

QUA-  
DERNS  
DEL  Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya CAC

Número extraordinari, setembre 2002

# Les televisions locals a Catalunya

De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat

Emili Prado  
Miquel de Moragas



**Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya**

[www.audiovisualcat.net](http://www.audiovisualcat.net)

**Quaderns del CAC** núm.extraordinari. Setembre 2002  
**Les televisions locals a Catalunya**

E-mail: [quadernsdelcac@correu.gencat.es](mailto:quadernsdelcac@correu.gencat.es)

**Autors:**

Emili Prado i Miquel de Moragas

**Equip de recerca format per:**

Josep Àngel Guimerà i Maite Soto

**Amb la col·laboració de:**

Belén Monclús i Oriol Gibert

**Editor:**

Joan Manuel Tresserras

**Director:**

Josep Gifreu

**Cap de redacció:**

Martí Petit

**Coordinació general:**

Sylvia Montilla

**Impressió:**

Grinver, S.A

**Assessorament lingüístic:**

Maria Mercè Florenza

Dipòsit legal: B-17.999/98

ISBN: 1138-9761

# Índex

■ Presentació i agraïments	5
■ Notes metodològiques	6
■ 1. Antecedents històrics. Origen i evolució de les televisions locals a Catalunya (1984-2001)	9
■ 2. Estructura i tipologia de les televisions locals a Catalunya	13
■ 3. Funcionament de les televisions locals	27
■ 4. Polítiques de comunicació i ordenament jurídic	65
■ 5. Conclusions	73
■ 6. Fonts consultades	85
■ Annex. Mapa i inventari de les televisions locals a Catalunya	87

## Consell de l'Audiovisual de Catalunya

President: Francesc Codina i Castillo

Vicepresident: Xavier Guitart i Domènech

Conseller Secretari: Carles de Alfonso Pinazo

Conseller adjunt a la presidència per afers internacionals: Joan Botella i Corral

Consellers: Núria Llorach i Boladeras, Victòria Camps i Cervera, Fèlix Riera, Fernando Rodríguez Madero, Jaume Serrats i Ollé, Joan Manuel Tresserras

Secretari General: Jaume Tintoré i Balasch



Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya

Generalitat de Catalunya

Entença 321  
08029 Barcelona  
Tel. 93 363 25 25 - Fax. 93 363 24 78  
E-mail: [audiovisual@correu.gencat.es](mailto:audiovisual@correu.gencat.es)  
Web: <http://www.audiovisualcat.net>

# Índex detallat

■ Presentació i agraïments	5
■ Notes metodològiques	6
■ 1. Antecedents històrics. Origen i evolució de les televisions locals a Catalunya (1984-2001)	9
■ 2. Estructura i tipologia de les televisions locals a Catalunya	13
2.1. Tipologia de les primeres etapes	13
2.2. Diversitat tipològica de les televisions locals (2001)	13
2.3. Període de creació de les televisions locals	14
2.4. Ubicació de les televisions locals: poblacions i comarques	14
2.5. Tipologia de les televisions locals segons la seva titularitat	16
2.6. Regularitat i horari de les emissions	18
2.7. La producció pròpia: eix de la televisió de proximitat	19
2.8. Estructura bàsica de la programació	20
2.9. Publicitat	21
2.10. Àrea de cobertura	22
2.11. Tecnologies de difusió	23
2.12. Sobre el "grau mínim" per poder denominar-se "televisió local"	23
2.13. Cinc models per a l'estabilitat de les televisions locals	24
2.14. Els nous conflictes per l'hegemonia en el territori: la tendència cap a una sola televisió per demarcació i cap a unes demarcacions més grans	25
■ 3. Funcionament de les televisions locals	27
3.1. Aspectes econòmics	27
3.1.1. Pressupost de funcionament	27
3.1.2. Vies de finançament	31
3.1.3. Política de despeses	34
3.2. Tecnologia i equipaments	35
3.2.1. Els estudis	35
3.2.2. Els equipaments tecnològics	37
3.2.2.1. Equipament d'emissió	38
3.2.2.2. Equipaments de producció	40
3.2.2.2.1. Equipament dels platós	40
3.2.2.2.2. Equipament dels controls de realització	40
3.2.2.2.3. Equipament de les cel·les d'edició	40
3.2.2.2.4. Unitats mòbils	41
3.2.2.2.5. Equipament de les redaccions	41
3.3. Organització professional	41
3.3.1. Personal de plantilla	42

3.3.2. Col·laboradors	43
3.3.3. Estructures organitzatives	44
3.4. Programació	47
3.4.1. Preferències genèriques de les televisions locals	48
3.4.2. Estructura general de l'oferta de les televisions locals	48
3.4.2.1. Distribució de la informació per gèneres	50
3.4.2.2. Distribució de l'esport per gèneres	53
3.4.2.3. Distribució del concurs per gèneres	53
3.4.2.4. Distribució de la ficció per gèneres	53
3.4.2.5. Composició de "divers"	54
3.4.3. Composició de les franges horàries	54
3.4.4. Llengua de les emissions	56
3.4.5. La diferència es troba en el contingut	58
3.5. La nova estructura empresarial i associativa i empresarial de les televisions locals	59
3.5.1. La filosofia de les televisions locals i el seu procés associatiu	59
3.5.2. L'administració pública i les televisions locals a Catalunya	60
3.5.3. Els grups mediàtics es fan presents en l'àmbit local	61
3.5.4. Empreses locals per a iniciatives locals	63
<b>■ 4. Polítiques de comunicació i ordenament jurídic</b>	<b>65</b>
4.1. La Llei de 1995: una llei de final d'etapa del govern del PSOE	65
4.1.1. Àmbit territorial i nombre d'emissores	65
4.1.2. Emissió en cadena	66
4.1.3. Publicitat	66
4.1.4. Concessió de freqüències: la llei en suspens	66
4.1.5. Un projecte de llei del PP (1997) finalment retirat	66
4.2. La llei de televisions locals i la regulació de la Generalitat	67
4.2.1. Reconeixement dels drets històrics d'emissió	68
4.3. La renovació del CAC i la seva incidència en el panorama audiovisual català	68
4.4. El futur de la televisió digital terrestre i la seva incidència sobre la televisió local	69
<b>■ 5. Conclusions</b>	<b>73</b>
5.1. Resum de l'estructura de les televisions locals: característiques principals	73
5.1.1. 104 televisions locals	73
5.1.2. Distribució territorial	73
5.1.3. Període de creació de les televisions locals	73
5.1.4. Titularitat	73
5.1.5. Àmbit de cobertura	73
5.1.6. Regularitat i horari de les emissions	73
5.1.7. La producció pròpia: eix de la televisió de proximitat	74
5.1.8. Estructura bàsica de la programació	74

5.1.9. Hores emeses	74
5.1.10. Tecnologies de difusió	74
5.1.11. Tecnologia audiovisual	75
5.1.12. Aspectes econòmics	75
5.1.13. Organització professional	75
5.1.14. La nova estructura associativa de les televisions locals	75
5.1.15. Internet: nous reptes i oportunitats	75
5.2. Les televisions locals de proximitat: el seu valor per a la democràcia i la identitat cultural	76
5.2.1. Les sinergies positives amb el sistema català de comunicació	76
5.2.2. Les funcions culturals, polítiques i socials de les televisions locals	77
5.3. Condicions de supervivència: pros i contres de les actuals televisions locals	77
5.3.1. Dels projectes comunitaris a les noves estratègies professionals	78
5.3.2. El descobriment del valor de l'espai i del mercat local	78
5.3.3. Televisions locals a tots els municipis: per què no?	78
5.3.4. La televisió pública en l'àmbit local	79
5.3.5. El control democràtic de les televisions públiques locals	80
5.3.6. Cap a un nou sistema multisectorial de televisions públiques a Europa	80
5.3.7. Dues llicències per municipi?	80
5.3.8. Fórmules flexibles de viabilitat per a les televisions de proximitat	81
5.3.9. A què podem denominar televisió local?	81
5.3.10. Cooperació per reforçar la proximitat o encadenament per suprimir-la?	81
5.3.11. Programació: garantir la proximitat	82
5.3.12. Com s'han d'afrontar els canvis tecnològics?	83
5.3.13. Publicitat: per què no?	83
5.3.14. L'alegalitat de les televisions locals: testimoni de les mancances de la política de comunicació	84
<b>■ 6. Fonts consultades</b>	<b>85</b>
6.1. Bibliografia	85
6.2. Legislació	85
6.3. Webs	86
<b>■ Annex. Mapa i inventari de les televisions locals a Catalunya</b>	<b>87</b>

# Presentació i agraïments

El 7 de juny de l'any 1980 la pionera de les televisions locals a Catalunya, Radiotelevisió de Cardedeu, feia la seva primera emissió experimental. Aquella experiència aviat es va veure repetida en altres localitats i comarques, superant totes les dificultats (polítiques, econòmiques, tecnològiques, organitzatives) fins a arribar a constituir un dels teixits audiovisuals més plurals i descentralitzats d'Europa i un valor fonamental del sistema comunicatiu català.

El gran nombre de televisions locals, la diversitat de models i experiències i les diferents funcions (polítiques, econòmiques, socials, lingüístiques, culturals i comunicatives) que es recullen en aquest llibre justifiquen l'afirmació anterior.

Per a nosaltres, investigadors de la comunicació interessats en les polítiques de comunicació, aquestes televisions han estat quelcom més que "un objecte d'estudi privilegiat": han estat un observatori de comunicació que, tot i ser petit i local, ens permetia descobrir les funcions (i també les contradiccions) dels mitjans de comunicació a les democràcies modernes.

La nostra aproximació a la comunicació local pretén ser analítica i crítica alhora, però també és una experiència compartida. Des dels seus inicis hem cregut que aquest espai de comunicació era un espai fonamental, insubstituïble, per a la participació democràtica i per a les polítiques culturals de Catalunya, pel que fa a la identitat, el benestar social i l'ús de la llengua.

Hem tingut l'oportunitat de ser als principals actes i jornades fundacionals d'aquest moviment de comunicació local i sempre hem estat ben acollits com a investigadors. Per això, volem expressar el nostre agraïment al conjunt de les televisions locals de Catalunya i, específicament, a totes les que han contestat les nostres enquestes per correu, per telèfon o personalment i a les que han participat a les nostres taules rodones i seminaris d'estudis.

També hem d'agrair al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (en les dues etapes, la de l'actual presidència de Francesc Codina, i l'anterior, presidida per Lluís de Carreras), que va fer-nos el primer encàrrec d'aquest llibre, com a continuació del llibre que també vam fer en equip sobre la televisió pública a l'era digital. El nostre reconeixement als consellers d'aquest organisme: Joan Manuel Tresserras i Fèlix Riera per la seva comprensió durant el llarg procés de recerca i de redacció d'aquest llibre.

La recerca i el llibre no haguessin estat possibles sense la feina ben feta de l'equip de col·laboradores i col·laboradors: Josep Àngel Guimerà, Maite Soto, Belén Monclús i Oriol Gibert. A ells, el nostre reconeixement per haver-se adaptat tan generosament a les nostres formes de treball i a les nostres agendes.

# Notes metodològiques

Aquest estudi es proposa combinar la interpretació teòrica sobre la comunicació local, i especialment sobre la televisió, amb la recerca empírica i el treball de camp aplicats a les experiències concretes que es desenvolupen a Catalunya.

La recerca teòrica s'inscriu en la línia dels estudis sobre polítiques de comunicació i, més concretament, dels estudis sobre polítiques de comunicació i espais de comunicació. En aquest sentit, es beneficia dels estudis anteriors dels autors sobre la comunicació alternativa, la comunicació local (o mesocomunicació), els espais de comunicació, les funcions de la televisió pública, les televisions a les regions d'Europa, etc.; estudis que tenen en compte la incidència dels canvis tecnològics de la comunicació (especialment de la digitalització).

Pel que fa a la metodologia utilitzada en el treball de camp, aquest estudi ha combinat quatre nivells de recerca concrets. En primer lloc, s'ha elaborat una llista o inventari de les televisions locals existents a Catalunya, llista que s'ha anat actualitzat durant la recerca, fins a octubre de 2001. Per a l'elaboració d'aquest inventari s'han fet servir diferents fonts documentals (dossiers, bibliografies especialitzades), informacions periodístiques, entrevistes amb representants del sector, recerca directa a Internet, etc. Totes les dades obtingudes s'han sotmès a verificació, amb trucades telefòniques a les televisions o als ajuntaments, amb consultes a testimonis directes de cada televisió i cada població. Aquest procés ens ha permès elaborar una llista amb les 104 televisions locals de Catalunya a finals d'octubre de 2001, que en endavant anomenarem "univers". Aquesta llista, que s'adjunta, inclou les dades bàsiques de cada emissora: nom, ciutat, comarca, titularitat, adreça i dades de contacte.

Posteriorment, i a partir de l'inventari, s'han construït dos grups de mostres representatives d'aquest univers, amb la finalitat de poder realitzar anàlisis més aprofundides.

D'una banda, es va dissenyar una mostra representativa de 50 televisions locals, escollides a partir dels criteris següents: distribució territorial, nombre d'habitants de la ciutat on estan ubicades i titularitat. Les televisions d'aquesta mostra van respondre un qüestionari que incloïa una trentena d'ítems, que anaven des dels pressupostos fins a la situació contractual del personal, passant per les hores d'emissió o la seva presència a Internet. Paral·lelament, i amb la finalitat de fer una aproximació més detallada a l'estructura i el funcionament de les televisions locals, es va dissenyar una mostra representativa de 26 televisions, en la qual hi ha presents els diferents tipus que es descriuen en el capítol 2 d'aquest llibre. Aquestes televisions van ser sotmeses a una observació detallada, inclosa una entrevista en profunditat amb el director o amb un representant qualificat de cada emissora. Aquest estudi va recollir dades

qualitatives, com ara les valoracions sobre la pròpia emissora, l'estat del sector o el marc legal, però també qüestions que permetien un coneixement més aprofundit del funcionament de la televisió, com ara el perfil del personal, els formats programàtics, el desglossament del pressupost per partides o la situació de les instal·lacions i els equipaments tecnològics disponibles. Aquestes entrevistes incloïen la totalitat del qüestionari aplicat a la mostra ja esmentada de 50 televisions, però s'aprofundia més en cada ítem i s'hi afegien altres aspectes qualitatius.

En conseqüència, hem pogut fer una explotació a tres nivells: sobre les dades bàsiques relatives a la totalitat de l'univers (104), sobre les dades comunes de 76 televisions (les 50 enquestades i, a més, les 26 entrevistades) i una anàlisi, més aprofundida, sobre les 26 televisions de l'última mostra.

Aquestes dades recollides sobre el terreny s'han completat amb informacions provinents de dossiers, declaracions i conferències. També amb una sèrie d'entrevistes i amb l'organització d'un seminari de treball amb persones representatives de les diverses especialitats del sector.

El llibre comença amb un capítol dedicat als antecedents històrics i, a continuació, es descriuen de forma sumària (capítol 2) les característiques bàsiques de l'estructura i la tipologia de les televisions locals a Catalunya. Posteriorment, es detallen els diversos grans aspectes del funcionament d'aquestes televisions (capítol 3): aspectes econòmics, tecnologia i equipaments, organització professional, programació, i estructura associativa i empresarial de les televisions locals. Feta aquesta descripció, es valoren les polítiques de comunicació i l'ordenament jurídic (capítol 4) i es fa una referència bàsica a les expectatives obertes per Internet en el sector.

El llibre, finalment, es tanca amb unes conclusions que es divideixen en tres apartats principals: un primer apartat en el qual s'ofereix un breu resum o síntesi de les característiques bàsiques de l'experiència analitzada; un segon apartat en què els autors oferim el nostre punt de vista sobre els valors (a defensar) d'aquest moviment que considerem crucial per a les democràcies modernes i per a la identitat cultural dels pobles, i finalment, interpretant les dades de la nostra anàlisi, s'identifiquen els elements claus del debat, o de la controvèrsia, sobre les polítiques de comunicació que han d'aplicar-se a aquest sector si es vol garantir la seva supervivència en un context de canvis accelerats en la comunicació.



# 1. Antecedents històrics. Origen i evolució de les televisions locals a Catalunya (1984-2001)

Diversos estudis han descrit i interpretat les condicions del naixement de les televisions locals a Catalunya i la seva funció en les primeres etapes de la democràcia i de l'autonomia, a finals dels anys setanta i durant els vuitanta (1). La televisió, per la seva complexitat tècnica i els costos de producció i emissió, però també per l'estricta control social que s'exercia (i s'exerceix) sobre ella, va ser l'últim mitjà de comunicació que van poder utilitzar els moviments socials populars o alternatius. Abans ja s'havien produït les experiències de les ràdios lliures (1978)(2) i les ràdios municipals (1979) (3).

Algunes iniciatives s'han disputat els honors de ser la primera televisió local a Catalunya. La televisió de Cardedeu és, però, la que millor acredita i mereix aquesta condició. Aquesta emissora va iniciar un procés que es va desplegar molt ràpidament a d'altres poblacions. Segons Toni Garriga (1984), l'experiència de Cardedeu havia estat precedida per una fugaç experiència promoguda per Antoni Muntades i Pepo Sol a Cadaqués (Cadaqués Canal Local, el juliol de 1974), però allò era més aviat una experiència de circuit tancat de televisió.

Televisió de Cardedeu va fer la seva primera emissió experimental el 6 de juliol de 1980 (4) i va iniciar les emissions regulars el 8 de juny de 1981. La inauguració oficial, amb la presència del president del Parlament, Sr. Heribert Barrera, prevista pel dia 21 de juny de 1981, es va veure frustrada pel tancament previ de l'emissora per part del Govern Civil, que va reaccionar ben ràpidament a l'anunci d'aquella inauguració. Cardedeu iniciava un moviment i marcava una tendència en "defensar" la seva televisió com "un dret que s'ha de poder exercir" i en definir-la com "un mitjà comunitari, expressió pública de la comunitat, pluralista i oberta a tothom, amb programes de producció pròpia, on el treball de tots els col·laboradors és totalment gratuït, espontani" .(5)

Immediatament després de Cardedeu es multipliquen les experiències, de més o menys continuïtat (Garriga, 1984): Televisió de Granollers, sota el guiatge de Salvador Escamilla, emet el dia 21 de juny de 1980 un debat sobre la televisió local. La segueixen diverses experiències: Ràdio i Televisió per Catalunya, a Figueres (21 de juliol de 1980), TV Solsona (febrer de 1981), TV Tordera (abril de 1981), TV Sabadell (juliol de 1981), Anoia TV (juliol de 1981), TV Comarcal Baix Llobregat (setembre de 1981), Punt Visió, a Girona (octubre de 1981), Televisió de Mataró (novembre de 1981), Televisió de Badalona (maig de 1982), etc.

