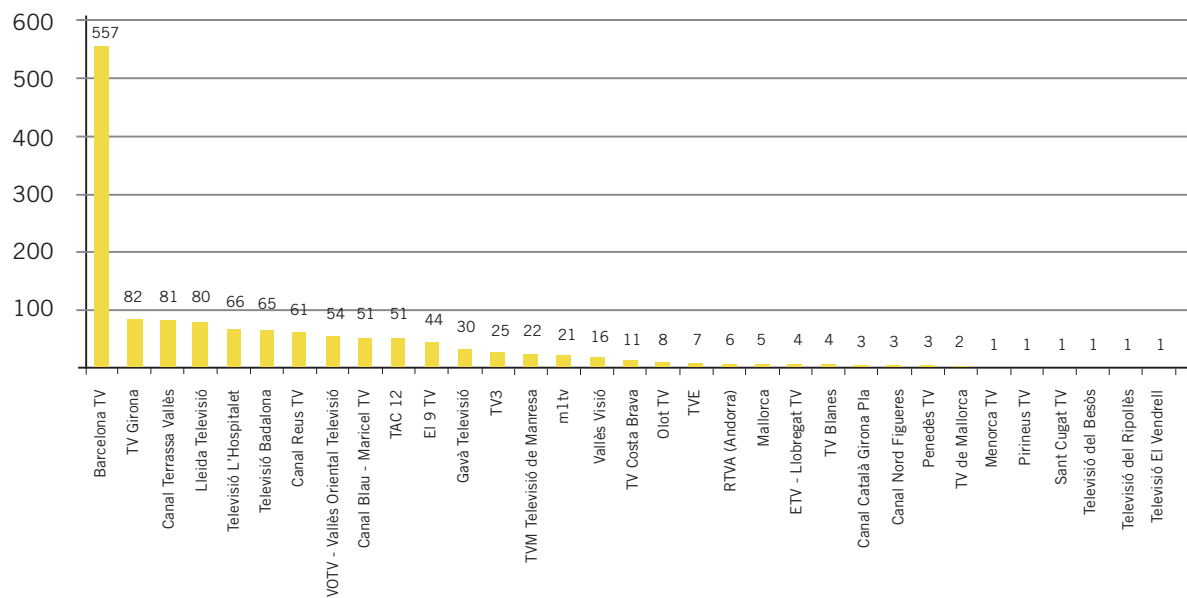
ció sostenible i ajustat a la realitat del mateix sector. Aquest model no només abasta de continguts, sinó que reforça i amplifica el paper de cadascuna de les televisions locals. L'objectiu és doble: aprofitar les capacitats productives de les mateixes televisions i afavorir la descentralització dels continguts per, en conseqüència, assolir una major identificació dels espectadors amb els programes emesos per les televisions locals.



Notícies aportades per les TV / 2010



Notícies d'esports aportades per les TV / 2010



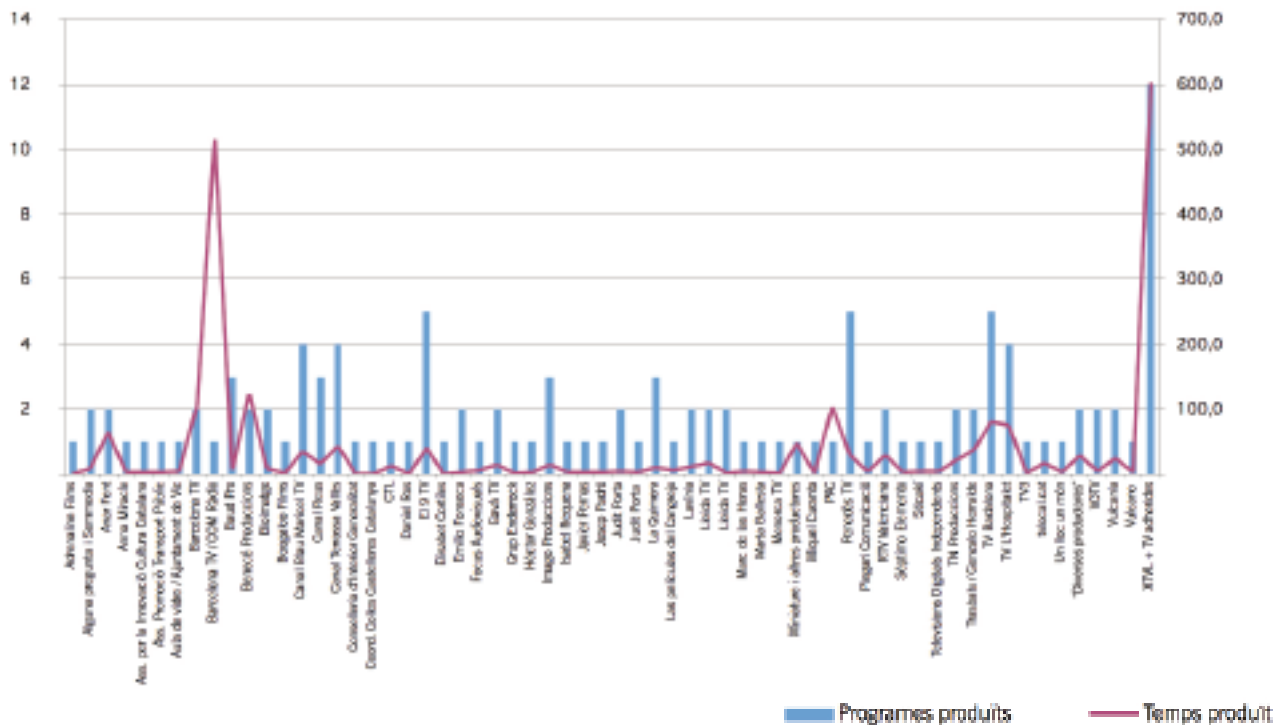
No és estrany, doncs, la tendència creixent de les televisions locals a participar en els continguts que diàriament mou la redacció d'Informatius pel servei XN d'una banda, i dels informatius diaris *Al dia* i *Esports en Xarxa* de l'altra. En aquesta tendèn-

cia hi ha contribuït decisivament la implementació, a totes les televisions, de la xarxa de contribució per IP (xip/tv), que facilita l'aportació de continguts d'una manera més eficient per part de les televisions a la redacció de l'XTVL. També hi ha con-

tribuït clarament l'aplicació del protocol general de la XAL, que articula les condicions dels serveis. El 2010 les televisions de l'XTVL van aportar un total de 7.056 notícies (44,1%) de les 16.000 que va distribuir el servei de continguts informatius XN.



Participació en la programació



D'aquestes notícies, 4.596 (65,1%) han estat utilitzades als informatius diaris *Al Dia* i *Esports en Xarxa*. Un clar exemple de la coproducció i la participació entre televisions locals.

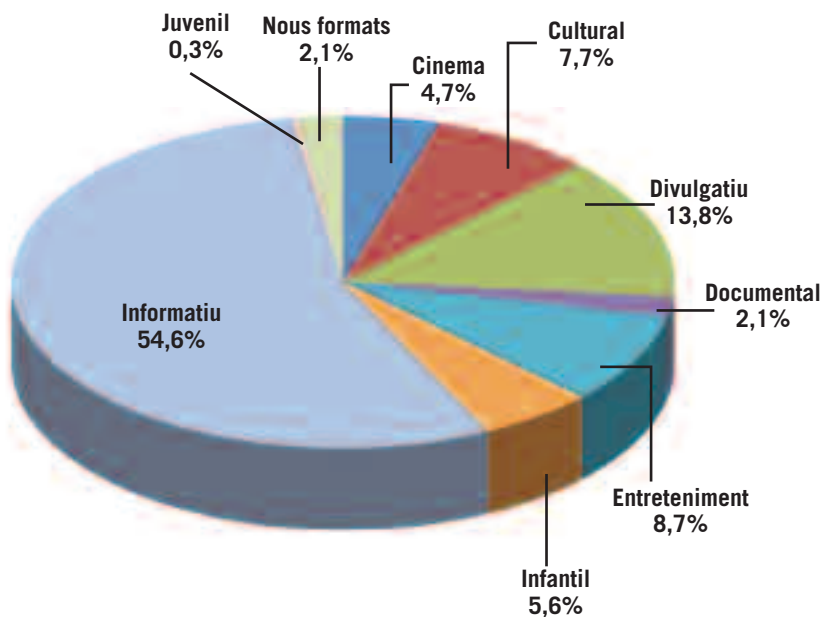
▶ Pel que fa a la resta de programació, la participació en la programació sindicada d'emissió en cadena i la programació sindicada de lliure emissió, l'aportació de les televisions és igualment important. Els ens productors amb els que més producció conjunta s'ha fet estan formats per televisions adherides com Barcelona TV, TV L'Hospitalet.

▶ Quant als programes, les televisions amb un pes més important en la programació són: Barcelona Televisió, Televisió de l'Hospitalet, Televisió de Badalona, Canal Terrassa Vallès, Canal Blau Maricel TV, Penedès TV, El 3

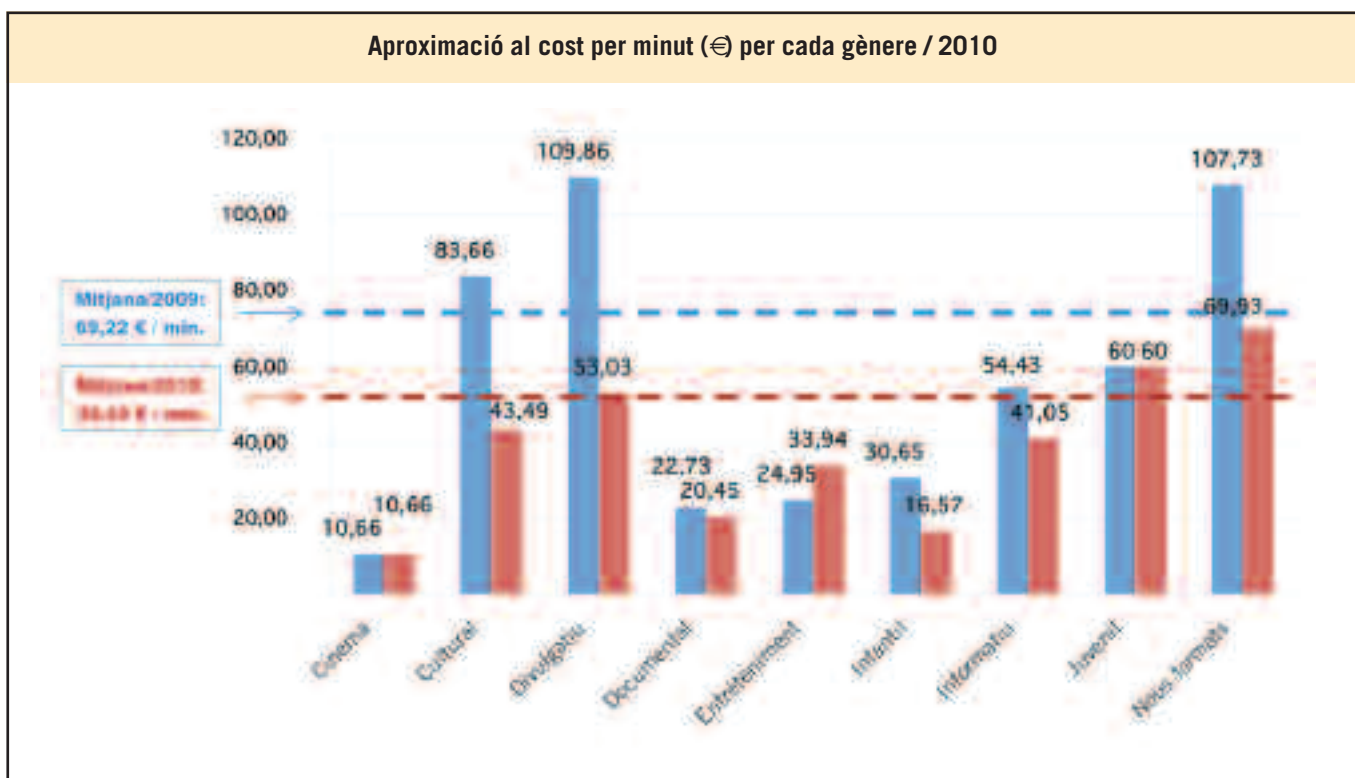
TV i Canal Reus. No obstant això, i com es pot veure al quadre "aproximació al

cost per minut" (pàg.19), la participació en la programació està molt atomitzada.

% de temps per gènere



Aproximació al cost per minut (€) per cada gènere / 2010



Les produccions per gènere

▶ Els informatius són el gènere amb un pes més gran en la programació de les televisions de proximitat i acaben constituint la columna vertebral de les graelles d'aquestes televisions. En segon lloc, trobem els continguts de caràcter divulgatiu, debats i entrevistes, que es converteixen en una extensió de l'estructura informativa per a rendibilitzar els continguts produïts per la redacció. L'entreteniment, els continguts infantils, la ficció i els nous formats, solen quedar, en la majoria dels casos, com un complement de les graelles locals i que cobreixen habitualment amb l'oferta de les estructures de sindicació. El pes de la programació de l'XTVL l'any 2010 va quedar repartit de la següent manera, tal com es veu en el quadre de % de temps per gènere.

La producció per costos

▶ L'adequació de la XAL a la realitat del sector local també s'ha aconseguit pel manteniment d'una política

de costos per a la producció, intentant garantir la seva sostenibilitat i evitant distorsions inflacionistes resultat de la nostra actuació. Al 2010 el cost dels programes no informatius s'ha situat en 46,63€ per minut. Aquest cost per minut és substancialment inferior al del 2009, gràcies a mesures de reducció de costos aplicades en programes de gèneres com el cultural, el divulgatiu, el documental, l'infantil i, també, en el cas dels nous formats

L'audiència de les televisions locals

▶ Però tot aquest esforç de producció, al final, només té un objectiu: oferir una bona programació als ciutadans i, alhora, que aquests trobin a la seva televisió de proximitat els continguts que hi busquen. En aquest sentit, la dades del Baròmetre la Comunicació i la Cultura confirmen que el 2010 l'audiència de la televisió local va créixer gairebé un 9%.

Aquesta xifra suposa que unes 350.000 persones miren diàriament la televisió local del territori on pertanyen.

No obstant això, els canvis del sector i els nous hàbits d'accés a la informació i l'entreteniment ens obliguen a adaptar-nos als nous entorns. Per aquesta raó, hem d'aprofundir en l'explotació dels nostres continguts, aprofitant les oportunitats tecnològiques.

Aquesta va ser la raó que ens va animar a posar en marxa el xip/tv, una plataforma que facilita als ciutadans l'accés a la programació de la seva televisió de proximitat a qualsevol hora del dia i des de qualsevol lloc.

▶ El xip/tv ha tancat el seu primer any de servei amb una implementació gradual i progressiva, d'acord a les realitats de les diferents televisions, que ha portat com a resultat un balanç molt positiu: 18 televisions utilitzen la plataforma, la qual cosa representa l'atenció centrada en més de 100 municipis d'arreu del territori i més d'un milió de vídeos vistos. ◀



La xarxa de COMRàdio reivindica la comunicació local

Programa especial des del Col·legi de Periodistes de Catalunya emès per un centenar d'emissores municipals.

▶▶ La xarxa de COMRàdio va reivindicar el paper de la ràdio municipal i els seus professionals a favor de la comunicació de proximitat.

▶▶ COMRàdio juntament amb un centenar de ràdios locals, va emetre el passat 24 de gener al migdia un programa especial des del Col·legi de Periodistes que va finalitzar amb la lectura d'un manifest elaborat conjuntament amb les emissores que formen part de la seva xarxa i en el qual es defensa "el paper de la ràdio municipal com a servei públic de qualitat, en què la comunicació de proximitat és important i necessària per garantir el dret a la informació, fomentar la participació ciutadana, afavorir la pluralitat democràtica defensar la llengua i la cultura catalana i la integració dels nouvinguts".

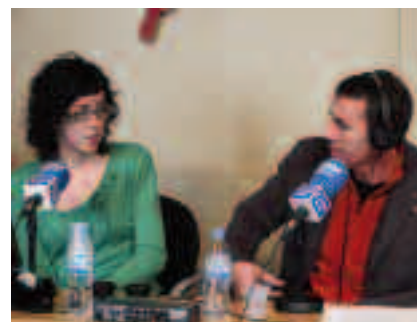
▶▶ El manifest, que va ser llegit per l'actriu Àngels Bassas, aposta perquè "les ràdios locals tinguin professionals suficients i estiguin dotades de recursos econòmics i tècnics necessaris per desenvolupar la seva tasca amb la màxima qualitat". Després de recordar que "la comunicació local continua sent una realitat viva", el document al final assegura que "no hi ha futur sense comunicació, i no hi haurà comunicació sense proximitat. Reivindiquem el nostre paper social i exercim el nostre lideratge".

▶▶ El programa presentat per Jordi Duran, va destacar el paper de la ràdio municipal com a garant de la informació de proximitat i la participació ciutadana. L'especial va comptar amb la presència de Francesc Triola, director general de COMRàdio; Franc Famadas, director de Ràdio Ciutat de Badalona i

Sònia Gasulla, directora de Ràdio Sant Esteve Sesrovires. Triola va assegurar que les emissores municipals "garanteixen l'accés als mitjans a col·lectius que normalment no troben espai en mitjans d'abast autonòmic o estatal". Famadas va explicar que "una gran part d'emissores municipals tenen un sentit absolutament professional per explicar què passa al costat de casa" i en la mateixa línia Gasulla va insistir que es necessita "la gent del poble per oferir la informació més propera i ells necessiten conèixer què passa al seu voltant".

▶▶ El paper de la ràdio municipal en situacions d'emergència també va ser un dels temes centrals del programa especial. El gerent del Consorci de Comunicació Local, Miquel Bonastre, va explicar que la ràdio local garanteix "la immediatesa i la proximitat que exigeix una situació d'emergència". El director de Ràdio Puig-reig, Josep Genescà, va recordar l'important paper que va jugar la ràdio en els aiguats que van afectar el Berguedà l'any 1982 i el director d'El Prat Ràdio, Òscar Sánchez, va insistir en la voluntat de "servei públic" que assumeixen les emissores municipals.