De 1982 a 1988 es produeix un perllongat procés de tolerància i tancaments. En aquella època el veritable risc no era emetre sinó, sobretot, aparèixer als diaris, ja que això desencadenava el tancament immediat per part del Govern Civil. Es tractava, per tant, de mantenir les emissions sense que això transcendís a l'espai públic dels centres de poder de l'època, que davant de l'evidència d'aquelles emissions es veien "obligats" a procedir al seu tancament.

En aquest ràpid procés de consolidació de les televisions locals a Catalunya hi va tenir un paper important, encara que indirecte, l'experiència de les televisions italianes, per un doble motiu: d'una banda, pel descobriment de la simplicitat tecnològica de la televisió i la possibilitat de fer-ne amb recursos limitats i una bona dosi d'imaginació tecnològica. Per aquest motiu, haurien de formar part de la història de la comunicació a Catalunya els tècnics italians que van fer possibles les primeres emissions experimentals de Cardedeu i de Granollers. Possiblement, els italians tenien al cap la possibilitat de vendre aquella tecnologia a les futures televisions locals que es poguessin anar multiplicant a l'estil comercial italià. Però l'experiència italiana d'hipercomercialització i de posterior pèrdua d'identitat local (inici de l'imperi Berlusconi) també va fer

que els pioners de les iniciatives de televisions locals a Catalunya es possessin en guàrdia i defensessin més aferrissadament el caràcter comunitari, participatiu i de dinamització cultural i d'identitat de les seves experiències.

A la primera Assemblea de Televisions Locals, que es va celebrar a Cardedeu el 27 d'octubre de 1984, ja hi van assistir representants de 32 localitats. L'Assemblea va aprovar una primera acta de definició de les televisions locals, que incloïa els següents punts significatius (6):

- La televisió local ha de ser un servei públic per a la comunitat [...] el seu objectiu és dinamitzar les activitats d'interès social en l'àmbit local.
- No té sentit que hi hagi dues televisions locals a un mateix municipi, ja que la televisió local és un instrument de participació i d'accés directe.
- La programació ha de ser fonamentalment de producció pròpia.
- La televisió local exclou els objectius d'afany de lucre.
- Les televisions locals han d'oferir la seva col·laboració a les televisions públiques.
- La cobertura de les televisions locals serà d'àmbit local.
- Les televisions locals poden admetre "informació local de caràcter comercial", prèvia regulació i evitant ser motiu de pressió envers els seus promotors.
- La televisió local ha de ser una iniciativa popular entesa de dues possibles maneres: com a entitat municipal amb participació del poble o com a televisió comunitària gestionada per una entitat ciutadana.

Amb la perspectiva que ens donen els anys, es veu més clarament que es tracta d'un sistema d'autoregulació molt estricte, dominat pel context del debat sobre la ruptura del monopoli (autoritari) de la televisió a Espanya (Estatuto de la Radio y la Televisión, 1980). També cal recordar la mobilització social per una "televisió catalana", que va precedir l'aparició de TV3 (Llei dels Tercers Canals, 1983). L'aparició de les primeres televisions locals es produeix en un context polític espanyol molt poc autonomista i sota la dependència d'una xarxa d'emissió centralitzada i controlada per TVE. En una segona etapa, els darrers anys vuitanta, el context del debat es desplaçarà cap a les oportunitats i les contradiccions de la privatització de la televisió, que no arribaria fins l'any 1989 (Llei de Televisió Privada, 1988) i que també afectaria la dinàmica de les televisions locals i les seves propostes d'autoregulació.

L'any 1985 es reuneix, aquesta vegada a Sabadell, la segona Assemblea de Televisions Locals, que aprova unes noves bases d'autoregulació que, com a principal novetat, contempen la possibilitat d'emetre més enllà de l'àmbit municipal, sempre que aquestes emissions comptin amb el vistiplau dels organismes de govern dels ajuntaments corresponents.

Uns mesos després, també l'any 1985, l'Assemblea es transforma en Federació Pro-legalització de les Televisions Locals de Catalunya i manté plenament l'ideari de les assemblees anteriors: televisions públiques, locals, d'iniciativa popular, producció pròpia i sense afany de lucre. A partir de la creació de la Federació les clausures i els precintaments d'instal·lacions van passar a ser més ocasionals.

En aquesta primera etapa (Prado i Moragas, 1991), l'aparició de les televisions locals ve determinada per tres quatre motius o forces principals:

En primer lloc, trobem les iniciatives (potser les "més genuïnes") que neixen amb el propòsit de dotar l'àmbit local o comarcal d'un instrument. Segons aquella assemblea, havien de ser "d'expressió directa que permeti l'accés a la televisió dels continguts generats en aquest àmbit". En aquest sentit, les experiències de televisió local a Catalunya entronquen amb la tradició democràtica i catalanista de la premsa comarcal i de les ràdios municipals. La majoria d'aquestes iniciatives sorgeixen de la societat civil i s'estructuren en forma de "col·lectiu d'amics de la televisió de", amb diversos tipus de col·laboració amb els ajuntaments, des de la subvenció directa fins al lloguer (a baix preu o sense cost) de les instal·lacions de l'emissora.

En una línia molt similar, però guiades directament per l'administració local, apareixen nombroses iniciatives que s'inspiren clarament en el model de les ràdios municipals. Són les televisions municipals que, a poc a poc, aniran formant un grup important i estable de televisions locals a Catalunya, amb fórmules diverses de regulació, però generalment dependents de les majories polítiques de cada ajuntament.

Ja des del principi es produeixen nombroses iniciatives de caràcter empresarial: petites empreses locals, generalment del sector de l'electrònica, que aconsegueixen desenvolupar projectes locals de televisió privada. Aquesta condició, però, no els ha d'impedir arribar a diverses

fórmules de col·laboració amb els ajuntaments, amb els quals arriben a acords tàcits de col·laboració i, fins i tot, de dependència, concretats en diverses formes contractuals i convenis, alguns dels quals inclouen l'aparició setmanal dels alcaldes en pantalla com a contraprestació.

Resten, finalment, algunes iniciatives que neixen per resoldre els problemes de recepció de la televisió convencional, principalment amb el recurs del cable, i que acaben consolidant-se com a emissores de televisió local.

A finals dels anys vuitanta i durant els noranta, es va consolidant la pràctica de la "tolerància legal", tot i que la legislació reguladora es retarda una vegada i una altra. L'any 1988 el Parlament de Catalunya aprova una proposició no de llei testimonial que reconeix el paper de les televisions locals i insta el Govern de la Generalitat a iniciar el procés de la seva regulació legal.

Es consoliden, principalment, dos models: el de les televisions empresarials (privades) i el de les televisions més comunitàries i públiques, la majoria de les quals mantenen els principis fundacionals de participació.

Les televisions empresarials (privades) tendeixen a agrupar-se en noves associacions, de tronc diferent, mentre que les televisions més comunitàries i públiques s'agrupen en les seves pròpies associacions i federacions, tot i que amb el pas del temps es fan més freqüents les organitzacions de caràcter mixt.

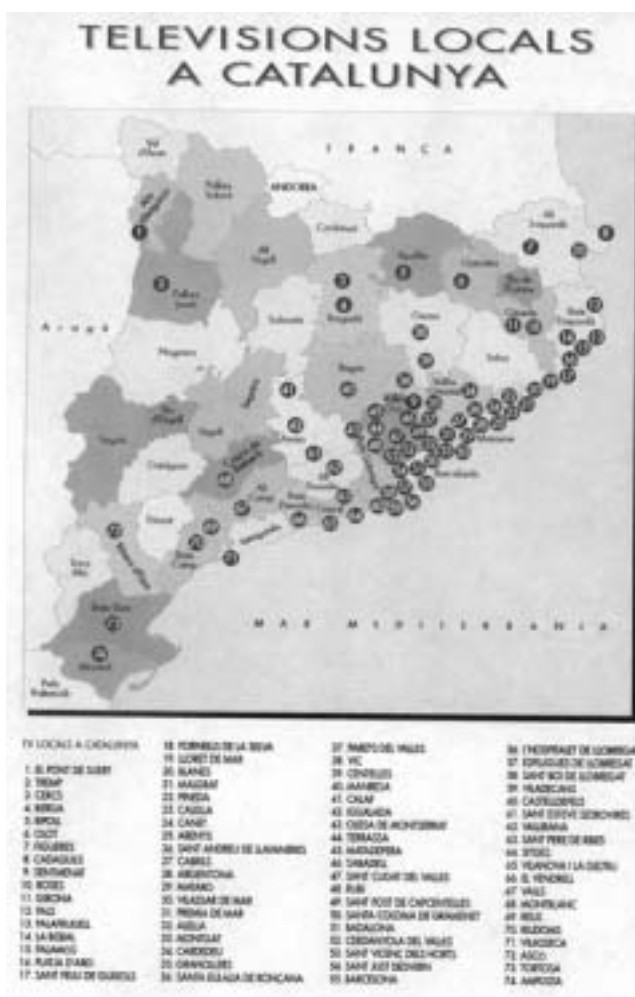
L'octubre de 1994 se celebra a Cardedeu el desè aniversari de la creació de la Federació de Televisions Locals de Catalunya i s'aprova una declaració en la qual s'actualitzen (i es reiteren) els principis fundacionals. Fins a 50 televisions associades signen la declaració i es presenta un mapa en el qual es dona constància de l'existència de 74 emissores de televisió local a Catalunya.

La festa-assemblea de Cardedeu reitera el valor de la producció pròpia com a fonamental de les televisions locals i afirma que "la seva programació ha de ser complementària, amb èmfasi especial en tot el que sigui proper al ciutadà, formada per producció pròpia almenys en un 70 %".

També reclamen que les concessions siguin per 10 anys i que les concedeixin els ajuntaments a entitats sense afany de lucre, sota control públic, deixant així com una opció secundària la gestió directa de la televisió pública local.

Sobre el finançament, es defensa una triple forma

## Les televisions locals a Catalunya, l'any 1994



Font: Federació de Televisions Locals de Catalunya (1994): Deu anys de Federació de Televisions Locals de Catalunya Granollers, Federació de Televisions Locals a Catalunya.

d'ingressos: publicitat, aportacions ciutadanes i subvencions públiques. Es rebutja explícitament la proposta que contemplava l'avantprojecte de llei de televisions locals (1994) d'impedir a aquestes televisions fer publicitat durant el prime time

Ja a finals dels anys noranta, coincidint amb els nous reptes de la digitalització, l'aparició de les plataformes i la multiplicació de canals, es produeix un nou medi ambient per a les televisions locals, que es pot caracteritzar amb els sis trets principals següents:

- Identificació de l'espai local com una oportunitat (de mercat i d'influència), resultat de la fidelitat de les audiències als continguts de proximitat.
  - Conseqüentment, interès dels grans grups de comunicació, fins aleshores absents de l'escenari local, en les televisions locals. Sobretot dels grups exclosos de les llicències de televisió convencional d'àmbit estatal.
  - Difuminació de les antigues fronteres, incompatibles, entre les iniciatives públiques i les iniciatives privades, afavorint processos de col·laboració i noves estructures institucionals de caràcter mixt.
  - Aparició d'un procés important d'influències transversals entre iniciatives, mitjançant associacions entre emissores o a través de la creació de noves plataformes de col·laboració en la producció o la distribució de programes.
  - Els canvis principals no es produeixen en els idearis o en els models culturals de les televisions locals, que perduren en el temps, sinó en les formes de gestió i de professionalització: es passa d'un model basat en el voluntariat a un model basat en el professionalisme, d'un model basat en l'activisme sociocultural a un model basat en la lògica empresarial o en la institucionalització de les iniciatives.
  - Les noves experiències tendeixen a buscar espais de cobertura més amplis que els territoris locals. D'una banda, creix la importància i la influència del sector de les televisions de les grans ciutats (Barcelona, Lleida, Tarragona, Girona, Mataró, Manresa, Igualada, l'Hospitalet, Sabadell, Badalona, Reus, etc.) i de l'altra, s'incrementen les experiències intercomarcals i interurbanes.
- En general, assistim a un procés d'empresarialització i de professionalització de les televisions locals (7). Segons alguns experts, el cost inicial d'inversió per a la creació d'una televisió local oscil·la entre els 20 i els 30 milions de pessetes, mentre que el cost de producció d'una hora de programació es calcula en unes 250.000 pessetes. Aquestes realitats exigeixen nivells de professionalitat i de planificació empresarial alts per fer viables les experiències i optimitzar els recursos disponibles (8).
- Finalment, cal destacar la progressiva interdependència, o més ben dit, la creixent dependència que es va descobrint entre les televisions locals i els altres nivells del sistema audiovisual, nacional i global. La incògnita de les polítiques de comunicació del futur rau ara en la previsió dels efectes

que aquestes sinergies poden tenir sobre la supervivència dels models genuïns de televisió local de proximitat. En aquest sentit, cal lamentar, a Catalunya i a Espanya, però també a la Europa comunitària, la manca de reconeixement del paper que correspon a aquestes televisions locals en el conjunt del sistema audiovisual.

La no regulació d'aquestes televisions no només és una prova d'aquest oblit, sinó també una condició que pot perjudicar les expectatives d'aquelles televisions que es proposen "dotar l'àmbit local (o comarcal) d'un instrument d'expressió directa que permeti l'accés a la televisió dels continguts generats en aquest àmbit" (9)

#### Notes

1. MORAGAS, M. de. Espais de Comunicació Edicions 62: Barcelona. 1988.  
  
PRADO, E. "Televisión comunitaria en Cataluña", a Telos, núm. 2. 1985.  
  
MORAGAS, M. de; COROMINAS, M. Local communication in Catalonia. Diputació de Barcelona. Barcelona. 1988.
2. PRADO, E. Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo. Editorial Mitre. Barcelona. 1983.
3. PRADO, E. "Radios Municipales, una experiencia de comunicación popular", a Alfoz, n. 11, Madrid. 1984.
4. GARRIGA, T. "Experiència de la televisió en l'àmbit mesocomunicatiu", a MORAGAS, M. de; RECODER, M. J.; CORBELLA, J.(eds.): Primeres Jornades de mesocomunicació a Catalunya. UAB. Barcelona. 1984.
5. Acta de Definició de Televisió de Cardedeu (11 d'abril de 1983), a GARRIGA, T. 1984.
6. PRADO, E.; MORAGAS, M. de. Televisiónes locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana. Colegi de Periodistes/Mancomunitat de Municipis. Barcelona. 1991. Pàg. 79.
7. Les iniciatives minoritàries o alternatives troben difícil l'accés a la televisió i, en alguns casos, busquen noves oportunitats a Internet, d'accés més fàcil i de cost més reduït.
8. Reunió de suport informatiu a la recerca "Les televisions locals a Catalunya". Dissabte, 12 de maig de 2001 a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Assistents: Emili Prado i Miquel de Moragas (Directors de la recerca); Miquel Bonastre (CTVL), Josep Vilar (TLC), Sebastià Pou (CLC), Xavier Fornells (Intracatalònia-ACN), Jordi Luque (FEOTLC) i Frederic Montagud (Antena Local).
9. Reunió de suport informatiu a la recerca "Les televisions locals a Catalunya". Dissabte, 12 de maig de 2001 a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

## 2. Estructura i tipologia de les televisions locals a Catalunya

### 2.1. Tipologia de les primeres etapes

L'any 1984 es van reunir a Cardedeu, en una primera assemblea, els representants de 32 poblacions que ja tenien televisió local o que comptaven amb un projecte avançat per començar a emetre. L'any 1988, en un estudi anterior (10), detectàvem prop d'un centenar de televisions locals (emetent o en projecte) a Catalunya, per bé que amb una gran diversitat tipològica d'hores i de periodicitats d'emissió.

L'any 1988 formaven part de la Federació Prolegalització de Televisions Locals a Catalunya unes 51 emissores, 29 de les quals emetien regularment, 8 ho feien esporàdicament i unes 14 tenien els seus projectes altament formalitzats. A part d'aquestes emissores es calculava que n'hi havia unes altres 50 de caràcter comercial, no afiliades a la federació, de les quals, segons les nostres fonts, únicament emetien regularment unes 10.

És interessant destacar que una bona part d'aquelles emissores es concentraven als nuclis de població més petits, de menys de 10.000 o de 25.000 habitants.

### Iniciatives de Televisió Local a Catalunya, any 1988

Habitants	Nombre d'iniciatives	%
Menys de 10.000	38	39,5
Entre 10.000 i 25.000	25	26
Entre 25.000 i 60.000	14	14,5
Més de 60.000	19	19,7
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>-</b>

Font: E. Prado i M. de Moragas (1991)

Tretze anys més tard, l'any 2001, les xifres totals es mantenen en uns paràmetres similars. Les diferències, però, són ben notables en diversos aspectes: en la regularitat de les emissions, en els continguts i la programació, en la tecnologia, en l'àmbit de difusió, en l'organització professional i en la gestió econòmica. En general es tracta d'institucions molt més consolidades i amb expectatives de futur, malgrat que persisteix un factor comú: la indefensió jurídica i la manca de regulació apropiada.

### 2.2. Diversitat tipològica de les televisions locals (2001)

El nostre treball documental i de camp ha aconseguit identificar un total de 104 emissores de televisió local a Catalunya l'any 2001 (11). Aquest conjunt d'emissores presenta una gran diversitat tipològica, amb notables diferències quantitatives i qualitatives (pel que fa a hores d'emissió, producció pròpia, estructura empresarial, regularitat en l'emissió, equipaments tecnològics i d'emissió, producció, volum de negoci, àrea de difusió, etc.). Aquestes diferències han començat a tenir valor estratègic i això ha fet que alguns actors d'aquest escenari reclamin el concepte "televisió local" únicament per aquelles emissores que emeten de forma regular o diàriament, amb un impacte mediàtic similar al de les grans televisions locals urbanes. No obstant això, considerem oportú mantenir un mateix terme comú (televisions locals) per identificar totes les experiències de televisió que es produeixen en l'àmbit local, aquelles que se situen en el que fa uns anys vam denominar la "mesocomunicació" (12) i que avui es caracteritzen per compartir les experiències de "comunicació de proximitat" (13).

La comunicació local, a diferència dels grans models de les televisions generalistes dels estats-nació, es caracte-

ritza, precisament, per una gran diversitat, per una gran varietat de formes d'organització, derivades de la mateixa complexitat demogràfica, geogràfica, econòmica i cultural de les poblacions. Aquest fet és especialment destacable a Catalunya, que compta amb més de 900 municipis en el seu territori.

D'altra banda les televisions locals experimenten una transformació contínua, fruit de la seva mateixa dinàmica social, però també de la inseguretad jurídica que les acompanya des del seu naixement i dels moviments exteriors del sistema audiovisual, que els afecten indirectament. Així, per exemple, el nostre estudi sobre l'estat de les televisions locals a Catalunya l'any 1988 centrava la seva atenció en una mostra de 16 emissores (14), de les quals segueixen emetent unes 8 televisions, encara que la majoria han experimentat canvis en les característiques del projecte (titularitat, objectius de l'emissora).

### 2.3. Període de creació de les televisions locals

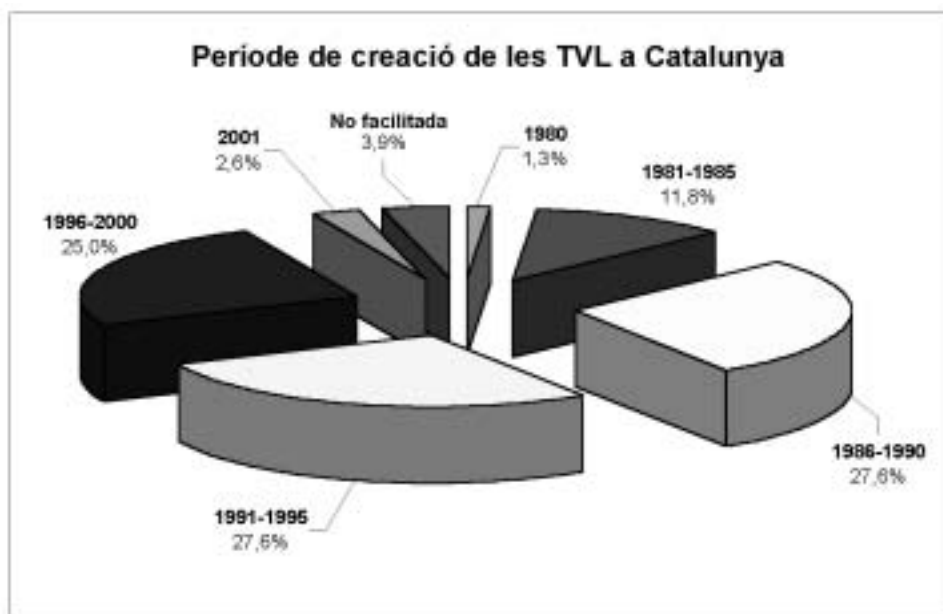
Les televisions nascudes abans de 1985 representen el 13,1% del cens actual d'emissores. Són, però, majoritàries les emissores aparegudes durant l'última dècada (de 1991 a 2001), ja que representen més del 55% del cens actual.

També cal destacar que prop d'un 30% d'estacions emeten amb posterioritat al gener de 1995, data marcada per la llei de televisions locals com a límit per a la "tolerància" i el reconeixement dels drets històrics d'emissió.

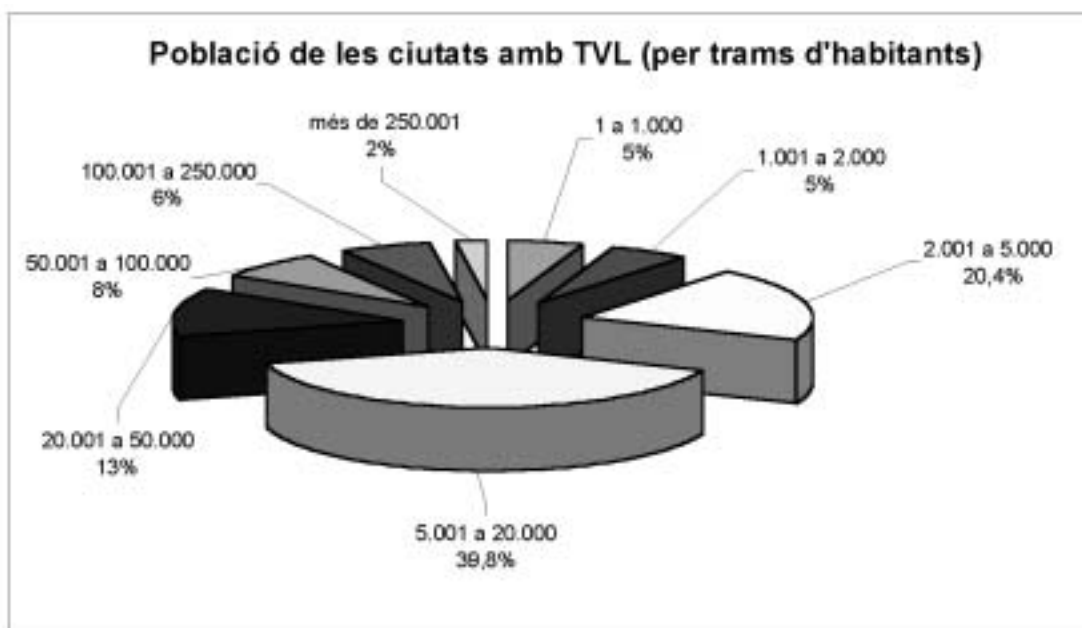
### 2.4. Ubicació de les televisions locals: poblacions i comarques

Tot i que el nombre de televisions existents (més d'un centenar) representa una gran quantitat de televisions, també es pot considerar que és un nombre més aviat reduït si es mira des d'un altre punt de vista (el de l'ampolla mig buida): prop del 90% dels municipis catalans no disposa de televisió pròpia; així, aquest gran fenomen de comunicació només afecta, aproximadament, el 10% dels 944 municipis catalans.

La màxima concentració d'emissores es troba a municipis d'entre 5.000 i 25.000 habitants (39,8% de les emissores actuals). També destaca la supervivència de moltes iniciatives de televisió a poblacions de menys 5.000 habitants (un 25%), tot i que, des del punt de vista de la capacitat de producció i de l'impacte mediàtic, és cada vegada més important el paper de les emissores situades a grans poblacions, d'entre 50.000 i 100.000 habitants (un



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

### Relació entre municipis, població i TVL a Catalunya (2001)

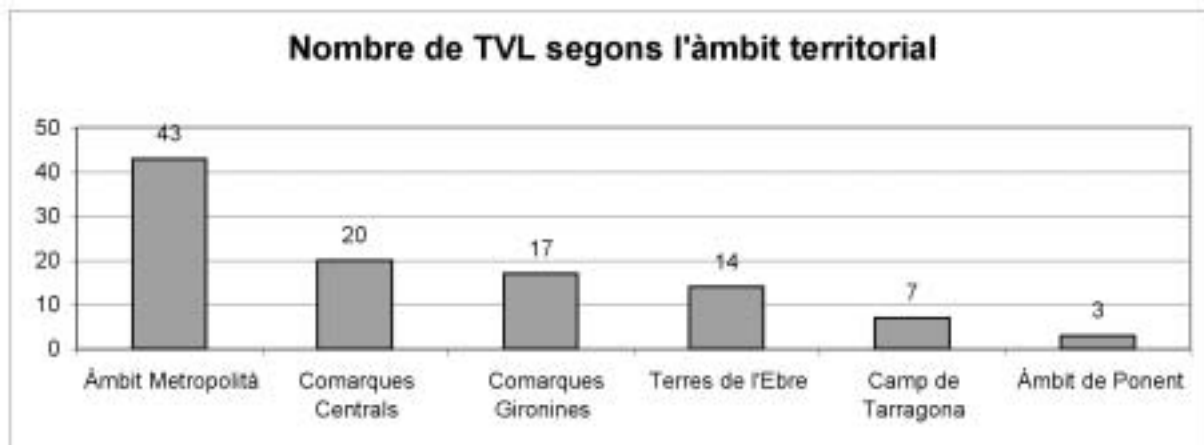
Població	Nombre de municipis	Municipis amb TVL	% Municipis amb TVL	% TVL per tram de població
1-1.000 habitants	526	5	0,9%	5,4%
1.001-2.000 habitants	136	5	3,7%	5,4%
2.001-5.000 habitants	124	19	15,3%	20,4%
5.001-20.000 habitants	115	37	32,1%	39,8%
20.001-50.000 habitants	24	12	50,0%	12,9%
50.001-100.000 habitants	10	7	70,0%	7,5%
100.001-250.000 habitants	7	6	85,7%	6,5%
Més de 250.001 habitants	2	2	100%	2,1%
<b>Total</b>	<b>944</b>	<b>93</b>	<b>9,8%</b>	<b>100%</b>

Font: Elaboració pròpia

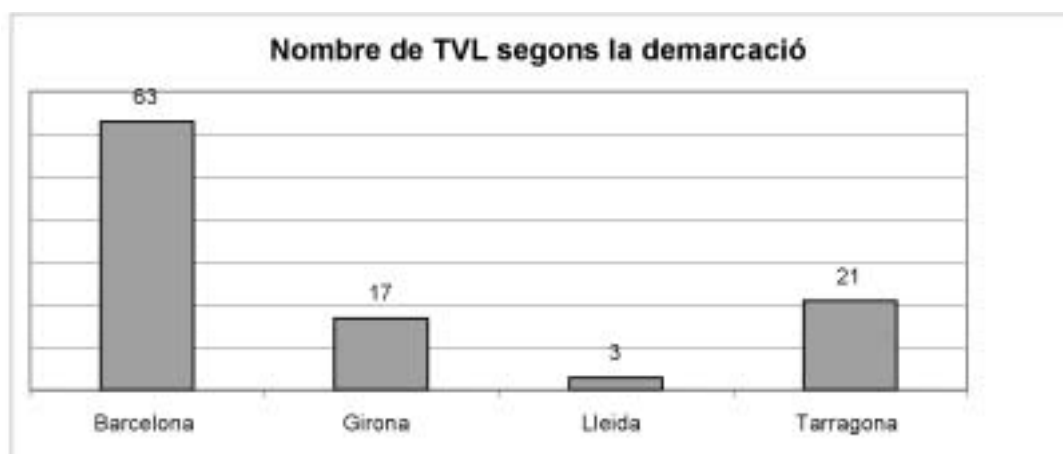
7,5%), d'entre 100.000 i 250.000 habitants (un 6,5%) i de més de 250.000 habitants (un 2,2%).

És molt significatiu el nombre de municipis d'entre 5.000 i 25.000 habitants amb televisió local (32,1%), però també destaca el prop d'un 20% de municipis de més de 50.000 habitants que no disposa d'aquest mitjà de comunicació.

La distribució d'aquestes emissores també és desigual en les diverses comarques catalanes, amb una clara concentració d'experiències a l'entorn de Barcelona, i de les altres grans ciutats catalanes. És com si la proximitat d'un gran nucli urbà estimulés els processos d'implantació d'aquestes iniciatives.



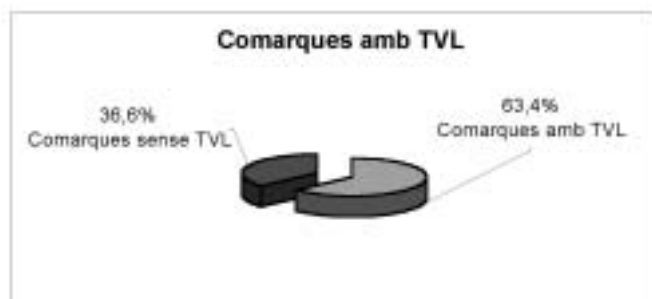
Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

Un 36,6% de comarques catalanes no disposa d'una televisió local dins del seu territori. Es tracta de les 15 comarques següents: la Val d'Aran, l'Alta Ribagorça, el

Pallars Sobirà, el Pallars Jussà, l'Alt Urgell, la Cerdanya, el Solsonès, la Segarra, la Conca de Barberà, l'Alt Camp, les Garrigues, l'Urgell, el Pla d'Urgell, la Noguera i la Terra Alta.



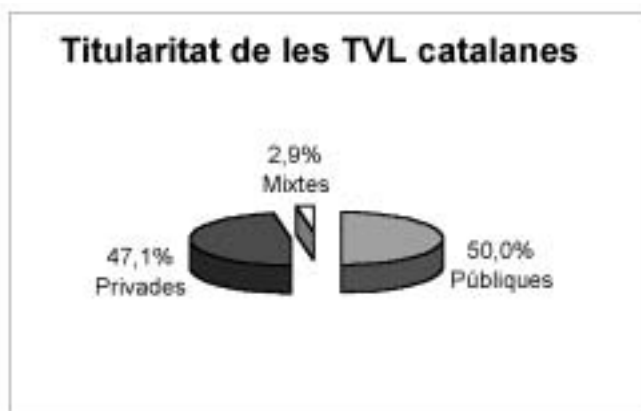
Font: Elaboració pròpia

## 2.5. Tipologia de les televisions locals segons la seva titularitat

Pel que fa a la titularitat, les televisions locals catalanes es divideixen, com fa 13 anys, entre emissores públiques i emissores privades, amb una lleugera superioritat de les televisions públiques.

Aquesta classificació segons la titularitat s'ha d'ampliar ara més enllà de la primera distinció entre públiques, privades i mixtes. Per aproximar-nos amb més detall a la realitat proposem distingir entre: televisions privades constituïdes





Font: Elaboració pròpia

com a societats limitades (SL), societats anònimes (SA) o cooperatives; televisions municipals; televisions mixtes, en el sentit empresarial del terme; televisions d'associacions sense afany de lucre, amb el suport de convenis amb l'administració local, i televisions públiques de gestió indirecta o delegada.

Les televisions privades configurades com a societats limitades presenten diverses versions possibles. Algunes són de capital distribuït entre tres o quatre accionistes de diferents branques empresarials o professionals, no necessàriament locals (per exemple, Canal 50 Vallès, de Sabadell); d'altres, estan formades per l'agrupació de petits comerciants locals, generalment tecnològics, que han constituït associacions "promotores de comunicació local"; altres, finalment, són de capital quasi unipersonal (com TV Uldecona).

Aquesta condició de SL no impedeix a moltes d'aquestes televisions poder comptar amb l'ajut dels ajuntaments, per mitjà de contractes o convenis, encara que siguin de poca importància econòmica. És el cas del conveni entre la TV de Sabadell i l'Ajuntament, que subvenciona alguns programes (informació d'actualitat o els plens municipals) per valors menors (15 milions l'any), o el conveni entre TV Uldecona i l'Ajuntament (500.000 pessetes) per fer determinats programes d'interès municipal.

En aquest cas ens trobem davant de televisions privades, societats limitades que mantenen relacions privilegiades amb l'administració local (i, també, amb els consells comarcals): les administracions públiques no participen en l'accionariat però els donen recursos econòmics

d'importància reduïda. Altres exemples d'aquest tipus són Esplugues TV i Televisió de Roses.

Les televisions municipals constitueixen una part molt important de les experiències de televisió local a Catalunya: exactament el 50% d'emissores (52 televisions de les 104 identificades). Es defineixen com a televisions de servei públic i compleixen diverses funcions, entre les quals hi ha la difusió d'informacions que són considerades d'interès pels responsables de l'administració local o que faciliten la connexió entre la població i el govern local. També tenen la funció de promoció dels temes d'interès cívica i cultural.

Aquestes televisions municipals encara tenen una assignatura pendent: l'organització de la gestió i el control per una "autoritat pròpia audiovisual". Actualment, és difícil que puguin evitar el control directe dels càrrecs polítics dels ajuntaments.

Les televisions mixtes, en el sentit empresarial del terme, són les televisions que comparteixen l'accionariat entre agents privats i institucions públiques. És el cas de diversos nous models de televisions locals a Catalunya, caracteritzades per tractar-se d'empreses ben consolidades, amb projecció de futur, vinculades a altres projectes mediàtics, en un context urbà relativament ampli i amb voluntat d'ampliar la cobertura a l'àmbit comarcal.

És el cas de les televisions de Lleida i d'Olot. La Televisió d'Olot, per exemple, té una composició accionarial formada en un 14% pel Consell Comarcal, un 14% per l'Ajuntament i la resta, un 72%, repartit entre 6 socis privats. La Televisió de Lleida té un accionariat format per Prensà Leridana (editora del diari Segre) amb un 60% i l'Ajuntament i la Diputació de Lleida amb un 20% cadascú.

Les televisions d'associacions sense afany de lucre, amb el suport de convenis amb l'administració local, són les televisions d'associacions culturals que segueixen el criteri fundacional del moviment (criteri de Cardedeu). Per exemple: Amics de la TV Anoia, Associació Cultural Amics de la Televisió del Berguedà, Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró, etc.

Algunes d'aquestes associacions es troben en tràmits de constituir-se en SL. L'Associació Cultural d'Amics de la Televisió de Sabadell es va convertir en empresa privada en constituir-se Televisió del Vallès a mitjans de la dècada dels noranta. Altres televisions, però, es mantenen com associacions sense afany de lucre. Es tracta de televisions

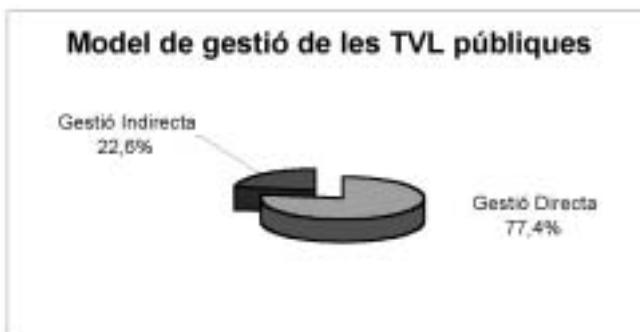
que han signat convenis estables amb l'administració local (són quasi mixtes) a canvi de fer "un model de televisió de servei públic, de qualitat i en català". En aquests casos, molts ajuntaments renuncien a constituir les pròpies emissores de televisió municipal. És el cas de TV Mataró, que va signar un conveni de llarga durada amb l'Ajuntament. (Dins d'aquesta categoria, són excepcionals les televisions que aconseguen sobreviure sense l'ajut estable de l'administració en forma de subvenció, lloguer privilegiat, etc.)

Aquesta classe de convenis es justifiquen per la defensa del patrimoni i la memòria popular o, més directament, per raons polítiques, com l'oportunitat de les aparicions de l'alcalde o la retransmissió dels plens, i són més fàcils en els ajuntaments amb majoria absoluta.

A aquesta classificació cal afegir una de les noves formes de titularitat, que consisteix en el fenomen recent (i creixent) de les televisions públiques de gestió indirecta o delegada: l'administració pública cedeix, externalitza, la gestió de les seves emissores.