▶▶ El programa també va comptar amb la participació del Consorci per la Normalització Lingüística. La seva cap de Comunicació, Mercè Romagosa, va incidir en la important tasca que realitza la ràdio local en la normalització lingüística i va posar com a exemple l'Onescat, el curs de català de ràdio per a nouvinguts. ◀



▶▶ Olga Vallejo i Jordi Duran.



▶▶ Franc Famadas.



▶▶ Josep Genescà.



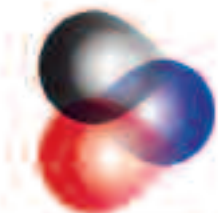
▶▶ Àngels Bassas.



+info a: <http://ves.cat/aw5L>



Nova imatge de grup que reforça les identitats individuals



*XTVL · lamalla.cat · COMRàdio



El grup dels mitjans de proximitat format per COMRàdio, la Xarxa de Televisions Locals i lamalla.cat tenen, des del passat mes de gener, un logotip que identifica el seu compromís amb els oients, espectadors, lectors i amb els mitjans locals. Aquesta nova imatge, però, no substitueix els actuals logotips, sinó que els acompanya i d'aquesta manera, identifica les marques com a part del mateix grup.



Dissenyat per Marian Vázquez, aquest nou logotip pretén donar una imatge d'unitat i que, alhora, faci visible el treball conjunt, de col·laboració, i les sinergies que existeixen entre les 3 empreses, sense perdre la identitat pròpia de cada marca.

El logotip es va dissenyar partint de quatre principis: 1- singularitat mediàtica (cada marca té la seva pròpia identitat); 2- reforç per a la unió corporativa; 3- perdurabilitat en el temps; 4- possibilitat d'aplicacions multimèdia.

Estèticament els logotips de les tres marques són molt diferents. Per això, es va haver d'apostar per una forma totalment diferent: la rodona. El cercle és la forma perfecta, comença i acaba, però com que les marques s'interrelacionen entre elles, es trenca amb una punta de fletxa. I és que les marques s'assenyalen les unes amb les altres.

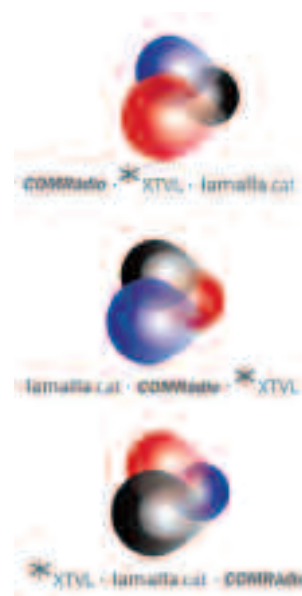


Aquesta forma bàsica té volum (cada marca per si mateixa és plena) i el color corporatiu d'una de les 3 empreses (vermell COMRàdio, blau lamalla.cat i negre XTVL), cosa que permet que aquesta icona resultant acompanyi els 3 logos originals en la seva versió plana.

El resultat: una imatge molt més complexa, però que funciona per la seva modernitat i que permet, a més, una aplicació més enllà del paper.

I és que aquesta és una icona amb mobilitat: pot destacar una de les marques per sobre de les altres segons els interessos. Es tracta de passar la marca en qüestió a primer pla. ◀

▶▶ Models amb una marca destacada



▶▶ +info a: www.xarxacom.cat/evolucionatural.html

Entra a la botiga online i deixa't seduir per la gran varietat d'infusions i tes frescos, complements, màquines de cafè ...



L'Aula de COMRàdio obre nous camins creatius per a la publicitat radiofònica local

►► Text: Juan José Perona

►► **Trencar els mites que afecten la publicitat radiofònica local i donar les claus per dotar de més qualitat uns missatges excessivament informatius que no potencien la imaginació, han estat els principals objectius del darrer cicle de formació de l'Aula de COMRàdio que sota el títol *Creativitat i publicitat radiofònica* es va desenvolupar entre el 31 de gener i el 15 de març de 2011. Els continguts d'aquest curs els han impartit professors i investigadors del Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica Publliradio, amb el qual el passat 17 de desembre COMRàdio va signar un conveni de col·laboració i de transferència de coneixement. Aquest grup està adscrit al Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat II de la UAB.**

►► Al llarg de la primera sessió, la professora Anna Fajula va parlar del concepte de creativitat i va transmetre als assistents com aquesta es pot convertir en una eina de treball. La creativitat permet oferir noves perspectives, nous punts de vista, noves combinacions i, per tant, és la que possibilita diferenciar els productes, els serveis o les institucions a través de la seva comunicació, ja que els conferix un valor afegit. Un altre dels objectius d'aquesta primera sessió va ser desterrar algunes de les creences, comunament acceptades, de la publicitat local i la ràdio, com ara aquelles que fan referència a la manca de possibilitats creatives del mitjà o que elements com el pressupost o la tipologia d'anunciants locals no permeten ser creatius.

Entenent que al marc dels ecosistemes comunicatius petits ens trobem davant casuístiques molt concretes i que el temps sol ser un condicionant clau en la creació de peces publicitàries, es va

explicar el mètode del *brainstorming* com a tècnica de generació d'idees i el *brifing* creatiu com a instrument per a la sistematització estratègica de les idees. També es va parlar de diferents possibilitats de donar forma a la idea que va més enllà de l'estil humorístic o de l'informatiu. La sessió va concloure amb un repàs a les preguntes més freqüents al voltant de la normativa que cal tenir en compte per a la creació de peces publicitàries sonores, especialment tota aquella que fa referència a la utilització de la música. Abans de finalitzar es va destacar el fet que tots els elements del llenguatge radiofònic han d'ajudar a construir el concepte que volem transmetre, per la qual cosa, no és vàlida, per exemple, la utilització de qualsevol música ni de qualsevol efecte.

►► Aquesta afirmació és, justament, la que va presidir la segona classe, en la qual el professor Juan José Perona va exposar els trets més importants que, pel que fa a l'ús de les possibilitats comunicatives i expressives del llenguatge propi d'aquest mitjà, defineixen la publicitat radiofònica al nostre país. Amb l'objectiu d'aprofundir en l'ús creatiu del so, Perona va exemplificar com transformar les idees en peces publicitàries atractives i força allunyades de les rutines que imperen a la ràdio actual.

El curs es va completar amb dues sessions pràctiques en què, assessorats pels professors Armand Balsebre i M^a Luz Barbeito, els assistents -més d'una trentena- van tenir l'oportunitat d'experimentar amb nous estils i noves formes de transmissió dels continguts publicitaris sonors.



►► Imatge de la sessió La idea sonora.

Actualment, Publliradio, reconegut per la Generalitat de Catalunya com a grup de recerca emergent, porta a terme una investigació subvencionada pel Ministeri de Ciència i Tecnologia sobre la sono-esfera digital com a nou entorn de recepció de missatges sonors entre els joves. Estudi dels hàbits d'escolta per al desenvolupament de nous formats de publicitat institucional. A més, Publliradio disposa d'un web d'innovació docent on es pot entrar lliurement (www.publliradio.net) i, entre altres funcionalitats, els internautes poden accedir a una fonoteca que recull nombroses insercions publicitàries radiofòniques o als resultats de les recerques portades a terme pel seu personal investigador.

►► Amb aquest nou cicle impartit per Publliradio, es completen els cursos adreçats a quatre dels perfils més comuns a les emissores municipals de la xarxa de COMRàdio: direcció, redactors, tècnics i creatius publicitaris. Més de 100 professionals han assistit als anteriors cicles organitzats per l'Aula de formació dirigida pel periodista Enric Sopena. Aquesta aula de formació és una línia de servei adreçada a les emissores municipals que ofereix als seus treballadors i professionals formació permanent. ◀



Les emissores municipals, pioneres en integració

►► Text: Núria de José

►► “Els companys del programa *Almohajir* van convidar la presidenta de l'associació de veïns que havia convocat la manifestació. Junts van fer una crida als veïns perquè hi participessin. Va ser una iniciativa d'ells, no va ser la direcció qui els ho va demanar”. Aquest és un fragment d'una conversa en què el director de Ràdio Salt, Jofre Ferrer, explicava com havien viscut a l'emissora els fets que durant uns dies han estat portada als mitjans de comunicació d'abast nacional.

►► *Almohajir* és un programa que fa l'associació saltenca Almohajiren Almagareba. L'entitat es dedica a fer classes d'àrab a nois i noies, fills de nous immigrants, que tenen com a llengua habitual el català. No és l'única entitat vinculada al col·lectiu d'origen magribí que fa el programa a l'emissora; *Salt de sons* el fa l'associació de magribins sense fronteres i aviat estrenaran *Un salt al món*, que faran joves acabats d'arribar a Catalunya i que vol ser un punt de trobada que alhora serveixi per millorar l'aprenentatge de la llengua.

A Salt fa deu anys que les persones novingudes fan un programa a la ràdio pública. De fet, les emissores municipals han estat pioneres en aquest sentit. A les programacions queda reflectida, millor que a cap altre mitjà de comunicació, la diversitat d'origens que hi ha als carrers de cada poble o ciutat.

A Badalona han fet l'aposta de tenir un magazín diari de dues hores destinat a fomentar la integració. Es diu *Nines russes* i ha estat premiat per l'Observatori de la Diversitat del CAC. El dissabte al matí, els ciutadans de Rubí poden escoltar *Som solidaris*. El programa aplega diferents espais realitzats per entitats solidàries. Destaquen *Caña cubana* que fa el casal catalanocubà José



►► Sala de Control de Ràdio Salt. Fotografia: Ràdio Salt.