El cas més destacat d'aquest tipus és el de Barcelona Televisió (BTV), la qual, previ concurs, va delegar la gestió de la programació i de la producció a Antena Local (Grupo Zeta, Ovideo TV i Manuel Huerga). També és el cas de Canal Reus TV, que ha delegat la gestió de la seva freqüència (municipal) a Iniciatives de Televisió, una societat constituïda per diversos periodistes i professionals de la comunicació del Baix Camp.

Però no sembla pas que els canvis tipològics s'hagin d'aturar aquí. Ja apareixen nous fenòmens transversals a l'horitzó. Per exemple, la proposta de noves televisions locals temàtiques, com el cas de Flaix TV, adreçada al públic juvenil i amb pretensió de cobrir tot el territori català

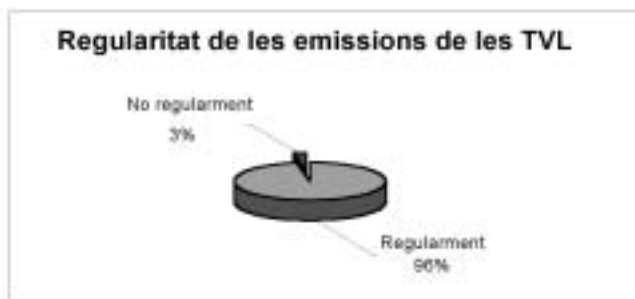


Font: Elaboració pròpia

amb diverses fórmules. És un exemple de la mobilitat de la tipologia d'un fenomen sempre viu, malgrat les dificultats de la seva regulació (lamentablement, aquestes dificultats semblen l'única circumstància que es manté inamovible al cap dels anys, malgrat la necessitat de canvis).

## 2.6. Regularitat i horari de les emissions

Indiscutiblement, un dels trets fonamentals de la tipologia de les televisions locals s'ha de buscar en els períodes d'emissió, les pautes de regularitat i els horaris. A diferència del que passava fa 13 anys, avui fins a un 96% de les emissores emeten regularment, entenent per regularitat un període de programació preanunciat i permanent.



Font: Elaboració pròpia

Un segon nivell d'anàlisi més detallat ens porta a valorar la freqüència diària d'aquesta regularitat. En una mostra més reduïda d'anàlisi (la que hem efectuat sobre 26 emissores) trobem un alt percentatge de televisions amb programació diària (76%) i només un petit percentatge d'emissores que emeten menys de 4 dies la setmana (3%). Això significa un canvi important respecte al que havíem trobat fa 13 anys, quan un nombre molt significatiu de televisions emetien únicament un o dos dies la setmana. Això, com veurem més endavant, també significa canvis importants en l'estructura de la programació, tant pel que fa a la redifusió de programes com pel que fa a la presència de programes de producció aliena que ajuden a mantenir aquesta regularitat.

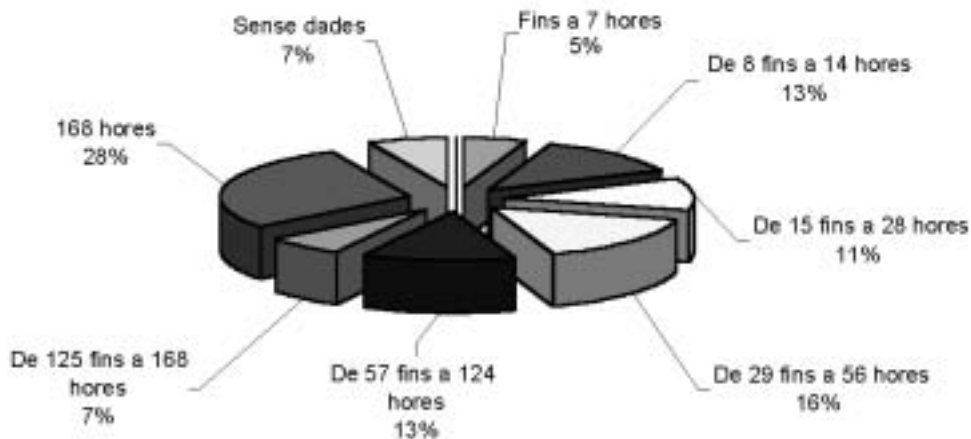
En tot cas, això no significa pas unitat o unanimitat d'horaris. El gràfic "Hores setmanals d'emissió de les TVL" mostra una gran diversitat entre les TVL catalanes. El grup més gran de televisions està format per les que emeten 168 hores setmanals (28%), seguit del grup de televisions que

## Regularitat diària de les emissions de les TVL



Font: Elaboració pròpia

## Hores setmanals d'emissió de les TVL



Font: Elaboració pròpia

emeten entre 29 i 56 hores (16%). Segueixen les que emeten de 8 a 14 hores (13%), les que emeten de 57 a 124 hores (13%), les que emeten entre 15 i 28 hores (11%) i, ja a més distància i minoritàries, les televisions que només emeten fins a 7 hores setmanals (5%).

Aquestes dades de freqüència i temps d'emissió no tenen un sentit ple si no s'interpreten en el context de la naturalesa de la programació i dels seus continguts, cosa que farem més endavant.

## 2.7. La producció pròpia: eix de la televisió de proximitat

Hem vist que en els objectius fundacionals de les televisions locals es considerava la producció pròpia com la classe de continguts que definia les autèntiques televisions locals com a mitjans genuïnament locals o de proximitat.

Aquest principi s'ha vist alterat per una major "tolerància" a l'hora d'incorporar programes de producció aliena al



Font: Elaboració pròpia

conjunt de les emissores que més defensen la seva incardinació cultural, informativa i social a l'àmbit local. També s'ha vist flexibilitzat per una major acceptació de programes destinats a ser difosos en cadena, especialment els originats en d'altres emissores o productores locals. Es tracta, per tant, de diverses formes d'acceptació de la producció en cadena o associada que s'emeten no tant com una escapada a les finalitats pròpies de la proximitat sinó com una forma de mantenir i garantir la seva permanència.

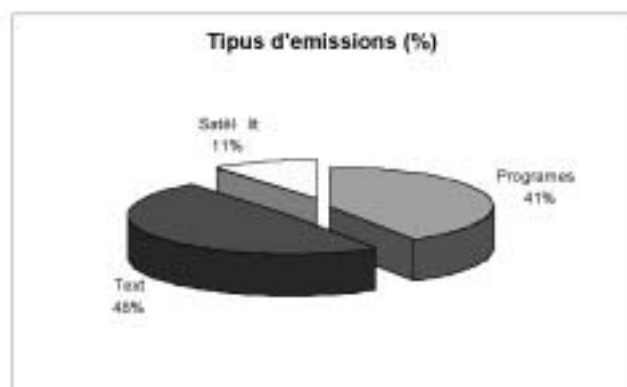
Un altre factor que influeix en l'augment de la producció aliena és la inclusió de ficció a la graella amb més profusió que en el passat, així com la introducció creixent d'espais comercials de promoció i televenda o d'endevinació.

Tot i així, un 21% d'emissores declara emetre únicament producció pròpia i un 46% declara que aquesta producció pròpia configura més del 75% del total de la seva programació. Altres emissores combinen les dues formes de producció i només un 9% declara menys del 25% de producció pròpia en la seva programació.

Aquestes dades sobre la producció pròpia es confirmen en les nostres anàlisis més detallades, que hem aplicat a una observació de 26 emissores i que donen un resultat similar.

## 2.8. Estructura bàsica de la programació

La primera qüestió que cal aclarir en parlar de l'estructura de la programació de les televisions locals a Catalunya és que les graelles estan formades per tres grans tipus d'emissions:



Font: Elaboració pròpia

els espais configurats amb carrussells textuais i gràfics, les retransmissions de programes procedents d'emissores via satèl·lit i els programes televisius pròpiament dits.

Destaca el fet que prop de la meitat del temps d'emissió està ocupat per carrussells textuais i gràfics, que en sentit estricte no s'han de considerar programes televisius. Estan inspirats en els serveis de teletext i, fins i tot, en algunes emissores es titulen així (encara que, en realitat, no són teletext, sinó bucles de text que es repeteixen cíclicament). Ofereixen informacions d'actualitat, de serveis o publicitat i s'actualitzen amb més o menys freqüència segons les emissores. Aquest recurs programàtic manté la presència en antena de la marca i, a més a més, presta un servei més pròxim a la filosofia de les televisions locals de proximitat que no pas altres tècniques de farciment, com ara la retransmissió d'emissions via satèl·lit.



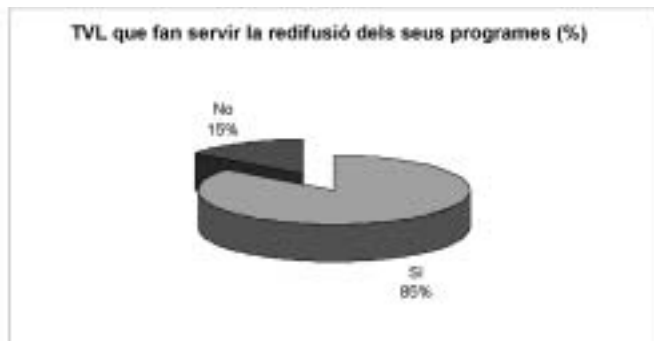
Font: Elaboració pròpia

Aquesta modalitat de retransmissió via satèl·lit ocupa un 11% del temps d'emissió. Es tracta, literalment, de mantenir ocupada la sintonia, sense portar a terme cap funció pròpia de la televisió local. Les transmissions d'aquesta mena són majoritàriament de dos tipus de cadenes especialitzades: les musicals i les esportives.

Finalment, el 41% del temps d'emissió estudiat, entre les set del matí i la una de la matinada, està destinat als programes televisius pròpiament dits, ja siguin de producció pròpia com aliena, ja siguin d'estrena com redifusions.

Com acabem de veure, la producció pròpia és dominant. I ho és, en part, pel pes assolit per la redifusió, un procediment que ha anat augmentant al llarg de la dècada dels noranta.

El 85% de les emissores de televisió local declaren que utilitzen la redifusió en la seva programació, amb la qual cosa es converteix en una de les principals característiques de la programació de les televisions locals. La redifusió



Font: Elaboració pròpia

ofereix a l'audiència (que sol tenir més presents els horaris dels altres canals de televisió) un increment de les possibilitats de veure els programes. Dins d'aquest bloc de programes televisius, el gènere dominant és l'informatiu, amb una centralitat en les graelles que connota el caràcter de proximitat de la televisió local.

El 71% del temps dedicat a programes es dedica a la informació. Es tracta de programes de diversos gèneres (com analitzarem més detalladament al capítol de programació) que es concentren a donar compte dels esdeveniments de la localitat on està implantada l'emissora o de l'àrea de cobertura vocacional. Mitjançant aquests espais es dona veu als actors socials que protagonitzen la vida política, associativa, econòmica, laboral i cultural. En un petit percentatge s'ocupen de la informació d'àmbits més generals, encara que majoritàriament es tracta des d'una òptica local.

Aquesta política programàtica marca la televisió local com a mitjà d'informació i, per extensió, emfatitza la seva vocació de canalitzadora de la participació dels ciutadans en la producció de comunicació. També marca la seva dimensió com a dinamitzadora social. Els altres gèneres, sense tenir la mateixa centralitat, contribueixen a marcar la imatge diferencial de cada emissora.

## 2.9. Publicitat

Un altre dels grans temes a debat, no només des del punt de vista cultural sinó sobretot des del punt de vista

econòmic i jurídic, ha estat l'oportunitat d'emetre publicitat en les emissions de les televisions locals. En el debat més recent, l'oportunitat d'aquesta presència ha quedat fora de tota discussió, tant des de la perspectiva cultural com des de la mateixa pràctica econòmica de les televisions locals.

No obstant això, fins a un 32% de les emissores consultades segueixen emetent sense publicitat: es tracta de les emissores més voluntaristes, de pobles més petits, amb emissions normalment irregulars que no es plantejen emetre publicitat, ja que el finançament els ve resolt per altres vies o, fins i tot, no troben necessari equilibrar els seus comptes.

Una forma molt destacada de publicitat consisteix a passar sèries de text o cartells d'anuncis, adaptats a les precàries condicions de producció i a les possibilitats publicitàries del comerç local.

## 2.10. Àrea de cobertura

Pel que fa als límits de la cobertura, cal destacar que les emissores de caràcter estrictament local han quedat reduïdes a poc més del 31% d'estacions. Això marca una clara tendència cap a un model mixt i complex de territorialització de les televisions locals a Catalunya, amb formes diverses de desconexió o de programació sectorial (local) dins d'una mateixa comarca.

També destaca l'existència d'emissores supralocals

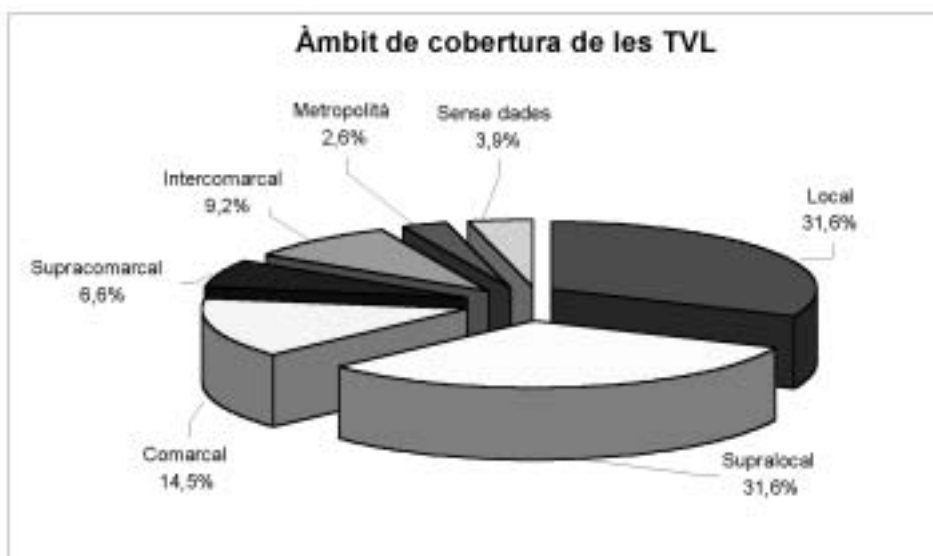


Font: Elaboració pròpia

(31,6%), que aglutinen zones dins d'una comarca i que impliquen diverses poblacions contigües, moltes vegades a l'entorn de ciutats de mitjana importància.

Amb un percentatge més reduït també destaca el nombre d'emissores comarcals (14,5%), les supracomarcals (6,6%), que són aquelles que emeten per més d'una comarca però, bàsicament, per "desbordament hertziana", i les intercomarcals (9,2%), que són les que tenen entre els seus objectius abordar més d'una comarca, amb presència establerta i continguts per a aquestes comarques.

Tot això evidencia algunes diferències entre espai comarcal i espai supralocal de televisió. A algunes comarques, per exemple a la Garrotxa, l'espai administratiu coincideix amb l'espai televisiu (Olot Televisió). Com hem vist, hi ha comarques sense cap televisió local. També hi ha



Font: Elaboració pròpia

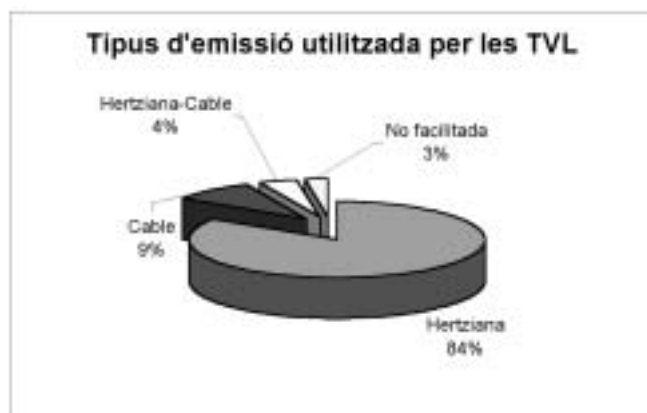
comarques que tenen el seu espai televisiu dividit, en el sentit intracomarcal (TV Mataró respecte a una àrea del Maresme) però també supracomarcal, com és el cas, per exemple, de la televisió d'Ulldecona (que prioritza les poblacions de Vinaròs i Benicarló, del País Valencià, i no tant les gran viles catalanes del sud, Tortosa i Amposta).

Un directiu de la TV de Terrassa afirmava: "El Vallès com a comarca televisiva no existeix, potser podríem parlar de la comarca de Terrassa. Des del punt de vista informatiu, l'interès pel que passa a les altres ciutats és nul. El Vallès funciona com a comarca pels negocis. Potser perquè som molt a prop de Barcelona no hi ha interès per una televisió comarcal. La televisió de Sabadell es veu com la televisió del Vallès: aquí la podem veure. Si fas tarot, sí, si fas televenda, també, però no si fas informatius locals".

## 2.11. Tecnologies de difusió

Queda, finalment, un aspecte crucial per determinar la tipologia de les emissores de televisió local a Catalunya: les tecnologies de difusió.

Les experiències de les televisions locals encara són, fonamentalment, de tecnologia hertziana (un 84% de casos). El cable encara és una experiència excepcional, derivada també de casos excepcionals, especialment de dificultats orogràfiques, com és el cas, per exemple, de la TV Pobla (1.700 habitants), amb un 95% de la població amb accés al cable. No obstant, la difusió per cable, encara que minoritària, s'ha anat fent significativa, amb un 9% d'emissores que l'utilitzen i un 4% que comparteixen la difusió hertziana amb la difusió per cable.



Font: Elaboració pròpia

## 2.12. Sobre el "grau mínim" per poder denominar-se "televisió local"

El criteri que aquí utilitzem de denominar "televisions locals" a totes les experiències de televisió que es produeixen a l'àmbit local (independentment de la freqüència d'emissió, la capacitat de producció, etc.) ens obliga a establir una línia o demarcació sobre el que podríem qualificar de "grau mínim de televisió".

En la nostra mostra d'anàlisi trobem tres bons exemples que marquen aquest grau mínim: les televisions d'Aitona, Mura i Cadaqués, totes tres autoqualificades de "servei d'informació al poble".

Aitona, una població de 2.900 habitants, va iniciar l'experiència de televisió local de forma indirecta, quan va resoldre els problemes de cobertura tecnològica de la població. Emet, de 13:30 a 15:00 hores, vídeos produïts a l'Ajuntament o pels veïns, que cedeixen les cintes: qualsevol veí pot portar un vídeo a l'Ajuntament perquè s'emeti els diumenges quan el tècnic corresponent està disponible. La televisió es combina amb els altaveus del poble, que també anuncien la programació de la televisió. Es tracta, doncs, d'una televisió que emet però que no té, pròpiament, una programació. Aquesta televisió també expressa les contradiccions pròpies d'aquests models quan difon, després de les seves pròpies imatges i de manera reiterada, la programació d'Eurosport.

Un altre exemple d'aquest grau mínim de la televisió local el trobem a Cadaqués TV, que emet des de 1988. És una televisió finançada per la colla d'amics que la fan, de forma voluntarista i amb un líder disposat a perdre-hi alguns diners. Entre tots, i segons les habilitats de cadascú, fan la producció i l'enregistrament de continguts, resolen els aspectes tècnics i condueixen els programes, encara que tots acaben fent de tot. Els ciutadans que volen aportar idees a la programació són convocats a fer-ho a les reunions de preparació de cada temporada, que comença el mes d'octubre. Emeten els dilluns i els dimarts, durant 3 hores, de 19 a 22 hores, i fan redifusió els dissabtes i alguns diumenges.

El tercer exemple de televisió als límits és la de Mura (218 habitants, segons el cens de 1996). La televisió està feta per dues persones especialitzades que col·laboren en

d'altres projectes de poblacions de la comarca, a més de Mura. No fan pròpiament programes, sinó que elaboren reportatges sobre el poble i sobre temes d'interès, que emeten els diumenges a l'hora de dinar. Són com vídeos familiars fets amb i per a la comunitat. Com en el cas de la televisió d'Aitona, també omplen moltes hores amb el recurs de connectar-se a Eurosport.

Cap d'aquestes tres televisions no sembla gaire preocupada per la qüestió legal i jurídica: "Els petits no tenim dret a tenir televisió?" (Mura RTV), "Estem al marge de tot això, perquè mai no ens hem plantejat ser una televisió; ens considerem un servei social del poble" (Aitona TV).

Per sota d'aquest "grau mínim" hi ha d'altres casos que ens resistim a denominar televisió, perquè es limiten a emetre textos fixos (no teletext) sense oferir programació convencional, amb l'excepció d'alguna difusió esporàdica de vídeos. És el cas de la televisió de Falset (2.900 habitants) que no té ni càmeres ni vídeos ni taula de mesclades: només un ordinador on s'hi munten les pàgines de text i un cable que connecta l'ordinador amb l'emissor. Algunes emissions esporàdiques s'han fet amb material de lloguer o de préstec.

També és el cas, ben especial, de la televisió de Vinebre, localitat íntegrament cablejada (la subscripció a la xarxa de cable només costa 1.500 pessetes anuals) a conseqüència del finançament rebut en concepte de contraprestacions per la veïna central nuclear d'Ascó (aportació de 12 milions de pessetes). TV Vinebre només transmet pàgines de text. Alguna vegada han emès un vídeo o han passat una pel·lícula en forma de vídeo comunitari, experiència, de fet, molt excepcional a Catalunya.

Es pot dir que es tracta més aviat de canals d'informació local que de televisions.

### **2.13. Cinc models per a l'estabilitat de les televisions locals**

Contràriament al que es podria suposar, vistes les limitacions i els retards en la regulació de les televisions locals, el nostre estudi ha descobert un grau destacable de tranquil·litat i d'acomodació dels principals responsables de les televisions locals davant de la situació actual d'ilegalitat. Ja hem vist que fins i tot les emissores del "grau mínim" no se senten gaire amenaçades per la situació.

Encara que sigui per raons diferents, les televisions locals es van consolidant en algun dels cinc models esmentats: televisions privades constituïdes com a societats limitades (SL); televisions municipals; televisions mixtes, en el sentit empresarial del terme; televisions d'associacions sense afany de lucre, amb el suport de convenis amb l'administració local, i televisions públiques de gestió indirecta o delegada.

Pel que fa al primer tipus (televisions privades constituïdes com a societats limitades), la seva consolidació s'encamina cap a l'expansió i són les més propícies a desbordar l'espai local, tant en el sentit físic com en els objectius de proximitat de les seves programacions. Tendeixen a formar empreses translocals o transversals.

Un bon exemple el tenim en la televisió de Sabadell, l'empresa de la qual té la majoria de Canal 10 TV Rubí. O TV Mallorca, que té una participació en l'empresa propietària de la televisió de Sabadell i de Rubí. TV Sabadell també busca la seva expansió com a productora, mitjançant la venda de programes a d'altres televisions locals espanyoles.

És interessant destacar que aquestes televisions es mostren força incòmodes davant de les precarietats de les televisions locals més voluntaristes: consideren que la baixa qualitat de la programació de les televisions locals els pot fer perdre crèdit. Però també semblen sentir-se incòmodes perquè aquestes televisions més voluntaristes reclamen una regulació per a les televisions locals que afavoreixi clarament els continguts de proximitat, tant per a les televisions locals públiques com per a les televisions locals privades.

Un responsable de TV Sabadell va declarar al nostre equip de recerca: "Nosaltres partim del fet que una televisió ha de generar beneficis per continuar existint i fer més diners cada dia. És un concepte molt diferent del que considera que la televisió local ha de servir per fomentar la llengua i la cultura catalanes".

Quant al segon tipus (televisions municipals), la seva tranquil·litat davant de la inseguretat jurídica actual és el resultat de la confiança que tenen en l'aplicació final de l'actual legislació (Llei de 1995), però també d'una seguretat més gran en el finançament. Un bon exemple és la Televisió de Vallirana, estructurada com a servei municipal i que reb de l'Ajuntament la major part del finançament.



En les televisions mixtes, en el sentit empresarial del terme, trobem una nova fórmula destinada, precisament, a fer viables els projectes de televisió local. Aquesta fórmula consisteix a sumar la independència de la iniciativa privada, les connexions amb d'altres sistemes de comunicació (premsa local o grups de comunicació) i el suport formalitzat de les administracions públiques.

Les televisions d'associacions sense afany de lucre que compten amb alguna forma estable de suport de l'administració local basen la seva consolidació en quatre pilars: l'ajut que reben dels ajuntaments, el suport d'iniciatives empresarials amb ambició de futur, el fet d'estar situades en contextos urbans relativament amplis i la voluntat d'ampliar la seva cobertura a l'àmbit comarcal. TV Mataró n'és un bon exemple.

Finalment, l'opció de les televisions públiques de gestió indirecta o delegada sembla cada dia més acceptada com a forma vàlida i sostenible. Busca una nova sortida a la televisió pública d'àmbit local i s'allunya, ja definitivament, del model de les grans televisions generalistes dels estats-nació. És l'experiència que ja hem comentat de Barcelona Televisió, Televisió de Lleida i Canal Reus Televisió i sembla destinada a anar-se multiplicant en el futur.

Així, doncs, l'estabilitat d'aquestes televisions ve donada per una sèrie diversa de factors que els assegurin el futur, tot i els riscos d'un mercat tant petit i competitiu i de les precàries condicions legals en les quals s'han de moure.

#### **2.14. Els nous conflictes per l'hegemonia en el territori: la tendència cap a una sola televisió per demarcació i cap a unes demarcacions més grans**

El que hem exposat en el darrer apartat no vol dir, en absolut, que el panorama de les televisions locals sigui un escenari tranquil, sense conflictes ni transformacions. Al contrari, les transformacions i els conflictes són nombrosos, sobretot en la competència interna que s'estableix entre televisions que actuen en una mateixa localitat o demarcació, siguin públiques i privades o privades entre si. Com veurem, la regulació actual preveu l'existència de dues televisions, una de privada i una de pública, en un mateix territori. Aquesta dualitat sembla sostenible en les poblacions més habitades, però ho és molt menys en

poblacions petites, on la duplictat de televisions és el resultat, gairebé sempre, de divisions polítiques partidistes, amb un futur més que discutible.

De fet, la tendència és anar cap a una televisió per cada demarcació o localitat. La dinàmica d'adaptació de les televisions locals a Catalunya es mou, aleshores, en dues direccions: d'una banda, cap a pactes que condueixin a la unificació de l'oferta en una sola televisió, ja sigui per cessió del sector públic a favor del sector privat (via conveni) o per cessió del sector privat cap al sector públic (sobretot on no hi ha hagut, des del principi, una iniciativa privada o associativa pròpia). D'altra banda, es pot constatar una ampliació del marc de cobertura, més enllà dels límits estrictes de la població (molt especialment en les emissores de titularitat privada).

Diverses empreses privades han arribat a acords de fusió per tal d'adaptar-se a la normativa. I aquestes fusions també tenen un rerefons de caràcter polític, ja que les empreses veuen impossible un suport simultani dels ajuntaments a dues televisions locals.

Encara hi ha diverses ciutats i comarques, petites o grans, on es produeix una confrontació entre dues televisions que es disputen un mateix territori o audiència. Barcelona és un exemple excepcional d'aquesta pugna per haver autoritzat dues televisions locals privades (City TV i Flaix TV), a més de la municipal delegada (BTV). A un altre extrem poblacional trobem el cas de Cadaqués (1.900 habitants a l'hivern), on topen la televisió de Cadaqués (associativa) amb la iniciativa de televisió de l'Ajuntament. A Terrassa, Mollet o l'Hospitalet es pot constatar la competència entre la televisió municipal i la televisió privada. Dues televisions privades de l'Anoia (Anoia TV i Igualada TV) miren de trobar la solució jurídica i la viabilitat econòmica de futur. Un cas excepcional és Manresa, on hi ha dues televisions locals privades del mateix propietari.

Deixant a part el cas tan especial de Barcelona, la consolidació de les televisions locals sembla lluny d'un únic model de televisió, però ben a prop d'un procés d'unificació d'emissores a cada demarcació i, alhora, d'ampliació de les demarcacions cap a àrees més grans (comarcals o, fins i tot, provincials), amb l'excepció de les televisions municipals, estretament lligades a un municipi, a les seves demandes informatives i culturals i, per tant, finançades per aquest municipi com un servei públic més.

## Notes

10. PRADO, E.; MORAGAS, M. de. Televisiones locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana. *Col·legi de Periodistes/Mancomunitat de Municipis, Barcelona, 1991.*
11. A Espanya, segons el diari El País (20 de maig de 2001), es calculava que l'any 2001 hi havia unes 1000 televisions locals. L'associació andalusa de televisions locals Acutel agrupa 110 emissores (juny de 2001).
12. MORAGAS, M. de, RECODER, M. J.; CORBELLÀ, J. (eds.), Primeres Jornades de mesocomunicació a Catalunya, *UAB, març de 1984.*
13. MORAGAS, M. de; GARITAONANDIA, C; LÓPEZ, B., *Televisión de proximidad en Europa, UAB, Barcelona, 1998.*
14. TV Cardedeu, TV Vallirana, TV Arenys, TV Manlleu, TV Mataró, TV Alella, Tele Set, TV Sabadell, TV Fornells, TV Garrotxa, TV Figueres, TV Cercs, TV Vilada, TV Lleida, TV Clot, Palavisió.

## 3. Funcionament de les televisions locals

La diversitat és la nota més característica de l'experiència de la televisió local a Catalunya. El funcionament de les televisions ve molt marcat per factors com la titularitat, les dimensions, el pressupost, l'estructura organitzativa, el recursos tecnològics, els estudis i els equips humans. Tots aquests elements combinats conformen l'heterogeneïtat que tot seguit descriurem.

### 3.1. Aspectes econòmics

La indústria audiovisual es mou avui dia amb pressupostos multimilionaris. Els mitjans de comunicació mostren quotidianament els dèficits pressupostaris de les televisions públiques o els sous milionaris de les estrelles televisives, aspectes que fan pensar en la televisió com en un mitjà que només és a l'abast de les grans fortunes o de les grans institucions. Però arreu del món, la realitat de les televisions de proximitat, locals i comunitàries, s'entossudeix a mostrar una realitat ben diferent. Sovint precàriament, però de vegades també de forma econòmicament sanejada, aquestes experiències es mantenen durant decennis. A Catalunya, l'experiència de les televisions locals ja compta amb 20 anys per donar fe que el ventall de possibilitats per mantenir viva una televisió local és molt ampli i que tot consisteix a dimensionar les aspiracions i el recursos disponibles. Cal destacar, a més a més, que els pressupostos només són una part d'aquests recursos.

#### 3.1.1. Pressupost de funcionament

L'existència d'un pressupost de funcionament és un requisit indispensable per mantenir l'activitat d'una televisió. Aquesta evidència actual, no era una veritat estadística el 1987, quan a la mostra d'un estudi sobre les televisions locals a Catalunya (Prado i Moragas, 1991) el 44% no comptava formalment amb un pressupost de funcionament.

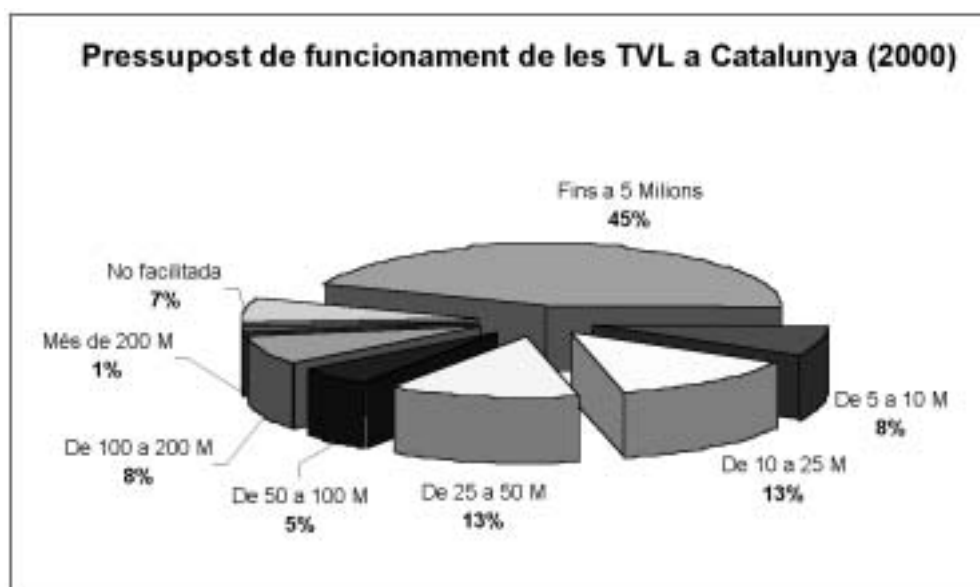
L'existència generalitzada del pressupost a l'actualitat, independentment de la magnitud que tingui o de la seva suficiència o insuficiència, és un indicador de maduració.

Avui, el volum dels pressupostos de funcionament ens informa d'una realitat polièdrica, amb grans diferències entre les diverses televisions segons els recursos econòmics de què disposen. Indefectiblement, aquest fet tindrà repercussions en la complexitat organitzativa, la disponibilitat de materials, l'estructura de les plantilles i la quantitat i la qualitat programàtica.

La multiplicitat dels trams en què es poden agrupar els volums pressupostaris testimonia la gran diversitat a la qual fem referència reiteradament. Tot i això, més del 50% de les televisions locals catalanes compta amb pressupostos que no arriben als 10 milions de pessetes anuals, per la qual cosa es pot afirmar que la modèstia econòmica és una de les característiques principals de les iniciatives de televisió local a Catalunya. Però les dades també ens ofereixen una altra perspectiva: l'existència d'algunes televisions locals que compten amb pressupostos anuals superiors als 200 milions de pessetes, fet que demostra la solidesa de l'aposta pel sector, que marca un gir estratègic respecte al passat. Cal recordar que, als pressupostos de 1987 (Prado i Moragas, 1991), la televisió que tenia més disponibilitat econòmica amb prou feines superava els 22 milions de pessetes.

La solidesa es confirma, a més, pel 13% que disposen de pressupostos que oscil·len entre els 25 i els 50 milions, el 5% que tenen entre 50 i 100 milions i quasi el 8% que gaudeixen d'entre 100 i 200 milions per finançar el seu funcionament anual. Entenem que aquestes dades reflecteixen l'existència d'una aposta "quasi" industrial, sigui de caràcter privat o públic, en el sector de la televisió local.

Centrem-nos en el grup més nombrós, el del 45% que sobreviu amb pressupostos de menys (sovint molt menys)



Font: Elaboració pròpia

de 5 milions de pessetes anuals. Es tracta d'estacions ubicades en poblacions que podríem considerar petites o molt petites: prop de la meitat estan situades a poblacions que no arriben als 5.000 habitants i l'altra meitat a poblacions que compten entre 5.000 i 20.000 habitants. Hi ha excepcions, com els casos de TV20-Televisió de Terrassa o Anoia TV d'Igualada, que tot i que estan situades a poblacions més grans (i, en el cas de Anoia TV, es dirigeixen a altres poblacions, a més d'Igualada) es mouen amb pressupostos que amb prou feines superen els 3 milions. La titularitat no influeix en aquest aspecte, ja que amb aquest volum pressupostari trobem tantes televisions públiques com privades.

No s'ha de suposar que aquesta situació econòmica sigui transitòria, perquè la majoria de les televisions d'aquest grup ja són antigues. De fet, un 82% d'emissores d'aquesta categoria el formen estacions que van ser creades abans de 1995 (hi podem trobar la fundacional RTV Cardedeu); la resta, un 18% d'emissores, es van crear més tard de 1995. Això ens indica que aquestes dimensions econòmiques constitueixen un model "viable" de televisió local a Catalunya. Però és "viable" per diversos motius: aquestes televisions no compten amb personal remunerat (tret d'algunes excepcions parcials), sinó que es nodreixen d'un elevat nombre de col·laboradors; la majoria estan assentades en locals cedits per institucions públiques o

actors privats, amb costos i despeses ínfimes, per sota del 25% del pressupost; les infraestructures de producció també són mínimes; les emissions regulars estan formades per uns quants programes de producció pròpia (que molt sovint no garanteixen la cita diària amb programació original), i la redifusió és una pràctica comuna. Tot i això, acostumen a mantenir l'antena ocupada moltes hores amb emissions de carrussells textuais i/o amb la difusió de les emissions d'algun canal que emet en obert via satèl·lit.

És el que podríem anomenar un **model de subsistència**, que s'acomoda a la demanda de comunicació de les localitats on radica i manté un volum d'activitat, tant lligat a l'oferta de continguts de la localitat com a la capacitat dels seus col·laboradors de transformar-la en produccions televisives. Es tracta, en la majoria de casos, de televisions allunyades de la lògica industrial i, sovint, incompatibles amb ella.

Les televisions que compten amb pressupostos que oscil·len entre els 5 i els 10 milions de pessetes són un grup reduït que arriba al 8%. Estan ubicades en poblacions petites però ja més poblades que les anteriors, la majoria entre 5.000 i 20.000 habitants. En aquesta categoria predominen les iniciatives de caràcter privat, instal·lades en locals propis i amb una dotació tecnològica de perfil baix però completa amb la qual produeixen un nombre variable de programes que emeten regularment i que utilitzen en

successives redifusions. Les televisions d'aquest grup inclouen a la graella alguns programes de producció aliena procedents d'alguna de les estructures de subministrament de programes existent a Catalunya o de productores. Les televisions d'aquest segment compten amb una estructura mínima de personal remunerat que s'hi dedica majoritàriament a temps parcial i mobilitzen un nombre de col·laboradors més limitat que les del grup anterior. En aquest grup ja apareixen estructures formalitzades de canalització publicitària.