Martí i *La voz de botijas*, realitzat pel col·lectiu uruguaià.

►► La majoria dels programes centrats en l'activitat dels catalans d'origen magribí estan fets per entitats locals. A Arenys de Mar, la Khadija Aragrib, presidenta de l'associació de dones marroquines, condueix *Mediterrània*, un espai que té l'objectiu de fomentar la integració a través de l'intercanvi cultural. Una iniciativa semblant a la que porta a terme l'associació Al Ouahda, de Mataró, amb el programa *Per tot el món* que fan quinzenalment a l'emissora municipal de la ciutat. A Torelló, des d'aquesta temporada, la comunitat musulmana, amb la col·laboració de l'Ajuntament, fa mensualment la tertúlia *Fusió de civilitzacions*. Aquests programes utilitzen el català com a llengua vehicular. En algun cas, com a Salt, si algú intervé en un altre idioma el conductor fa la traducció. Un cas pe-

culiar és el *Djiké*, l'espai que fa la comunitat mauritana a Ràdio Mollet. Parlen en soninké de l'actualitat social i política de Mauritània i també ofereixen música africana.

Brisas de los aires és una entitat de Mollet que promou el folklore de Xile i té un programa a la ràdio des d'on parlen de l'actualitat del seu país. Diversitat, dones, convivència i multiculturalitat, tractats des d'una perspectiva de gènere són els eixos del *Barreja't amb mi* de Ràdio Cubelles.

Actualitat i música

►► L'estiu passat Ràdio Calella celebrava els 30 anys amb una festa arran de platja. Un dels protagonistes va ser el locutor d'origen equatorià Washington Zambrano. *Miscel·lània*, el programa que presenta a la ràdio del municipi, s'ha fet conegut per les moltes

trucades que rep tant d'oients autòctons com de nouvinguts. Per Nadal, des de Molins de Rei, en Carles López, un paraguaià catalanoparlant que fa anys que viu a la ciutat, ens explicava com es viuen les festes a diversos països llatinoamericans. El nom del programa que presenta, *Una finestra oberta al món*, descriu clarament el seu propòsit: "una manera d'acostar i apropar la diversitat cultural de la vila als oients".

Molts llatinoamericans ens acosten la música dels seus països des de diverses emissores. Hi ha exemples com el badaloní *Picadillo*, *Somos Latinos* i *Con sabor a mi tierra* de Cunit o *Un canto de amistad* de Ràdio Sant Boi, que des de fa anys també es pot escoltar per Latincom.

Experiències

▶ Hi ha programes, com *Vagabundo* de Ràdio Malgrat o el *Cinc cantons d'Arenys*, en què els ciutadans vinguts d'altres llocs expliquen la seva experiència.

La cultura i la societat indopaquistaneses també tenen un espai de divulgació a les emissores municipals. En el cas de Badalona, hi ha el *Git sangit* que fan ciutadans d'aquest origen que habitualment resideixen a Barcelona.



▶▶ **Les ràdios municipals, pioneres en la integració. Fotografia: Ràdio Salt.**

També hi ha persones vingudes d'altres països que col·laboren amb les emissores municipals sense fer espais específicament destinats a la seva comunitat d'origen com l'Alberto que presenta *Dacapo* a Ràdio Cornellà.

▶ La integració per mitjà del coneixement entre autòctons i nouvinguts és una constant a gairebé totes les propostes encara que siguin molt dife-

rents en continguts i formats. La divulgació del coneixement i l'ús del català també és un factor important i ha estat el motor de propostes concretes com l'espai *Collita pròpia* de Ràdio Sant Vicenç dels Horts o l'*Onescat*, el primer curs de català per ràdio dirigit a persones nouvingudes, que va tenir l'origen a Salt i que posteriorment COMRàdio i el CPNL van posar a disposició de la resta d'emissores mitjançant la Sindicada. ◀

IMAGINES RES MES RELAXANT A LA OFICINA O EMPRESA?

DONCS EXISTEIX, TENIR AIGUA MINERAL NATURAL FACILITA LA CORRECTA HIDRATACIÓ DELS TREBALLADORS CONTRIBUTINT A UNA ÒPTIMA CONCENTRACIÓ I RELAXACIÓ.

TRUCA'NS AL
900 712 426

T'INFORMAREM DE TOTA LA
RELAXACIÓ QUE PODEM OFERIR-TE





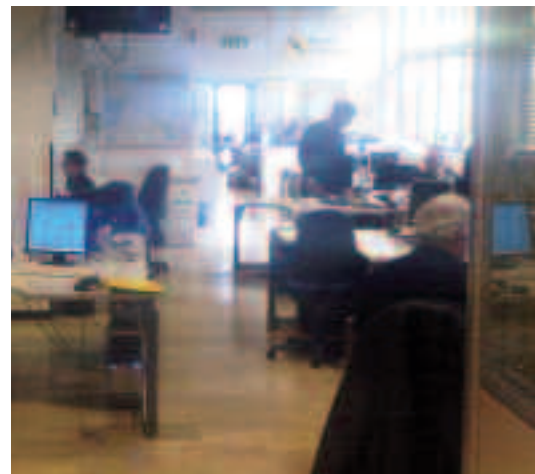
COMRàdio participa en un projecte amb emissores d'Itàlia i Bulgària

▶▶ Itàlia, Bulgària i Espanya participen en un projecte europeu d'educació a la sobirania alimentària i per un consum responsable. D'aquesta manera, Radio Popolare d'Itàlia, Za Zemiata de Bulgària i COMRàdio d'Espanya són les encarregades de difondre aquest projecte europeu amb la preparació de 20 programes de ràdio que tractin de 20 temes específics a partir de la temàtica general de l'educació a la sobirania alimentària i per un consum responsable.

▶ La producció es fa de manera autònoma per cada país amb la finalitat de crear consciència sobre l'autonomia alimentària. COMRàdio se situa, amb aquest acord, en un referent europeu en la divulgació dels temes de caire públic i social.

Todor Slavov, en representació de Za Zemiata; Marco Di Puma, de Radio Popolare, i Francesc Triola, de COMRàdio, van acordar aprofundir en altres vies de col·laboració per a la difusió de programes d'interès comú.

▶ Aquest protocol es va establir durant la reunió que es va fer a Milà el passat mes de gener durant les jornades preparatòries del projecte de la Comissió Europea *De la seguretat alimentària a la sobirania alimentària*. Aquest programa dirigeix ciutadania i autoritats locals a seguir un nou paradigma europeu per reduir la fam a món i pretén augmentar la consciència sobre la sobirania alimentària entre els ciutadans d'Itàlia, Espanya i Bulgària. ◀



▶▶ Instal·lacions de Ràdio Popolare a Milà, emissora amb la qual COMRàdio i Za Zemiata col·laboren en un projecte europeu.



El portal català de la comunicació

www.comunicacio21.cat

El portal català de la cultura

www.cultura21.cat





Premi dels espectadors a un programa de Sesrovires TV

▶▶ Telespectadors Associats de Catalunya (TAC) ha premiat en els XVI Premis Zapping dues ofertes de la televisió local. En l'apartat al millor informatiu, reportatge i documental de la televisió local, el guanyador ha estat l'informatiu *En paral·lel*, de Sesrovires TV 10, que forma part de la XAL, i que es va imposar a *Les notícies de les 10 de BTV*, i *Espais de la memòria*, presentat per Comunicàlia.

▶ Així mateix, el programa *Banda Sonora*, coproduït per BTV i la Xarxa de Televisions Locals, es va emportar el premi al divulgatiu cultural de televisió local. Els altres dos finalistes van ser *Carrers*, presentat per la XAL, i la producció d'Olot TV *I... per què?*

A més a més, el director del programa d'esports de COMRàdio *Que has dinat?*, Sergi Mas, va quedar finalista en l'apartat d'actor pel seu paper del president José Montilla del Polònia de TV3.

▶ Els Premis Zapping són els únics que s'atorguen a Catalunya. A diferèn-



▶▶ **Els responsables de l'informatiu En paral·lel de Sesrovires TV 10 van recollir el Premi Zapping.**

cia d'altres, els Zapping premien la qualitat dels programes sense fixar-se en les audiències.

Els socis de TAC són els que escullen els finalistes de cada categoria i un jurat decideix el guanyador.

▶ Telespectadors Associats de Catalunya és una associació sense ànim de lucre, integrada per més de 17.000 persones. El seu objectiu, obert a tota la ciutadania, és col·laborar en la millora de l'oci audiovisual, fent-se ressò de la veu dels usuaris. ◀



Neix BriefingDigital

#BRIEFINGDIGITAL

▶▶ lamalla.cat, el diari digital de la informació de la Xarxa Audiovisual Local, i el grup Economia Digital han iniciat BriefingDigital, unes trobades informatives periòdiques obertes al públic per les quals passaran empresaris i professionals rellevants de l'àmbit de l'economia i del món empresarial. Cada sessió s'estructura en dues parts, una en què el convidat fa la seva intervenció i una altra amb les preguntes i

diàlegs del ponent amb els assistents presencials i virtuals via Twitter. El conseller delegat d'Inmobiliària Colonial, Pere Viñolas, va ser el primer convidat de BriefingDigital el passat dilluns 24 de gener. Totes les trobades es poden seguir a través dels webs de lamalla.cat i Economia Digital. A més, els continguts es poden trobar en els canals de Twitter utilitzant el hashtag #briefingdigital.