És el que podríem anomenar un **model ecològic**: s'adapta a les possibilitats de la zona de cobertura i, en funció dels recursos disponibles, articula una oferta programàtica bàsicament de referent local amb determinats complements de producció aliena. En la majoria de casos es tracta d'organitzacions de "lògica botiguera": no treure de la caixa més del que hi entra.

Entre 10 i 25 milions de pressupost trobem una mica més del 13% de les televisions locals de Catalunya. Bàsicament, es tracta de televisions que o bé estan instal·lades en poblacions mitjanes d'entre 20.000 i 50.000 habitants o bé es dirigeixen a conjunts poblacionals d'aquestes dimensions. Predominen les televisions de titularitat privada, que doblen a les públiques, tot i que la majoria de les privades també compta amb alguna subvenció. Disposen de locals cedits o de propietat, amb infraestructures de producció que podríem anomenar eclèctiques, en el sentit que combinen equips obsolets amb altres més actuals, fins i tot digitals, però de gamma domèstica, industrial i professional. Mantenen emissions regulars tots els dies de la setmana. En general, no tracten de mantenir tot el dia ocupada l'antena, però allarguen el contacte amb el públic mitjançant la redifusió de la seva producció original. Una part significativa de les televisions privades d'aquest grup utilitza algun percentatge de producció aliena, en el qual s'hi troben programes de tot tipus, des de ficció fins a telepromoció. Tenen personal de plantilla complementat amb un nombre variable de col·laboradors que sovint reben alguna compensació econòmica.

És el que podríem anomenar **televisions eclèctiques**: se situen a les portes de la lògica industrial però estan poc estructurades per passar-ne el llindar, mantenen un fort arrelament local però donen pas a continguts allunyats d'aquest entorn i coquetegen amb fórmules paratelevisives

que poden donar alguna entrada extra per cessió d'antena, com els programes d'endevinació.

Un altre 13% de les televisions locals catalanes disposa de pressupostos que oscil·len entre els 25 i els 50 milions de pessetes anuals. Es tracta de televisions ubicades en ciutats que o bé són capital de comarca o bé tenen un cert relleu comarcal. Tenen uns àmbits de cobertura que depassen a bastament la localitat on tenen la seu i es dirigeixen a audiències potencials que ronden o depassen les 100.000 persones, tret de les que pertanyen a comarques de menys població. Són majoritàriament televisions privades, que compten amb tecnologia en fase d'actualització i que realitzen emissions regulars amb predomini de la producció pròpia (sobretot informatius, però que incorporen progressivament altres gèneres d'entreteniment). Compten amb estructures d'organització amb graus elevats de formalització, conformades per plantilles de dimensions molt variables, en funció de les hores d'emissió, i un nombre de col·laboradors de dimensions inversament proporcionals al tamany de la plantilla. Els canals de captació publicitària estan molt formalitzats i, progressivament, s'hi incorporen fórmules de lloguer de temps d'antena per a formats paratelevisius de comercialització, com la televenda i la telepromoció.

És el que podríem qualificar de **televisions de vocació industrial**, que proven de sobreviure amb formats plenament professionals dins del que es consideren mercats viables comercialment. Mantenen una programació preferentment informativa de referent local i de les zones d'influència pròximes i donen cabuda, progressivament, a gèneres d'entreteniment i a programes de producció aliena subministrats per alguna de les estructures de producció i distribució catalanes.

Un 5% de les televisions locals a Catalunya tenen pressupostos anuals d'entre els 50 i els 100 milions de pessetes. Es tracta, majoritàriament, d'estacions instal·lades en ciutats caps de comarca i amb cobertures supracomarcal, creades la dècada dels 80 (amb alguna incorporació recent, com Canal Reus TV), marcades pel caràcter públic, ja sigui per la seva titularitat com per acords d'explotació o per la recepció de subvencions; tot i això, totes admeten publicitat. Compten amb instal·lacions proporcionades per alimentar les seves emissions regulars, en les quals domina la producció pròpia de referent local i

comarcal, de caràcter informatiu en sentit ampli, tot i que també donen cabuda a altres gèneres. La tecnologia és industrial i comencen a combinar la tecnologia digital amb l'analògica. En aquest grup, l'existència d'unitat mòbil es converteix en un indicador de complexitat productiva. Aquestes televisions compten amb personal de plantilla, majoritàriament entre 10 i 25 persones, i els col·laboradors solen rebre alguna compensació econòmica. Tenen una estructura organitzativa altament formalitzada. Mantenen emissions regulars tots els dies de la setmana, amb un alt índex de redifusió, cosa que fa que totes mantinguin un molt elevat índex d'ocupació d'antena.

És el que podríem anomenar **televisions locals professionals petites**, amb una organització força estructurada (tant del seu funcionament com de la graella), vocació supracomarcal, una massa crítica d'audiència que té clares expectatives de sostenibilitat i una gestió acurada dels recursos públics i la publicitat, amb els quals nodreixen el seu pressupost.

Amb pressupostos d'entre 100 i 200 milions de pessetes anuals trobem un grup d'estacions que representen el 8% de les televisions locals. Es tracta de televisions ubicades en ciutats grans, amb cobertures supralocals, comarcals, supracomarcals i intercomarcals, amb la qual cosa s'aconsegueixen audiències potencials que ronden o superen (en alguns casos, de llarg) els 200.000 habitants. Predominen les estacions de titularitat pública, n'hi ha algunes amb fórmules mixtes i una petita part són privades (encara que compten amb algun tipus de subvenció). Són emissores que disposen de locals estructurats professionalment, amb equipament de caràcter industrial i professional i amb un alt índex de digitalització en les infraestructures de producció i post-producció. Tenen plantilles estables de personal dimensionades segons el model programàtic triat, que és molt variat, des del més purament informatiu fins al generalista. Compten amb un nombre variable de col·laboradors que són majoritàriament remunerats. Les seves emissions són regulars amb un alt índex d'ocupació d'antena, en alguns casos per la inclusió de productes de producció aliena (incloses les ficcions serial i cinematogràfica) i, en d'altres, per efectes de la redifusió. La seva estructura organitzativa està altament formalitzada i el procés productiu és totalment professionalitzat. Són majoritàriament de creació recent, a partir de

la segona meitat de la dècada dels noranta, tot i que en aquest grup hi ha Canal 50 Televisió de Sabadell, hereva d'una de les deganes de la televisió local a Catalunya. També dins d'aquest grup trobem una de les últimes televisions que s'han incorporat al panorama de la TV local a Catalunya, la Televisió de Lleida.

És el que podríem anomenar **televisions fetes a mida**. Són estacions que donen una resposta altament professionalitzada però que trien una modalitat programàtica que dóna resposta a les condicions específiques de zones de cobertura diverses i que dissenyen models programàtics molt diferenciats en funció de l'àmbit al qual es dirigeixen. També trien modalitats d'organització i titularitat a la mida de les peculiaritats de l'àmbit de cobertura perseguit: pública de gestió directa, pública de gestió indirecta, mixta i privada.

Finalment, analitzem les televisions que compten amb pressupostos superiors a 200 milions. Es tracta de televisions de la Gran Barcelona, ubicades a la capital catalana, però amb cobertures que la desborden, per atzar o per vocació. Són de titularitat pública o privada, tenen audiències potencials milionaries, compten amb infraestructures tecnològiques modernes, industrials i professionals, amb un altíssim índex de digitalització. Compten amb programació regular tots els dies de la setmana, que s'alimenta d'un elevat índex de programes de producció pròpia, encara que disposen de la presència de produccions alienes a les seves graelles. Opten per models programàtics diferenciats entre si i respecte a les televisions nacionals (es podria dir que fan televisió de format). Es dirigeixen a un target tendencialment jove en un sentit ampli (biològicament o d'esperit). Aquestes emissores tenen plantilles àmplies formades per professionals polivalents i un nombre de col·laboradors indeterminat. El localisme que les inspira és molt variable: més urbà i barceloní a la pública BTV, més supralocal a la privada City TV i més vocacionalment intercomarcal a Flaix TV. Tenen una estructura altament formalitzada, de caràcter professional tant en la gestió com en la producció.

És el que podríem anomenar **televisions metropolitanas**, que compten amb audiències potencials de dimensions suficients per garantir-ne la viabilitat econòmica i que han triat opcions programàtiques de format per complementar la resta de televisions existents en el mateix mercat.

**Les subvencions en el pressupost de les TVL (2000)**



Font: Elaboració pròpia

### 3.1.2. Vies de finançament

Les fonts de finançament de les televisions locals catalanes són múltiples i en alguns casos atípiques. Van des de les més habituals entrades per publicitat i subvencions fins a les quotes, les donacions, el lloguer de temps d'antena, la venda de programes, la prestació de serveis i altres fonts de difícil tipificació.

Les subvencions tenen una importància vital en el panorama financer de la televisió local a Catalunya, no només per la seva intensitat, sinó per la seva extensió.

De fet, més d'un 60% de les televisions locals compta amb algun tipus de subvenció entre les seves partides pressupostàries: en el cas de les públiques, sovint és la part més important dels seus recursos de finançament; en les mixtes i privades, és una partida complementària important (cal dir que el fenomen de la subvenció a les televisions locals catalanes no és privatiu de les públiques).

Més de la meitat de les televisions de titularitat privada compta amb suport institucional en forma de subvencions. Aquesta dada revela el compromís de les institucions públiques, especialment els ajuntaments, però també les

diputacions (en primer lloc, la de Barcelona) i, en menor mesura, els consells comarcals i la Generalitat, amb el fenomen de la televisió local. Aquest compromís es va adquirir sobretot en la primera època, en la qual els ajuntaments, que havien apostat decididament per implicar-se de manera directa en la ràdio local (amb la qual cosa es va generar el potent fenomen de les emissores municipals), van preferir col·laborar de manera indirecta en les televisions locals, tot donant suport a les iniciatives civils de tipus majoritàriament associatiu que van caracteritzar el fenomen fins ben entrada la dècada dels noranta.

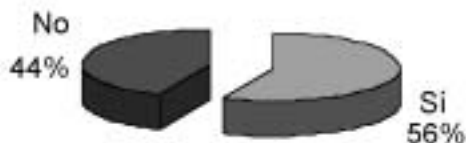
En l'actualitat, ja hem vist que molts ajuntaments han optat per posar en marxa les seves estacions de titularitat pública. En els casos en que no ho han fet, sovint contribueixen econòmicament a la viabilitat de les iniciatives privades. A més, la cooperació institucional no es limita a la fórmula de les subvencions, ja que tot un reguitzell de formes d'ajut completen el ventall: les insercions publicitàries, la compra de temps d'antena o de vídeos, l'encàrrec de serveis d'enregistrament, la cessió de locals, els lloguers simbòlics, etc.

Cal destacar, doncs, la importància de l'aportació pública a la viabilitat del fenomen de la televisió local a Catalunya.

Ja hem mencionat que la importància de les subvencions es deu tant a la extensió com a la intensitat. Analitzada la importància de les subvencions com una de les partides del pressupost de funcionament de les televisions que hem estudiat més qualitativament, podem destacar el paper rellevant que tenen aquestes subvencions tot i que no són, ni de bon tros, l'única via de finançament de cap estació.

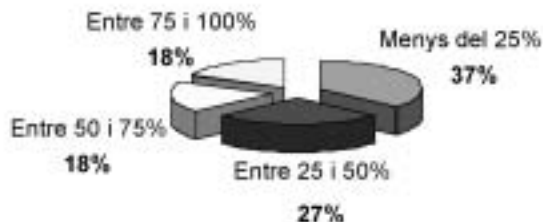
Com es veu en el gràfic, en un 37% de les estacions subvencionades aquesta subvenció només té una impor-

**TVL privades amb subvenció pública**



Font: Elaboració pròpia

**Pes de la subvenció en el pressupost de les TVL**

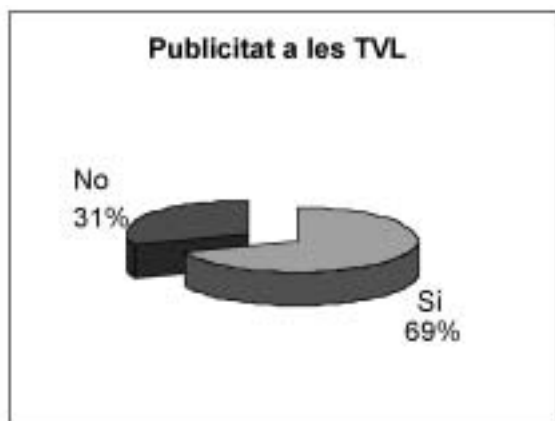


Font: Elaboració pròpia

tància secundària, ja que representa menys d'una quarta part del seu pressupost. Tot i així, l'aportació pública no és menyspreable perquè sovint representa la diferència entre l'existència i la desaparició de les televisions.

Per a un 36% la subvenció és determinant i converteix les altres formes de finançament en complementàries, ja que compten amb ajuts que representen més de la meitat del seu pressupost.

L'altra font més important de finançament de les televisions locals és la publicitat, que és utilitzada com a font d'ingressos per més de dues terceres parts de les estacions.



Font: Elaboració pròpia

Aquest poc més de 30% d'estacions que no tenen ingressos per publicitat inclou televisions públiques i privades: les emissores privades fruit d'iniciatives civils associatives rebutgen la publicitat per principi; les altres, descarten aquesta font de finançament perquè no hi ha un mercat publicitari local o perquè, si n'hi ha, tenen una estructura amateur que no és capaç de capturar, produir i gestionar la publicitat.

El més remarcable, però, és l'ampli recurs a la publicitat, que indica el pes progressiu que guanya la vocació industrial de la televisió local.

L'anàlisi més acurada del pes específic de la publicitat en el conjunt dels ingressos de les televisions que hem estudiat més qualitativament revela que hi ha un segment clarament immers en la lògica industrial televisiva ja que depèn de la publicitat com a font de finançament en proporcions que van del 75 al 100%. Això succeeix en un 36% de les televisions que tenen la publicitat com a font de finançament.



Font: Elaboració pròpia

Aquest gràfic ens permet fer una altra lectura. El fet que dues terceres parts de les televisions locals que incorporen publicitat aconseguixin cobrir més del 50% del seu pressupost de funcionament per aquesta via demostra que existeix un mercat publicitari per a la televisió local, que permet preveure la consolidació d'iniciatives privades de televisió local comercial degudament dimensionades segons la magnitud del mercat publicitari.

La publicitat a les televisions locals adopta diversos formats: espots (de 10, 20, 30, 40 o 60 segons), publireportatges (de 2 o 3 minuts), inserció de pantalles d'imatge fixa o text i sobreimpressions. El repertori es complementa amb el patrocini i l'emplaçament de producte. Les polítiques tarifàries varien segons la dimensió de les poblacions o de l'àmbit de cobertura de l'emissora i, en molts casos, segueixen polítiques de descomptes per l'adquisició de paquets d'insercions.

Les insercions es produeixen majoritàriament entre programes, però també es fan talls dins dels programes més llargs per incloure-hi publicitat.

Els anunciants són, sobretot, empreses locals i comarcals. Els concessionaris d'automòbils són els millors clients de les televisions locals.

Les televisions locals obtenen altres ingressos indirectes relacionats amb la publicitat perquè ofereixen als anunciants un servei de producció dels espots i els publireportatges del qual ells no disposen, amb tarifes que poden oscil·lar entre les 10.000 i les 60.000 pessetes, segons les televisions i el grau de sofisticació de la producció.

Una altra de les fonts d'ingressos tradicionals de la televisió és la venda de programes.

Poc més d'una cinquena part de les televisions locals





Font: Elaboració pròpia

registren algun tipus d'ingrés com a conseqüència d'aquesta activitat. Tot i que pugui semblar el contrari, aquesta xifra no és gens menyspreable si es té en compte el caràcter localista de la immensa majoria de la programació.

La importància absoluta d'aquest capítol pressupostari és discreta però el desenvolupament d'aquesta activitat ha d'interpretar-se com un índex d'industrialització del sector de la televisió local.

La prestació de serveis com a font de finançament es pot qualificar de complementària, tant pel pes limitat que té en el pressupost de les televisions que utilitzen aquest recurs com pel reduït percentatge d'emissores que ho practiquen, que és un 17%.

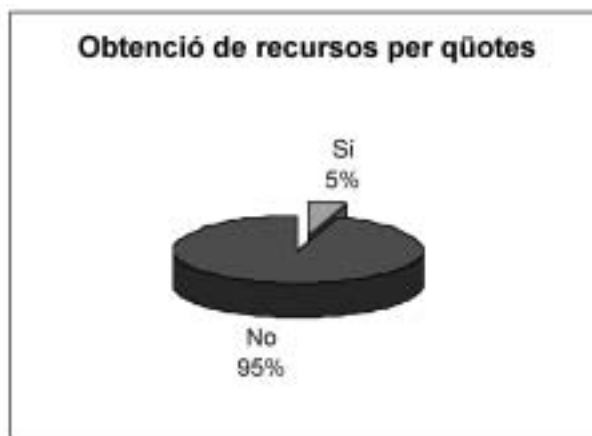
L'ús d'aquest recurs serveix per il·lustrar l'amplitud del ventall de possibilitats explorades. D'una banda, en aquest capítol es troben activitats que confirmen la deriva industrial que està prenent cos en el panorama de les televisions locals de Catalunya, com ara la producció videogràfica o el muntatge d'instal·lacions electròniques i audiovisuals de funció puntual per a altres.



Font: Elaboració pròpia

D'altra banda, es troben altres activitats com ara la socialització del "saber fer" d'aquestes televisions, mitjançant la realització de cursets, que en algun cas puntual s'ha convertit en un capítol pressupostari que suposa percentatges superiors al 25%.

Les quotes aportades per veïns de la localitat són una modalitat d'obtenció d'ingressos herència del clima "civilista" que va presidir el naixement de les televisions locals a Catalunya. Ara és una fórmula residual.



Font: Elaboració pròpia

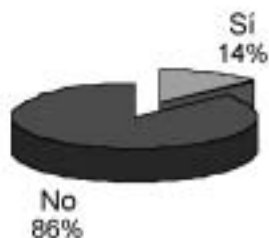
Només un 5% d'estacions compten amb aquesta via per complementar el seu pressupost i en cap cas representa una proporció significativa. A part de la pèrdua del clima d'excitació comunitària que va originar aquesta forma de finançament, les dificultats inherents a la gestió de les aportacions voluntàries, en forma de quotes fixes, expliquen la pèrdua de pes específic d'aquesta modalitat.

Les donacions són una altra via de finançament que té una certa importància per a un 14% d'estacions. Es tracta d'aportacions d'institucions i de particulars que, en alguns casos, són puntuals i serveixen per cobrir despeses extraordinàries, mentre que en altres, representen una aportació decisiva per a la supervivència.

El repertori de vies de finançament es complementa amb altres fonts menys formalitzables.

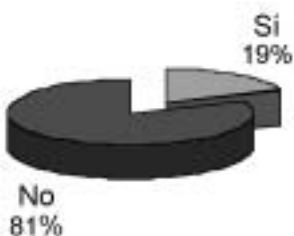
No es tracta d'un capítol significatiu en cap cas però integra un variat repertori de possibilitats, que va des de la venda de vídeos d'alguna emissió sol·licitada per particulars fins als ingressos procedents del lloguer de temps d'antena per a l'emissió de programes de tarot.

### Obtenció de recursos per donacions



Font: Elaboració pròpia

### Obtenció de recursos per altres vies



Font: Elaboració pròpia

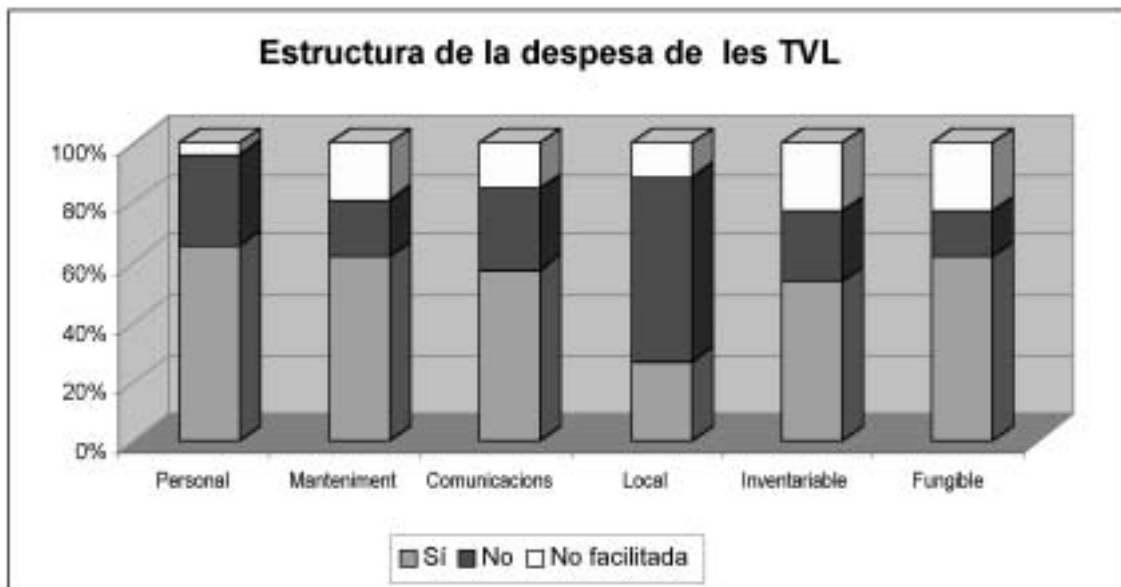
### 3.1.3. Política de despeses

Les despeses de les televisions locals reflecteixen la diversitat tipològica pressupostària analitzada més amunt. La seva estructura oscil·la entre les estacions que utilitzen els seus escassos recursos econòmics enterament per cobrir les despeses de manteniment i les que tenen un ampli catàleg d'epígrafs pressupostaris.

La primera qüestió a assenyalar és el relleu de la proporció d'estacions que no faciliten el desglossament de la seva despesa. Aquest detall revela, a més d'una certa opacitat en el capítol pressupostari, el pes de l'amateurisme: en molts casos, la manca de subministrament d'aquesta dada reflecteix l'absència d'uns comptes detallats en moltes emissores que estan allunyades del patró industrial d'organització.

L'escàs índex d'emissores que contemplen en la seva despesa un epígraf de locals té a veure amb el fenomen de subsidis indirectes, molt estès pel sector de la televisió local a Catalunya: com hem vist, moltes emissores, independentment de la seva titularitat, gaudeixen de locals cedits per les institucions locals, per altres entitats cíviques o, fins i tot, per particulars, especialment en algunes iniciatives privades i en moltes de les cíviques i associatives. Aquest és un factor que s'ha de tenir en compte a l'hora d'interpretar la viabilitat de les iniciatives locals de televisió.

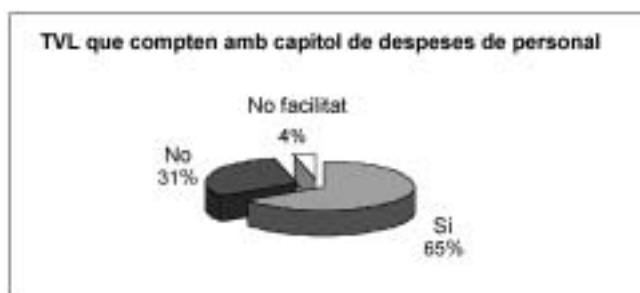
### Estructura de la despesa de les TVL



Font: Elaboració pròpia

El relleu del "no" en els diferents epígrafs de la despesa que apareixen en el gràfic és el testimoni del rastre "amateurista" i "civilista" dels temps fundacionals que avui encara anima una part de les televisions locals catalanes.

L'anàlisi de la despesa detallada de les estacions que hem estudiat en profunditat revela una dada significativa: encara existeixen a Catalunya una munió d'emissores que no destinen cap recurs econòmic al capítol de personal. Prop d'una tercera part es nodreixen del treball voluntari dels seus responsables i col·laboradors, amb la qual cosa s'enfatitza aquest aspecte amateur ja citat.



Font: Elaboració pròpia

Llegit des d'un altre angle, el fet que dues terceres parts de les estacions comptin en el capítol de despeses amb l'epígraf de personal indica la inexorable professionalització que caracteritza l'accelerat procés d'industrialització del sector de la televisió local.

Aquesta idea queda reforçada si es té en compte que les despeses de personal suposen més de la meitat del pressupost en la meitat de les estacions que destinen recursos al pagament de personal.

Cal assenyalar, però, que en la majoria dels casos es tracta de retribucions poc competitives, tot i que hi ha grans



Font: Elaboració pròpia

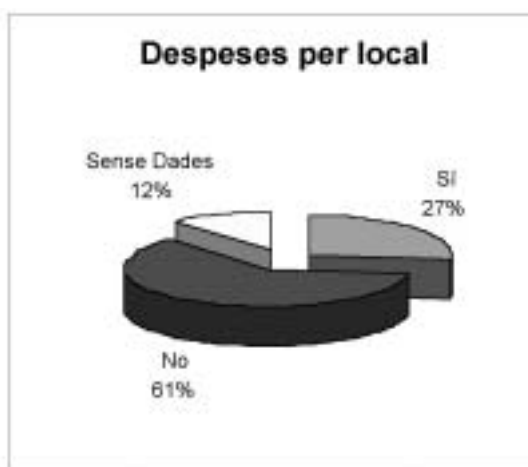
diferències entre emissores i grans diferències entre les percepcions de cada persona a l'interior d'una mateixa emissora. Trobem, així, estacions que destinen un petit percentatge del seu pressupost a despeses de personal i ho comptabilitzen en concepte de dietes i altres que hi destinen una part molt significativa del seu ampli pressupost i ho compten amb un complet repertori de categories professionals amb el seus corresponents salaris escalats segons la seva funció i posició a l'organigrama. Són aquests últims casos que es poden prendre com a clars indicadors d'industrialització. Habitualment les estructures més complexes de sous les trobem en les televisions dels tres grups pressupostaris més elevats.

### 3.2. Tecnologia i equipaments

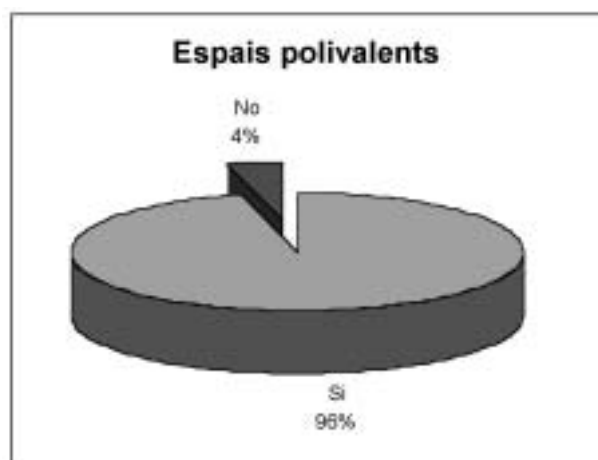
L'estudi de les infraestructures és un bon indicador del nivell d'un sector com el televisiu, el resultat final del qual depèn tant del que podríem anomenar condicions mínimes. En tractar els aspectes tecnològics del sector de les televisions locals a Catalunya ens ocupem, de fet, dels equips de producció i emissió, però també, i en primer lloc, dels espais on es realitza la producció, o dit d'una altra manera, els estudis o l'emissora, perquè, com dèiem en la nostra investigació de 1987 "[...] considerem important ponderar fins a quin punt els locals de l'emissora i l'espai per a la producció de programes condicionen el com de la producció televisiva; la propietat del local, les dimensions del mateix, l'existència o no de subespais específics en funció del treball a realitzar, són dades que poden proporcionar informació interessant en aquest sentit. Seria un error deixar de considerar la importància del "continent" en l'estudi del fenomen de la televisió local, ja que condiona en grau superlatiu el nivell del producte al que es pot aspirar [...]" (Prado i Moragas, 1991:47).

#### 3.2.1. Els estudis

Com hem vist en la distribució de la despesa, la majoria de les televisions locals té dificultats per determinar quant li costen els seus locals. Al 12% dels que no ens han sabut facilitar aquesta dada, cal afegir una bona part dels que diuen no tenir despeses de local, perquè és cedit per tercers o és propietat de l'emissora (i aleshores no li imputen cap despesa).



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

Aquestes dades emfatitzen una relació de poca centralitat de l'espai de producció, aspecte que té molt a veure amb la provisionalitat legal en què s'ha desenvolupat el sector. També està relacionat amb el caràcter comunitari dels inicis de l'experiència, que ha dut moltes emissores a gaudir de locals cedits per institucions o associacions (situació que s'ha perllongat fins als nostres dies en un bon grapat d'emissores), i amb el compromís indirecte dels ajuntaments amb les televisions locals, que permet trobar televisions privades i associatives instal·lades en locals municipals.

En aquest context, la quasi tercera part d'emissores que té un capítol de despeses destinat a locals està posant de relleu una nova centralitat de l'espai de l'emissora, d'acord amb un creixent procés d'industrialització de l'experiència de les televisions locals. En la mateixa direcció, cal interpretar que, entre els que declaren no tenir despeses de local, hi ha la majoria de les televisions municipals, que sovint disposen de locals en bones condicions propietat de l'ajuntament, i algunes privades petites que els tenen de propietat.

Tot plegat indica una creixent preocupació pels locals, que s'ajusta a la progressiva vocació de professionalització detectada en les televisions locals.

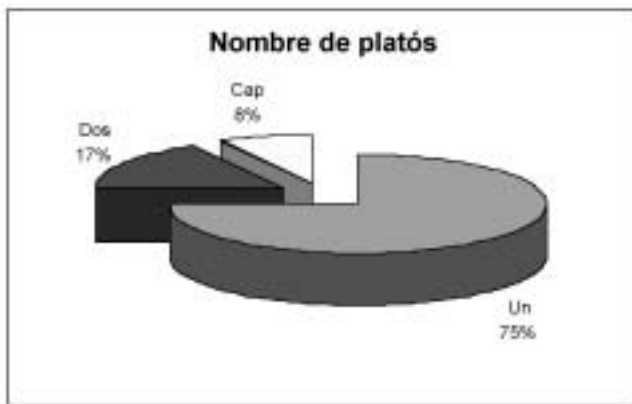
El canvis també afecten la distribució dels espais disponibles en funció de les necessitats productives. Hem de subratllar les extraordinàries diferències entre les diverses emissores. Tot i així, hi ha un tret dominant que les identifica a gairebé totes: l'aprofitament màxim de l'espai, que es destina a diverses funcions.

Els graus de polivalència són molt variats i diversos: hi ha estacions que tenen un únic espai on, sense separacions físiques, es destinen diferents zones al control de realització, els sets de decorat, la redacció, l'arxiu, el maquillatge, etc.; n'hi ha que ubiquen les cel·les d'edició en el control de realització (aquesta polivalència és molt comuna); d'altres, fan que la redacció, l'arxiu i el maquillatge comparteixin espai; n'hi ha que disposen d'un sol control de realització per a diferents platós, i altres que tenen un sol plató dotat de diferents sets més o menys permanents.

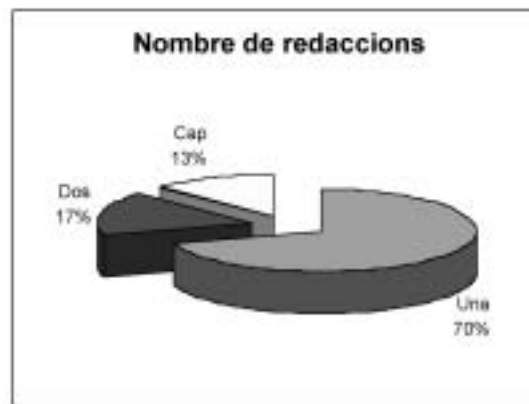
L'existència de més d'un plató és un indicador d'una certa complexitat organitzativa de les tasques de producció, que permet una versatilitat més gran i una adaptació als requeriments dels diferents gèneres de programes. Per això, el 17% d'estacions que compta amb més d'un plató s'ha de prendre com a indicador del grau de complexitat industrial que està assolint el sector de la televisió local a Catalunya. Un altre indicador important que cal destacar és que la inexistència d'un espai específic destinat a plató s'ha reduït al mínim i es correspon amb iniciatives de televisió local que no emeten regularment o que mantenen ocupades posicions del dial amb la simple emissió d'un carrusel d'informació textual.

D'altra banda, una bona part dels platós de la majoria de televisions locals que només en disposen d'un té dimensions suficients per albergar més d'un set de decorats permanent, amb la qual cosa augmenta la seva plurifuncionalitat.

Malgrat aquesta millora significativa respecte a les dispo-



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

nibilitats de finals de la dècada dels vuitanta, podem dir que les televisions locals senten de forma majoritària la manca d'espai.

Un altre espai específic que diu molt del nivell d'una televisió és el control de realització. Només el 4% compta amb més d'un control. Com es veu, el percentatge és inferior al de televisions que disposen de més d'un plató; és a dir, que en alguns casos, un sol control serveix a més d'un plató.



Font: Elaboració pròpia

Cal assenyalar que el grau de professionalització d'una emissora està íntimament relacionat amb la qualitat del control de realització, no només pel nombre, sinó també per la qualitat del seu equipament i per les funcions que acull. Ja hem esmentat que molt sovint els controls de realització han d'albergar les cel·les d'edició i altres equipaments de postproducció, quan se'n disposa.

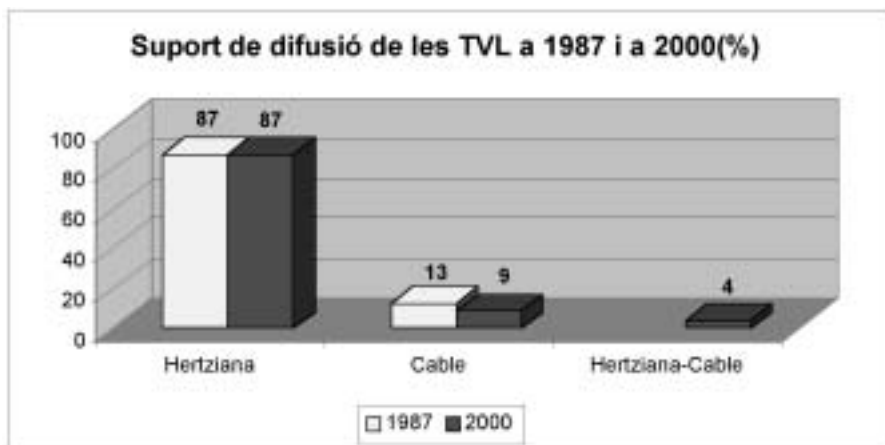
Finalment, un altre espai significatiu del grau de professionalització és la redacció. Amb aquest 17% de televisions

locals que en té més d'una, es reitera la idea de consolidació industrial ja assenyalada en el cas de les televisions que compten amb més d'un plató en aquesta mateixa proporció.

I, en un context d'escassetat d'espai, que tantes televisions dediquin un espai a redacció s'explica pel pes específic que assoleix la informació en l'activitat de les televisions locals.

### 3.2.2. Els equipaments tecnològics

No hi ha dubte que un dels factors que va contribuir a finals de la dècada dels setanta i, molt especialment, en la dècada dels vuitanta a l'explosió del fenomen de les televisions locals és la tecnologia. Per suposat, els factors socials, culturals, polítics i econòmics situats a la base del seu naixement en són els elements motors, però la tecnologia és l'element que les fa possibles. Més concretament, són els avenços en la microelèctronica els que permeten millores extraordinàries en els equips d'emissió i de producció i l'abaratiment dels seus costos. Les innovacions en els emissors i en les antenes van permetre disminuir l'amplada d'espectre efectiu ocupat per cada punt d'emissió, cosa que va possibilitar que es multipliquessin sense perill de provocar interferències. Les innovacions en els equips de producció van permetre una versatilitat de les càmeres, els magnetoscòpis i els equips d'edició i de postproducció, que va culminar amb un alleugeriment de les infraestructures de producció. La qualitat d'imatge que donaven aquests equipaments industrials i alguns de domèstics era tan elevada que va permetre'n la utilització en la producció televisiva en l'àmbit local. A finals de la dècada dels noranta i ja encetat el tercer



Font: Elaboració pròpia

mil·lenni, la innovació que representa la digitalització culmina un procés de millora espectacular en la relació qualitat-preu en els dispositius de presa, enregistrament, edició i postproducció de la imatge i el so, que resulta molt propici per a les necessitats de les televisions locals. Podem dir, doncs, que no és del camp de la tecnologia d'on provenen les dificultats per a l'expansió del fenomen de la televisió local.