▶ El convidat previst per al mes de març ha estat el recentment escollit president de la patronal espanyola CEOE, el barceloní Juan Rosell. BriefingDigital és la primera iniciativa conjunta de la Xarxa Audiovisual Local i Economia Digital, que enguany han arribat a un acord de col·laboració per tal d'impulsar projectes conjunts a l'àmbit multimèdia, la producció audiovisual i les conferències. ◀



El programa 'Eureka!' guanya el Premi Pica d'Estats de la Diputació de Lleida

▶▶ La Diputació de Lleida ha concedit el Premi Turístic Pica d'Estats en la categoria de ràdio al reportatge *L'Univers del Montsec* del programa *Eureka!* de COMRàdio.

▶▶ El premi, que enguany ha arribat a la XXII edició, és un referent del periodisme turístic d'àmbit estatal i premia els treballs que se centren en els aspectes turístics de les comarques de Lleida. El jurat està format per prestigiosos professionals del món de la comunicació com Enric Frigola, Josep Cuní, Lluís Foix, Ramon Font, Antonio Franco, Josep Lluís Cadena, Mariano Palacín, Josep Ramon Ribé i Àngel Vidal.

El reportatge guardonat està centrat a l'observatori del Montsec, un dels millors llocs de Catalunya per observar el cel. Des del Centre d'Observació de l'Univers, *Eureka!* va explicar què veia per un telescopi i va traslladar als oients l'experiència d'estar en un planetari excepcional, l'Ull del Montsec, una instal·lació multimèdia amb una cúpula mòbil que permet observar el cel directament, lluny de la contaminació lumínica.

Eureka! és un programa dedicat a la divulgació científica i tecnològica que



COMRàdio emet els dissabtes i diumenges, d'11 a 14 hores. L'espai el dirigeix i presenta Mònica López i l'equip està format per Pere Figuerola, Núria Jar i Iona Casadevall. ◀

▶▶ Twitter, en català



▶▶ El conseller delegat de Twitter, Dick Costolo, va confirmar a l'explorador del programa *Extraradi*, Albert Cuesta, que Twitter (@twitter.com) es posarà en contacte amb ell per iniciar la traducció de la popular xarxa al català.

▶▶ Cuesta ho va explicar en directe al programa el 15 de febrer des del World Mobile Congress, que es va fer a Barcelona el passat mes de febrer. Cuesta, periodista especialitzat en tecnologies personals, va iniciar una campanya que compta amb més de 3.500 adhesions i, finalment, va rebre una resposta afirmativa de l'empresa, tot i que la traducció l'hauran de fer els usuaris. ◀

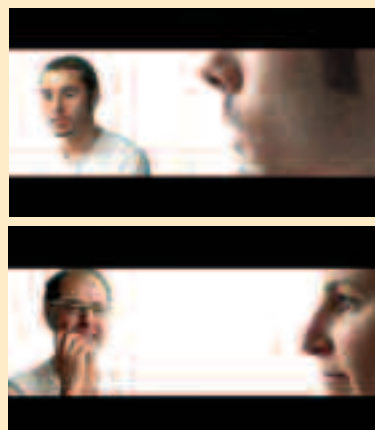


La sèrie 'Tu mateix', seleccionada a l'Input2011

▶▶ La sèrie *Tu mateix*, emesa dins el programa *Denominació d'Origen (DO)* de l'XTVL, ha estat seleccionada per a la projecció dins la conferència sobre televisió pública de qualitat Input 2011.

▶▶ Input (International Public Television) és l'únic esdeveniment internacional que se centra específicament en la projecció i el debat de programes innovadors i de qualitat produïts per televisions públiques de tot el món. El certamen se celebra aquest any a Seül (Corea del Sud) entre el 9 i el 12 de maig. *Tu mateix* és un projecte de nou format de 7 capítols de 12 minuts cadascun coproduït entre la XAL i els realitzadors Pau Ortiz i Sergio Roldán.

▶▶ *Tu mateix* és una aposta minimalista, que experimenta amb el llenguatge audiovisual, per parlar de la família. Es va difondre a través de l'XTVL durant la temporada de



▶▶ *Fotogrames de Tu mateix, emesa dins del programa DO de l'XTVL.*

primavera de 2010. L'XTVL ja va tenir participació a l'Input 2007 a Lugano (Suïssa), a través de *Paraules al Vent*, de la productora Yomeloguiso, un projecte emès també dins de la reserva de nous creadors *Denominació d'Origen (DO)*. ◀

▶▶ +info a: www.xtvl.tv/tumateix



L'XTVL acull una nova temporada de DO



▶ A finals de gener va arrencar la nova temporada d'hivern del programa *Denominació d'Origen (DO)* de l'XTVL amb sis projectes audiovisuals.

▶ Key Project Freelances ens presenta *Rest*, un projecte en què 12 creadors ens traslladen al món dels somnis. Camille Zonca ens transporta a la sèrie de ciència-ficció *Projecte Oracle* en la qual una altra realitat, Eden Corp, controla la ciutat a través d'una tecnologia exclusiva i secreta. En un futur també remot s'ubica la proposta d'animació *Diari de l'Últim Home* en què Balthar, l'últim ésser humà, revisa a través de les seves notes la història de l'Univers. Coproduïda entre Gusano Films i Señal Colombia, aquesta sèrie va obtenir el



Premi MAC Nous Formats 2010 i va participar a l'Animac Mentors l'any 2010.

▶ La càmera enamorada torna aquest 2011 amb una ficció molt propera al documental *Tu i jo i tots els animals del bosc* que explica com una noia amb un lleuger trastorn de persona-

litat passa uns dies en un càmping del Pirineu acompanyada d'un amic. D'altra banda, la productora El Cangrejo proposa un viatge a *El poble del costat* seguint la història d'en Roger, que decideix abandonar per sempre la gran ciutat i emprendre un nou camí en bicicleta.

▶ Finalment, DO potencia el format *Concerts Privats* amb la incorporació de públic a les actuacions i enregistraments. Com en temporades anteriors, la productora Miniature és la responsable del fil conductor WE ARE DO, un club de ments inquietes i obertes que dona força a la comunitat de nous creadors. ▶

- ▶ +info a: www.wearedo.tv
- ▶ +info a: www.wearedo.tv/bloc
- ▶ +info a: www.xiptv.cat/do
- f www.facebook.com/wearedo
- t <http://twitter.com/wearedo>



'Dynamo Effect', nou programa de COMRàdio

▶ COMRàdio ha emès entre el 31 de gener i l'11 de març el nou programa *Dynamo Effect*, una producció de l'Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV), que tracta temes relacionats amb la sostenibilitat mediambiental i l'eficiència energètica.

▶ A *Dynamo Effect* es parla, entre altres matèries, de canvi climàtic, alimentació i agricultura, llars sostenibles, climatització, electricitat neta, consum energètic sostenible, reciclatge i reutilització, i mobilitat intel·ligent.

▶ La sèrie, de 30 capítols, s'ha pogut escoltar a la programació La-

tincom de la freqüència d'ona mitjana (882) de dilluns a divendres, entre dos quarts de vuit i les vuit del vespre. Aquest programa forma part d'un projecte europeu en què han participat 300 emissores que produeixen 210 programes que s'emeten en emissores de proximitat d'Àustria, França, Alemanya, Hongria, Irlanda, Itàlia i Espanya.

L'objectiu de *Dynamo Effect* és reduir l'esclatxa que existeix entre els diferents països europeus en matèria d'eficiència energètica intel·ligent i de mobilitat sostenible, a més de facilitar l'intercanvi de bones practiques entre tots aquests països europeus.



Sant Joan Despí s'incorpora al xip/tv

▶▶ L'Ajuntament de Sant Joan Despí i la XAL van acordar l'adhesió de l'Ajuntament al xip/tv, la plataforma de distribució per internet de continguts audiovisuals sota demanda.

▶▶ L'acord, signat per Marc Melillas, director general de la XAL, i Antonio Poveda, alcalde de Sant Joan Despí, ha permès la posada en funcionament de despi.tv, una finestra audiovisual oberta a l'activitat social del municipi. El nou canal que va incrementant la seva oferta de vídeos i programes, posa imatges als principals esdeveniments socials de la ciutat. El canal despi.tv s'estructura en diferents programes: inicialment, *Despí Notícies*, amb l'actualitat municipal; *Ciutat Modernista*, amb la difusió del patrimoni; i *La ciutat que m'estimo*, amb la promoció de Sant Joan Despí.

▶▶ El canal, que des de la seva aparició ja compta amb més de 6.000 vídeos vistos, busca dinamitzar la vida social, cultural, econòmica i esportiva del municipi. Precisament durant les passades festes de Nadal, el nou canal



▶▶ Marc Melillas, director general de la XAL, i Antonio Poveda, alcalde de Sant Joan Despí, van signar el conveni.

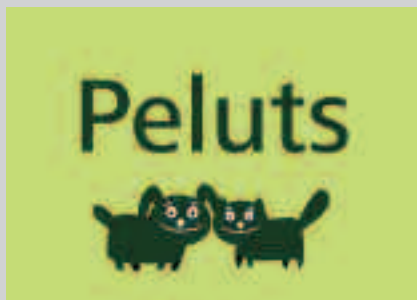
IP va posar en marxa un programa per seguir les activitats específiques de la ciutat. Amb despi.tv són 15 els canals locals allotjats a xip/tv. A banda dels canals locals, la plataforma posa a disposició dels usuaris tres canals temàtics:

un d'infantil, un d'esports i un tercer de cultura i nous formats. La plataforma està assolint una acceptació molt bona entre l'audiència.▶▶

▶▶ +info a: www.despi.tv



'Peluts', el nou programa d'animals de l'XTVL



▶▶ *Peluts* és el nou programa a les tardes de dimecres per divulgar la problemàtica dels animals de companyia abandonats (gossos i gats). Amb la col·laboració de la Societat

Protectora d'Animals de Mataró promou l'adopció i la tinença responsable.

▶▶ El programa combina una entrevista amb un expert o un membre d'una entitat relacionada amb la protecció dels animals, dependències veterinàries i llars de famílies adoptants.

▶▶ Cada dimecres a les 7 del vespre, l'espai de 25 minuts de durada presenta un animal que vol ser donat en adopció i que serà present al plató per tal que els espectadors el puguin conèixer. També des de *Peluts* s'ofereixen

consells pràctics per poder tenir cura de les nostres mascotes.

▶▶ *Peluts* és una producció de l'XTVL i m1tv amb la col·laboració de la Societat Protectora d'Animals de Mataró (SPAM). L'origen d'aquest programa està en un del mateix nom que també va sorgir de la Societat Protectora d'Animals de Mataró, el qual s'emet per Mataró Ràdio i està disponible a la plataforma Sindicada de COMRàdio.▶▶

▶▶ +info a: www.xtlbloccs.cat/peluts

▶▶ Arrenca la nova temporada de 'Ciudadella'



Amb la represa de l'activitat al Parlament després de les eleccions del 28 de novembre, el mes de gener va arrencar la nova temporada del programa d'informació parlamentària *Ciudadella* (www.xtvl.tv/ciudadella). L'espai, coproduït per la Xarxa de Televisions Locals i Catalana de Televisió Local (CTL), incorpora noves seccions i renova el seu bloc. A més, s'incorpora a les xarxes socials amb una nova finestra a Twitter (@CiudadellaTV)

per seguir les interioritats del Parlament. També es pot veure a través de la plataforma del xip/tv. El programa està dirigit per Toni Hervàs i Marina Fernández.

▶▶ 'Miralls de dones', un documental sobre les aportacions socials de dones

Miralls de dones és una minisèrie documental sobre les aportacions socials de les dones en diferents àmbits. Es tracta d'una coproducció entre l'Àrea d'Igualtat i Ciutadania de la Diputació de Barcelona i la Xarxa Audiovisual Local, realitzada per Judit Porta. L'acte de presentació va ser presidit per la diputada d'Igualtat i Ciutadania de la Diputació de Barcelona, Imma Moraleda, i hi van participar algunes de les protagonistes del programa, que es va estrenar el passat 14 de gener a l'XTVL. La sèrie, estructurada en 13 capítols, retrata dones actuals que destaquen en algun àmbit professional i que s'emmirallen en una dona del passat. Cada capítol enllaça la vida de dues dones, unides per l'exercici de la mateixa professió, però pertanyents a diferents espais i èpoques. Es tracta, en definitiva, d'establir analogismes entre les dificultats i les fites assolides per dues dones en moments temporals diferents, una mena de mirall històric a través del qual es pot concloure l'avenç important però no definitiu de la dona fins avui dia. Entre les dones que participen a la sèrie hi ha l'actriu Rosa Novell, que evoca la figura de Margarita Xirgu; l'escriptora Montserrat Abelló, al costat de M. Aurèlia Campmany; la periodista Àngels Barceló amb Carme Karr o la política Carme Chacón, que rememora el llegendari Frederica Montseny. www.xtvl.tv/mirallsdedones



▶▶ Solsona FM s'adhereix al CCL

L'Ajuntament de Solsona va aprovar la incorporació al Consorci de Comunicació Local, amb la qual cosa Solsona FM s'adhereix a COMRàdio. El principal motiu és l'assessorament que ofereix, encara que es van estudiar altres possibilitats, però es va optar per COMRàdio perquè "ofereix un ventall més ampli de serveis de manera completament gratuïta", segons va destacar la regidora de Comunicació, Clara Agut, que és la representant municipal al CCL. A partir d'ara, Solsona FM pot emetre la programació de COMRàdio i intercanviar continguts amb la resta de ràdios de la xarxa mitjançant la plataforma Sindicada i l'emissora solsonina esdevé una corresponsalia de COMRàdio.

▶▶ Portal de Nadal de lamalla.cat

lamalla.cat va tenir actiu un portal destinat al Nadal, en el qual hi havia una representació virtual de les fires que omplen pobles i ciutats. En aquest especial, petits i grans van poder optar a guanyar regals amb la participació en jocs i concursos. El portal va permetre felicitar les festes amb postals virtuals i compartir opinions i suggeriments. S'hi van incloure continguts divulgatius i jocs sobre les tradicions, la gastronomia i l'univers de Nadal. Tot plegat a partir d'una passejada virtual entre diferents parades, un quiosc, una xurreria, uns cavallets infantils i altres elements d'animació. Un dels elements centrals del portal va ser un pessebre de caganers protagonitzat per personatges que van ser notícia el 2010.

▶▶ 'Batega', un programa de salut

Batega és un programa sobre salut que combina reportatges elaborats per les televisions adherides a l'XTVL, entrevistes a professionals i pacients i, també, consells amb voluntat didàctica. *Batega* (www.xiptv.cat/batega) tracta els temes d'una manera fàcil, gràfica i útil, descobreix les instal·lacions hospitalàries i de recerca en matèria de salut a Catalunya i apropa la tasca que fan i els serveis que s'ofereixen a la ciutadania. *Batega* és coproduït per la Xarxa de Televisions Locals i la TV L'Hospitalet i presentat per Esther Castanardo.

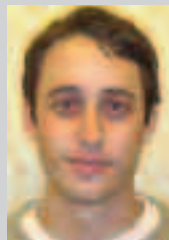


▶▶ 'TotsxTots', des d'Estrasburg

El programa *TotsxTots*, que presenta Ramon Company, es va emetre el passat mes de desembre des de la seu del Parlament europeu a Estrasburg, el mateix dia de l'entrega del premi Sàkharov 2010 al dissident cubà Guillermo Fariñas. El programa va comptar amb un debat entre els eurodiputats Raimon Obiols (PSC), Ramon Tremosa (CiU), Oriol Junqueras (ERC) i Raül Romeva (ICV-EUiA). Un altre aspecte que es va tractar va ser el cas Wilileaks i es va donar a conèixer la tasca de l'Oficina Europea de la Diputació de Barcelona, la del portaveu i director del Parlament europeu i les experiències viscudes pels traductors i els assistents dels europarlamentaris. Finalment, es farà una tertúlia amb eurodiputats d'altres països.

▶▶ El Marroc veta l'entrada a un periodista de COMRàdio

El redactor de COMRàdio David Collantes va ser expulsat del Marroc per la seva condició de periodista, quan era de vacances a Marràqueix. Les autoritats marroquines li van denegar l'accès al país i el van obligar a embarcar en un vol de retorn a Barcelona. Segons va explicar el mateix Collantes a l'arribar a Barcelona, "a l'aeroport de Marràqueix em van dir que com a periodista espanyol no podia entrar al Marroc". COMRàdio es va posar en contacte amb el Ministeri d'Afers Exteriors espanyol, que va assegurar que faria les gestions oportunes per esbrinar els fets i realitzar els contactes diplomàtics que calguessin.



▶▶ Mor Àlex Aguiló, exdirector de Ràdio Arenys

Àlex Aguiló va morir el passat dia de Reis als 61 anys. Aguiló va desenvolupar gran part de la seva carrera professional com a agent de duanes i comercial de telecomunicacions. També era un gran afeccionat a la fotografia i la música. El 1979 ja va formar part dels primers equips de col·laboradors de Ràdio Arenys i va ser un dels col·laboradors i dinamitzadors més importants durant els primers anys d'arrendada d'aquesta emissora, una de les primeres. Així, va participar tant en l'aspecte tècnic com en la producció de programes musicals i, finalment, va assumir la direcció de l'emissora municipal l'any 1994.

▶▶ El Parc Audiovisual de Terrassa consolida l'ocupació dels platós durant 2010



La producció audiovisual catalana, igual que l'any anterior, ha actuat com a dinamitzadora de l'activitat del sector audiovisual i és un dels segments que s'ha mantingut en positiu en l'ocupació

de platós al Parc Audiovisual de Catalunya de Terrassa. En total, 62 produccions audiovisuals s'han gestionat amb èxit el 2010 des del Parc Audiovisual de Catalunya. En qualsevol cas, es tracta d'una gestió de rodatges lleugerament superior a la realitzada durant el 2009, ja que s'han arribat a les 62 produccions respecte a les 60 de 2009. La producció de llargmetratges que és un dels principals motors del sector audiovisual i, que fa temps que ocupa les instal·lacions del Parc Audiovisual, ha estat encapçalada aquest 2011 per les pel·lícules. El comportament més positiu de 2010 ha estat gràcies al sector publicitari, ja que ha augmentat la xifra de l'any anterior fins a 15 produccions publicitàries, moltes d'elles per a campanyes internacionals i mundials.

▶▶ Borrassà posa en marxa un canal de televisió local per Internet al web de l'Ajuntament

L'Ajuntament de Borrassà ha posat en marxa un nou canal informatiu per millorar la informació amb els veïns i disposar d'un arxiu de vídeos dels actes més rellevants que es duen a terme al poble. Es tracta del canal Borrassà TV, que s'ha inserit en el lloc web de l'Ajuntament i té accés gratuït. El projecte es fa conjuntament amb Tramuntana TV, que s'encarrega d'enregistrar les imatges i gestionar el canal televisiu. Aquest model de televisió local per internet va rebre el Premi Carles Rahola de Comunicació Local que atorga la Diputació i el Col·legi de Periodistes de Girona.

▶▶ Aldaia Ràdio obté la llicència provisional de la Generalitat valenciana

Després de nou anys d'espera, Aldaia Ràdio 98.2 FM ha rebut la resolució de l'adjudicació provisional de la llicència amb el dial 98.6 FM. L'any 2000, com a embrió de l'actual projecte radiofònic, l'Ajuntament d'Aldaia va demanar a la Generalitat valenciana la llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònica. Des d'aleshores, i a punt de complir gairebé 10 anys emetent en proves i les reiterades peticions encara no l'havien obtingut.

▶▶ Torneig solidari 'XS-Esports'

Per tercer any consecutiu, la Xarxa de Televisions Locals i el Futbol Sala Femení Castelldefels van organitzar durant el cap de setmana del 8 i 9 de gener el torneig solidari *XS-Esports de futbol sala femení*. Aquest esdeveniment serveix per recollir material esportiu i didàctic per ajudar els nens d'El Salvador a través de l'ONG Estudiants i Mestres Multidisciplinar per a la Cooperació Internacional. El torneig es va disputar al poliesportiu municipal Can Roca de Castelldefels. *XS-Esports* està conduït per Dani Pajuelo i es pot veure els dissabtes i els diumenges a les 15 hores.



▶▶ Ràdio Sant Sadurní reforça els lligams amb la COM

Des del mes de gener Ràdio Sant Sadurní ha fet un pas més en el seu acord d'adhesió a la Xarxa d'Emissores Locals i ha introduït en la seva programació desconexions diàries amb COMràdio en la franja de matí, tal com preveu l'acord pres per l'Ajuntament de Sant Sadurní. Aquesta decisió permet a l'emissora municipal anoienca no només comptar amb la programació habitual, sinó també accedir i compartir serveis, recursos i continguts gràcies a la Sindicada amb la resta d'emissores locals públiques que formen part d'aquesta xarxa de ràdios municipals. Així, l'emissora reforça la seva graella i concentra la programació pròpia en la franja de tarda i vespre i els caps de setmana.

▶▶ Homenatge a Xavier Vinader



La Facultat de Comunicació Blanquerna-Universitat Ramon Llull va homenatjar el passat 8 de febrer el periodista Xavier Vinader, col·laborador de COMràdio. Hi van intervenir el degà de la Facultat de Comunicació, Miquel Tresserras; el director del Centre d'Estudis Històrics Internacionals-Pavelló de la República de la UB, Antoni Segura; l'autor del llibre *Xavier Vinader i Sánchez: periodisme i compromís*, Jaume Busqué; el periodista Jordi Évole, i el mateix Xavier Vinader.

▶▶ 'Bicicleta, cullera, poma', rep el Gaudí i el Goya

El documental *Bicicleta, cullera, poma*, dirigit per Carles Bosch, i coproduït entre Cromosoma, TV3, TVE i la Xarxa de Televisions Locals, ha rebut diversos guardons cinematogràfics en l'apartat de documental. Concretament, s'ha de destacar l'obtenció del Premi Gaudí, que concedeix l'Acadèmia Catalana del Cinema, i el Premi Goya, que dóna l'Acadèmia del Cine. *Bicicleta, cullera, poma* és un documental centrat en la malaltia d'Alzheimer que pateix, entre d'altres, l'expresident de la Generalitat Pasqual Maragall, qui és protagonista de la cinta, juntament amb la seva família. Els fons recaptats, tant del film com dels llibres sobre la pel·lícula, es destinen a la fundació que lluita contra aquesta malaltia i que està presidida pel mateix Maragall.



▶▶ La mort de Josep Catalan trasbalsa Ràdio Silenci

El passat 24 de febrer va morir Josep Catalan als 50 anys. Abans del traspàs, Catalan estava ingressat a l'Hospital Clínic de Barcelona pendent d'un trasplantament de cor. Durant molt anys, Catalan va ser l'home del temps a Granollers TV i a Ràdio 7 Vallès i també havia fet substitucions a TVE a Catalunya. A banda, Catalan va destacar per la seva implicació en diverses entitats de la Garriga, on vivia des de feia molts anys. Fins al seu traspàs, Catalan era membre del consell consultiu de l'Organisme Autònom de Mitjans de Comunicació de la Garriga, doncs havia participat activament a l'emissora municipal de la Garriga, Ràdio Silenci.

▶▶ Palamós i Sant Hilari, s'incorporen al Consorci de Comunicació Local

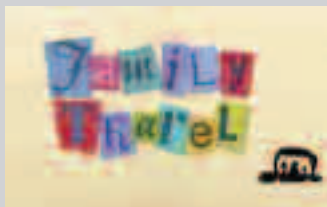
Les emissores municipals de Palamós, Ràdio Palamós 107.5 FM (el Baix Empordà), i Sant Hilari Sacalm, Ràdio San Hilari 107.3 FM (la Selva), han formalitzat la seva adhesió al Consorci de Comunicació Local (CCL). Dirigides respectivament per Manel Cerdà i Jordi Bartomeus, ambdues ràdios representen realitats municipals ben diverses, tant de territori com de població. Els dos directors valoren molt positivament les diferents línies de serveis que els ofereix el CCL, així com les possibilitats que els obre la programació Sindicada que la COM ofereix a tots els seus adherits.

▶▶ John Sinclair, entrevistat a la COM

El mític John Sinclair va visitar el passat 18 de febrer *L'altra cara de la lluna*, un programa de COMRàdio dirigit i presentat per Nando Caballero. Aquesta és una ocasió molt especial, primer perquè Sinclair és una icona del moviment contracultural dels Estats Units de Richard Nixon i, segon, perquè són molt poques i molt escollides les entrevistes que ha ofert l'artista als mitjans de comunicació.



▶▶ 'Family Travel', proposta cultural per a les famílies



La Xarxa de Televisions Locals va estrenar el gener *Family Travel*, un programa que acosta als telespectadors les darreres tendències culturals i d'oci que es poden fer en família arreu de Catalunya. *Family Travel* (www.petitaxarxa.cat/familytravel) és una coproducció de l'XTVL i la productora BeNéCé. Cada programa té 25 minuts de durada i s'estructura a partir d'un reportatge central sobre una activitat cultural pensada per fer en família. Uns clips d'animació protagonitzats, entre d'altres, per Baba i Non enllacen les diferents propostes.

▶▶ Ana Ruiz dirigeix un documental

La redactora del serveis informatius de COMRàdio Ana Ruiz és la directora del documental *L'Institut*, en el qual es fa una crònica sentimental d'un centre públic d'ensenyament mitjà, concretament de l'Institut Rubió i Ors de Sant Boi de Llobregat, on ella va estudiar.

▶▶ Triola a la tertúlia del CSIC

El director general de COMRàdio, Francesc Triola, va ser un dels ponents de la jornada *Del dret d'accés i de participació als mitjans de comunicació audiovisual*, organitzada per la Residència d'Investigadors CSIC i la Facetec, amb la col·laboració del Fòrum d'Entitats i persones usuàries de l'audiovisual i el CAC. Va ser el conseller del CAC Esteve Orriols qui va presentar el fòrum i a la tertúlia en què va intervenir Triola també hi havia la cap de responsabilitat social de TV3, Esther Fernández, la periodista de TVE Marisol Soto i Laura Bergés, de l'Assemblea per la Comunicació Social. També van intervenir María José Solé, Magdalena Sellés, Carme Mayugo i Maribel Rodríguez.

▶▶ Dídac Boza debat sobre xarxes socials



El director de lamalla.cat, Dídac Boza, va ser un dels ponents del 8è Seminari de Comunicació Pública, organitzat per l'associació Comunicació Pública, que es va fer a Cornellà el passat 24 de febrer. Amb el títol *Innovació a la comunicació pública: tecnologies per a un millor servei*, Boza va participar en la taula sobre les realitats innovadores en comunicació a la xarxa. Juntaent amb Boza, van intervenir Quino Fernández; director d'Interactius de Whats'on, Sergio Cortés; conseller delegat de Cink, i Cristina Ribas, professora de Periodisme de la UPF.


▶▶ Olot TV produeix un clip de Teràpia de Shock

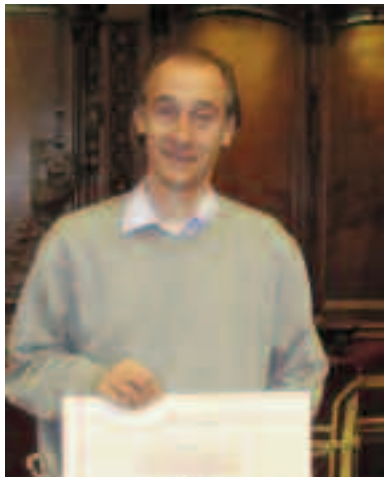
Coincidint amb el llançament del nou treball del grup Teràpia de Shock, Olot Televisió ha produït el videoclip *Tota la nit*. La cançó dona nom, precisament, a la darrera producció del conjunt garrotxí. El rodatge es va fer a diversos indrets d'Olot per contribuir a la promoció de la ciutat i una de les protagonistes del videoclip és una jove olotina, Anaïs Murlà, que actua de fil conductor. El videoclip es pot veure durant la programació d'Olot Televisió i també per internet a l'apartat OTV a la carta del web www.olot.tv.

▶▶ Josep M. Carbonell, degà de la Blanquerna

Josep M. Carbonell és el nou degà de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull en substitució de Miquel Tresserras, degà des de la creació de la facultat el 1994. Carbonell assumirà el càrrec el mes d'abril. Abans d'ocupar el càrrec de professor i doctor de la Facultat Blanquerna, va ser conseller i president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), membre de la comissió executiva de l'Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS), diputat al Parlament de Catalunya pel PSC, i director (1986-1995) de gabinet del president de la Diputació de Barcelona, entre d'altres.


Barcelona premia la trajectòria de Siscu Baiges

 El periodista de COMRàdio i sotsdirector del programa *Tots x tots*, Siscu Baiges, ha estat guardonat amb el premi a la trajectòria professional de la XVII edició dels Premis als Mitjans de Comunicació del Consell Municipal de Benestar Social de Barcelona. Aquest guardó li va ser entregat al Saló de Cent de l'Ajuntament de Barcelona. El jurat va reconèixer la trajectòria professional del periodista, "implicat amb els col·lectius més necessitats", i va destacar "la persistència per la transparència i el periodisme crític, però positiu" del guardonat. En recollir el premi, Siscu Baiges va assegurar: "Em continuen molestant les injustícies i les discriminacions, m'illusionen les revoltes del Magrib contra els dictadors, m'indigna el control de la política que fan els mercats financers. Mentre el cos aguanti continuaré posant les energies a la defensa d'aquestes causes". Baiges és llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB. Ha treballat en premsa, televisió i internet, però on més actiu ha estat és a la ràdio. En premsa, ha estat redactor de les revistes *L'Hora de Catalunya*, *El Món* i *El Triangle* i del *Diari de Barcelona*, en el qual es va especialitzar en reportatges i en informació local. A la televisió, ha participat en diferents programes i espais de debats i a internet, ha col·laborat en diversos webs, com SICOM. ◀




Sergi Mas, confrare del cargol





 El director del programa *Que has dinat?* de COMRàdio, Sergi Mas, va ser investit el passat mes de febrer confrare d'honor del cargol al tradicional acte de Can Soterias de Barcelona. Mas, que també retransmet els partits de l'Espanyol, compagina la feina a COMRàdio amb la d'actor al programa *Polònia* de TV3. A la vegada que Mas era investit confrare d'honor, també rebien el mateix reconeixement


l'actor José Corbacho, la vedet Lita Claver, l'humorista Godoy, l'excapità del Barça d'handbol David Barrufet, l'actor Pere Ponce o la model Martina Klein. La reina del cargol 2011 és la nadadora Mireia Belmonte, mentre que la cargolina d'or és Mònica Randall i el confrare d'honor és el locutor Luis del Olmo. ◀

Més...


 El programa *Eureka!* de COMRàdio, dirigit per Mònica López, va fer el programa en directe des del Zoo de Barcelona coincidint amb la celebració del *Posa't la gorra*, la festa organitzada per l'Afanoc.


 El programa *Extraradi*, dirigit i presentat per Olga Vallejo, ha emès una sèrie de reportatges sobre el procés de recuperació d'Oriol Bach, de 42 anys i que a finals de 2009 va patir un accident de moto que el va deixar en cadira de rodes per una lesió medul·lar. Des del mes de febrer és a l'Institut Guttmann, on li ensenyen a viure amb la seva discapacitat. Per altra banda, *Extraradi* té un còctel amb el seu nom gràcies a la creació de Fabio Sáenz.


 *Maneres de Viure*, el programa de COMRàdio que dirigeix Jordi Sacristan, ha emès una entrevista amb l'abat de Montserrat, Josep M. Soler. La conversa es va enregistrar a les instal·lacions del Monestir de Montserrat.

 Sergi Mas i l'equip del *Que has dinat?* han fet el programa aquestes últimes setmanes des de Valls en commemoració de les Festes Decennals de la Mare de Déu de la Candela i des de Blanes amb motiu de la inauguració d'un nou pavelló esportiu en aquesta localitat.

 El redactors d'esports de COMRàdio **Eduard Cabré, Sergi Mas i Jordi Pons** han participat en la tertúlia esportiva de Papiol FM (101.2), l'emissora municipal de la localitat del Baix Llobregat. La tertúlia s'engloba dins del programa esportiu *101.2 Esports*.

 **Pau Garcia-Milà**, director i presentador del programa *Empenta* de COMRàdio, és l'autor del llibre *Está todo por hacer*, que compta amb un pròleg de Felip de Borbó, príncep d'Astúries, i un epíleg de Felipe González, expresident del Govern espanyol. Garcia-Milà ja ha estat distingit amb prestigiosos premis com el Príncep d'Astúries i el Premi Nacional de Comunicacions.

 La col·laboradora d'*El Dia a la COM* **Meritzell Falgueras** ha estat escollida sommelier de l'any per la prestigiosa revista *Esquire*. La publicació ha considerat que Falgueras comunica els seus coneixement vinícoles de manera diferent, més propera i menys purista.

 El programa de televisió *El món a les mans*, una mini sèrie documental produïda per l'Àrea d'Igualtat de la Diputació de Barcelona i l'XTVL, ha rebut el premi a la Diversitat en l'audiovisual concedit per la Mesa per la Diversitat del CAC. ◀



* xip/tv

Més de 300 programes per gaudir
17 canals locals d'arreu de Catalunya
Amb més de 100 municipis
QUAN VULGUIS, COM VULGUIS I ON VULGUIS

xip/tv

www.xiptv.cat

la teva televisió local a la carta

* Xarxa de Televisions Locals



© 2008 Xarxa de Televisions Locals

Beliterna
Universitat Autònoma
de Barcelona

Edifici
Eureka

Plaça Tecnologia
i Innovació



Eureka I

Arquitectes: Norman Orlansman,
Carlos Toranzo, Antoni Sala
i Héctor Yuste

L'edifici, situat al Parc de Recerca
de la UAB, inclourà unitats de
recerca de la universitat i empreses
dedicades a l'R+D.

En comercialització



Edifici Media-Tic

Arquitecte: Enric Ruiz-Gel

En ple discaricte 229, acollirà
empreses del sector audiovisual
de les noves tecnologies de la
informació. A més, serà un cas
d'atracció per a la societat del
consumidor.

En comercialització



Barri de la Marina

Es preveu reordenar l'àrea de la
Marina, un espai equivalent a
quaranta blocs de l'Eixample,
preparant habitatge barri,
parcs, equipaments i zones
verdes.

En Projecte



Edifici CAC

Arquitectes: Jaume de Ossa i
Marta Casas

El nou edifici del Consell de
l'Auditoria de Catalunya (CAC)
disposarà de sistemes eficients
d'aprofitament energètic i
bioclimàtic.

Finalitzat



Banc de Sang i Teixits

Arquitectes: Josep Sabatà,
Horacio Espeche i Alex Casarrubia

Amb la nova seu del Banc de
Sang i Teixits es crea, al barri de
Poblenou, un espai de referència
en el sector de les donacions de la
salut.

Finalitzat



Torre Diagonal ZeroZero

Arquitecte: Enric Miralles-Bosch

La seu de Telefónica a Catalunya
situarà el seu centre de recerca i
desenvolupament i serà la porta
d'entrada a l'avinguda Diagonal.

En construcció



Sant Andreu

Arquitecte: Manuel de Sola-Morales

El barri de Sant Andreu és el focus
d'una activació urbanística que
inclou tota mena d'equipaments i
una gran varietat d'habitatges
(protegits, de cotxe i flures).

En construcció



Torre Espiral

Arquitecte: Zahè Hadid

Aquest contemporani edifici es troba
al centre històric del nou
Campus Interuniversitari del Besòs.

En construcció



BZ Barcelona Zona Innovació

En cinquanta hectàrees, aquest
espedidat projecte promourà
la innovació i l'activitat econòmica
en tres sectors clau: tecnològic,
alimentari i cultural.

En Projecte

Un nou pas cap al futur de Barcelona

Cada projecte urbanístic i empresarial que fem és un nou pas cap a una ciutat
més innovadora. Perquè una ciutat progressiva és la que hi fagi edificis
innovadors i emplaçaments tecnològicament avançats, que fomentin
l'R+D i generin nous negocis i activitats. Projectes que fan de Barcelona
una ciutat en evolució constant.

Fem créixer
Barcelona
www.elconsorci.net

el CONSORCI
barcelonès
d'urbanisme