### 3.2.2.1. Equipament d'emissió

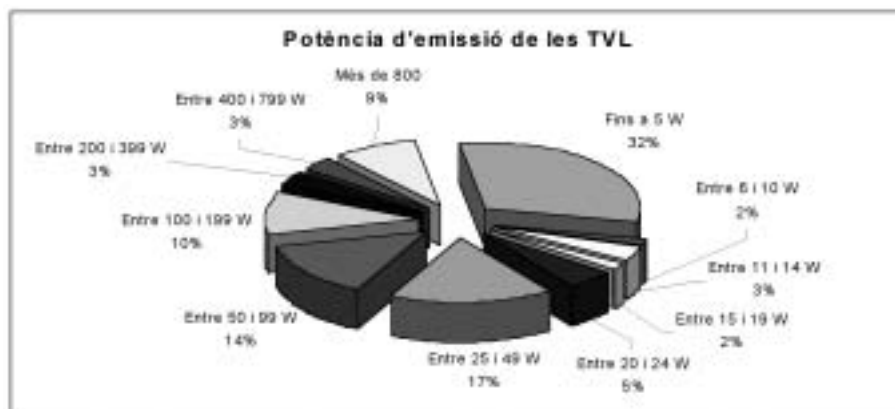
La modalitat dominant de suport de difusió de les televisions locals encara és la via hertziana terrestre. És més, fins i tot ha reforçat el seu pes respecte al 1987 (tot i que se'n manté el nombre) perquè, avui dia, algunes estacions utilitzen simultàniament la via hertziana i el cable.

Avui, com a finals de la dècada dels vuitanta, la difusió

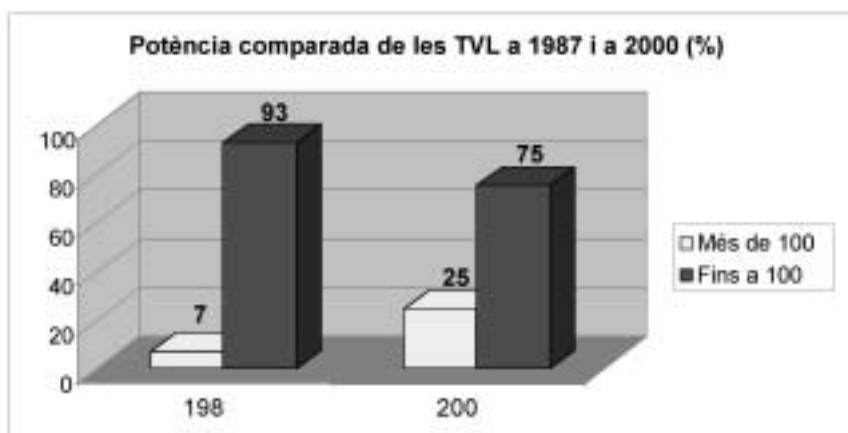
exclusivament hertziana és el mètode emprat per un 87% de les televisions locals. El gràfic ens mostra com el pes del cable no ha augmentat: per aconseguir el 13% que ocupava el 1987 cal tenir en compte el 4% de les estacions que avui simultàniament utilitzen els dos sistemes de difusió. De passada, aquesta dada ens informa de la lenta penetració del cable a Catalunya, malgrat tots els esforços esmerçats en la seva promoció.

La utilització de l'espai radioelèctric com a àmbit propi de la televisió local queda, doncs, demostrada, encara que, de cara al futur, hem d'esperar el pas del sistema analògic al sistema digital terrestre.

Queda per a la història el fet que algunes de les iniciatives de televisió local a Catalunya van iniciar la seva experiència amb equips de construcció pròpia. No van ser gaires ni tampoc van durar gaire temps, però volem testimoniar la



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

importància dels "xispes" (en altres ocasions anomenats bricoleurs electrònics) en les experiències populars de comunicació en els mitjans audiovisuals a Catalunya. Avui és comuna la utilització d'equips d'emissió comercialitzats, de diferents marques i potències.

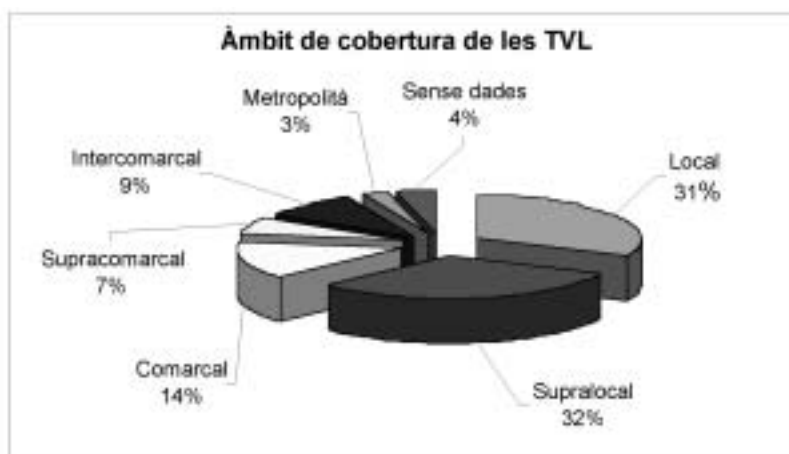
La multiplicitat de potències emprades es correspon amb una de les característiques més evidents de la televisió local a Catalunya: la diversitat. Les diferents opcions de potència reflecteixen la varietat d'entorns urbans, orogràfics i poblacionals dels territoris on operen les televisions locals, però també delaten la vocació de cobertures variades superiors a la local.

Si analitzem comparativament les potències emprades per les televisions locals a Catalunya a finals de la dècada dels vuitanta amb les que utilitzen al llindar del nou mil·lenni veiem un augment espectacular de les potències altes. El

1987, només un 7% d'estacions tenien potències superiors als 100 W i la que més en tenia disposava de 200 W. L'any 2000, més d'una quarta part de les estacions catalanes emeten amb potències superiors als 100 W i n'hi ha que compten amb emissors de més de 800 W.

Aquestes dades palesen dues tendències dominants: d'una banda, el procés d'industrialització del sector de la televisió local a Catalunya (que també es desprèn d'altres indicis) i de l'altra, la creixent vocació d'ampliació de l'àmbit de cobertura, que supera en diverses escales el territori del municipi on radiquen moltes estacions.

N'hi ha prou d'observar la cobertura que declaren les televisions locals de Catalunya per confirmar la concordança entre l'augment significatiu de les potències i el reguitzell d'àmbits de cobertura que recollim en el gràfic següent i que superen àmpliament la demarcació local.



Font: Elaboració pròpia

Encara no una tercera part declara tenir com a objectiu la cobertura del municipi. Quasi un altre terç manifesta cobrir més territori que el del seu terme municipal. Un 14% té vocació comarcal, un 7% pretén arribar a poblacions situades en més d'una comarca, un 9% aspira a estar present amb el seu senyal a més d'una comarca completa i el 3% restant manifesta vocació de cobertura metropolitana. En resum, que prop d'una tercera part de les televisions es proposa actuar en territoris comarcals o que desborden aquesta demarcació, en una clara tendència a cercar agrupacions de població prou nombroses per garantir la viabilitat d'iniciatives que responguin a una concepció de la televisió local de caràcter industrial.

Aquesta tendència trobarà una aliada externa en la tecnologia quan es produeixi la migració obligada de l'analògic al digital en els sistemes d'emissió, cosa que potenciarà, de forma "natural", la creació de demarcacions locals d'àmbit superior al municipal.

### **3.2.2.2. Equipaments de producció**

La dotació tecnològica amb la qual afronten la seva producció les televisions locals a Catalunya s'ha qualificat d'eclèctica. Ho és en el sentit que s'hi combinen equipaments professionals, industrials i domèstics. Ho és, també, perquè hi conviuen tecnologies obsoletes amb les més modernes digitals.

#### **3.2.2.2.1. Equipament dels platós**

Ja hem analitzat, com a element positiu, l'increment de les televisions que disposen d'un espai específic destinat a la funció de plató i hem destacat encara més el nombre d'estacions que fins i tot en tenen més d'un. Però també hem esmentat que, finalment, és la qualitat tecnològica la que marca en gran mesura el rendiment del plató. En aquest sentit, la situació dominant és la que combina càmeres domèstiques i industrials. S'observa un predomini de les càmeres de CCD, tot i que a molts platós encara s'hi conserven càmeres de tubs (que es fan servir molt poc). El parc s'ha anat actualitzant amb la inclusió de càmeres digitals, tant domèstiques com professionals de gamma baixa. El patró és el de la dotació-mosaic, en el qual hi conviuen tubs i xips, domèstiques, industrials i professionals, analògiques i digitals. Només a les televisions

creades més recentment o refundades en els últims mesos s'hi troben platós equipats amb càmeres més homogènies, bàsicament digitals. Les càmeres d'estudi s'utilitzen sobre trípede de forma generalitzada, tot i que també en aquest estri trobem una ampli ventall i només algunes estacions compten amb dispositius dolly. Tots els platós compten amb sistemes d'il·luminació que estan en relació amb les seves dimensions i amb els recursos econòmics de l'estació: van des dels dos o tres punts de llum fins a sistemes complexos d'il·luminació (amb panells de llum freda de diverses potències i focus per ciclorama i de contrallum, que s'arriben a manipular des de taules de control de més de 24 canals) que permeten processos d'il·luminació més sofisticats. Aquest extrem l'assoleixen menys d'un 10% de les estacions; el denominador comú són dotacions d'il·luminació que podem qualificar de suficients però no de sofisticades.

#### **3.2.2.2.2. Equipament dels controls de realització**

El control de realització es el cor tecnològic de les televisions locals: del seu equipament s'en deriva el grau de sofisticació que poden assolir les produccions. L'equipament d'aquestes unitats és molt divers i reflecteix perfectament el caràcter eclèctic que hem esmentat per caracteritzar el conjunt de les dotacions tecnològiques de les televisions locals. És eclèctic per la seva configuració, que sovint inclou equips d'edició i, en alguns casos, altres dispositius de postproducció. És eclèctic per la combinació de tecnologies analògiques i digitals (especialment amb la introducció de magnetoscòpis digitals). És eclèctic per la combinació d'equips domèstics, industrials i, en menor mesura, professionals. És eclèctic, finalment, per la utilització d'equips d'electrònica de consum en funcions professionals, com ara l'ús de televisions de baixa gamma fent de monitors o la inclusió de cassetts domèstiques en els controls de so, al costat de magnetòfons professionals o de minidiscs.

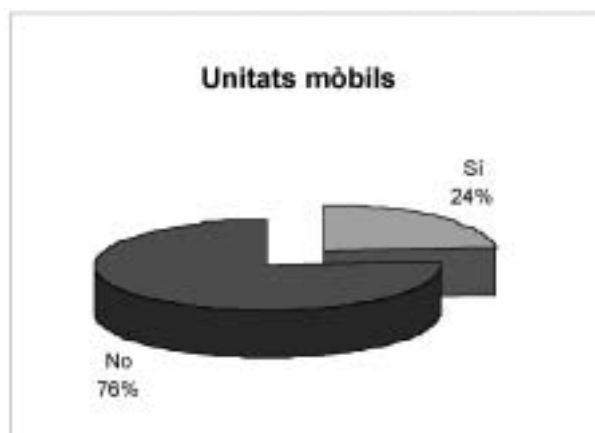
#### **3.2.2.2.3. Equipament de les cel·les d'edició**

L'existència de cel·les d'edició és un indicador important del grau de sofisticació al qual pot aspirar la producció. Són poques les televisions que no disposen de recursos d'edició i, normalment, es tracta d'estacions petites que emeten poques hores i, preferentment, en directe. Que un 27% de televisions locals no tingui cap sala destinada a cel·les





Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

d'edició no vol dir que no tingui cap recurs d'edició. Dins d'aquest grup s'hi inclouen les estacions que tenen els equips d'edició a l'espai de control de realització, amb la qual cosa disminueix el rendiment que se'n pot treure.

En qualsevol cas, el fet que més de la meitat d'estacions compti amb més d'una cel·la d'edició s'ha de prendre com un indicador del procés d'industrialització que afecta la televisió local a Catalunya; que quasi la quarta part en tingui entre tres i set constata el procés de professionalització d'un segment gens menyspreable.

Els equipaments dominants encara són edicions analògiques, però en una bona part de les estacions conviuen amb les recentment incorporades edicions no lineals. Algunes de les estacions de creació més recent ja compten només amb equipaments d'edició no lineal.

#### 3.2.2.4. Unitats mòbils

La unitat mòbil és un equipament relacionat amb la complexitat de la programació i un requisit important si es pretenen cobrir esdeveniments en directe, molt especialment els esportius.

És un recurs que, com equipament permanent, és poc freqüent a les televisions locals catalanes, però moltes estacions poden habilitar una unitat mòbil amb els equipaments que tenen als seus estudis quan ho exigeixen els requeriments programàtics.

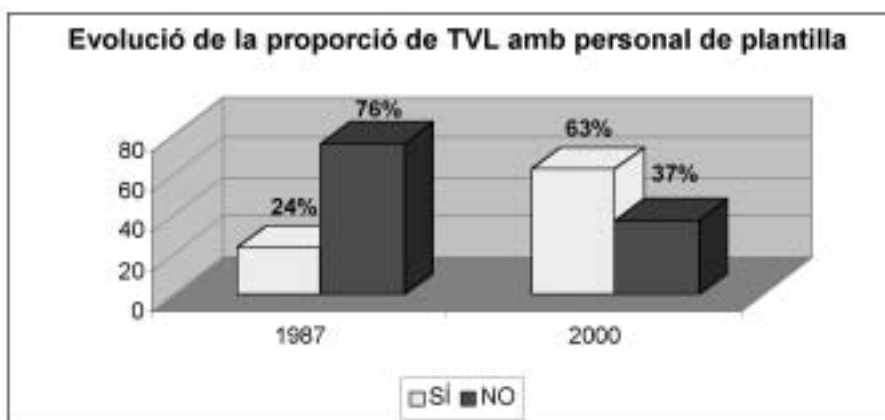
Així, prop d'una quarta part de les estacions utilitza amb freqüències desiguals el recurs d'una unitat mòbil, si bé, com diem, poques estacions tenen aquest equipament permanentment a punt per operar.

#### 3.2.2.5. Equipament de les redaccions

Ja hem assenyalat que queden poques estacions sense un espai específic per a les tasques de redacció. La dotació d'ordinadors és molt limitada: més de la meitat de les televisions no en tenen més de dos. La connexió a Internet és disponible en una proporció encara més baixa. Hi ha, però, un 7% de televisions que disposa d'un nombre més elevat de terminals connectats en xarxa i amb accés a Internet. I, finalment, una part una mica inferior compta amb equips de visionat i preedició integrats als equips informàtics. Gairebé totes les redaccions tenen terminals telefònics i equips d'ofimàtica compartits, com impressora i fax.

### 3.3. Organització professional

L'estructura del personal de les televisions locals de Catalunya està composta de dues grans categories: el personal de plantilla i els col·laboradors. En l'estudi anterior (Prado i Moragas, 1991) ja assenyalàvem que la situació laboral del personal de les televisions locals havia estat un dels aspectes que més havia canviat des dels inicis de l'experiència, quan tot el personal dedicava voluntàriament el seu temps a la televisió. Poc a poc s'havien anat creant alguns grups professionalitzats i cada vegada era més freqüent anar trobant persones que rebien alguna remuneració per la seva dedicació. Aquest procés ha anat augmentant i, com ja hem analitzat en l'apartat corresponent a la política de despeses, dues terceres parts de les televisions locals destinen un capítol del seu pressupost de funcionament als sous del personal.



Font: Elaboració pròpia

### 3.3.1. Personal de plantilla

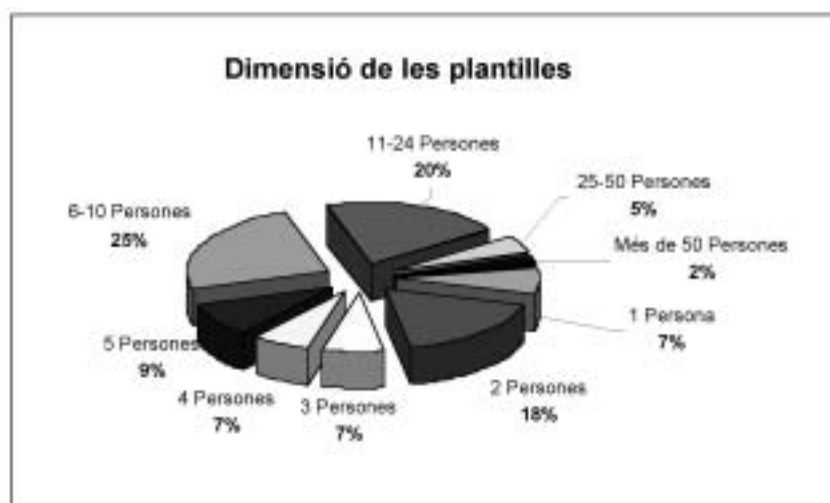
A finals de la dècada dels vuitanta, un nucli reduït de televisions (no arribava a la quarta part) tenien personal de plantilla. Es tractava, en general, de plantilles reduïdes que poques vegades tenien més de dues o tres persones.

Des d'aleshores fins avui, s'ha confirmat, sense cap mena de dubte, aquesta tendència a la professionalització, ja que quasi dos terços de les televisions locals compten amb personal de plantilla. Òbviament, això els permet organitzar de forma estable el seu funcionament i els atorga una estructura de producció que garanteix amb més seguretat els objectius de producció i de regularitat de l'emissió.

Cal destacar que, a més d'haver crescut significativament

el nombre d'emissores que disposen de personal de plantilla, també han augmentat les dimensions d'aquestes plantilles: de totes les estacions que en tenen, les de 3 o menys persones no arriben a la tercera part, mentre que a finals de la dècada dels vuitanta totes tenien aquesta mida. El fet més destacable a l'actualitat és que les plantilles d'una quarta part de les estacions que en tenen estan configurades per entre sis i deu persones. I encara més significatiu del grau de professionalització assolit és el 20% de les estacions que compta amb plantilles d'entre 11 i 24 persones.

L'existència de plantilla i les dimensions que tingui s'han de prendre com a indicadors de professionalització, perquè fonamenten un funcionament estable i estructurat. Però cal



Font: Elaboració pròpia

aclarir que això no vol dir que parlem necessàriament d'estructures professionals sanejades: hi ha grans diferències entre les condicions laborals de les persones que es troben en plantilla segons la televisió, tant per la dedicació (parcial o a temps complet) com per la remuneració (que va des dels sous equivalents als que es troben en el mercat per a categories similars fins a compensacions econòmiques molt modestes) o la qualificació.

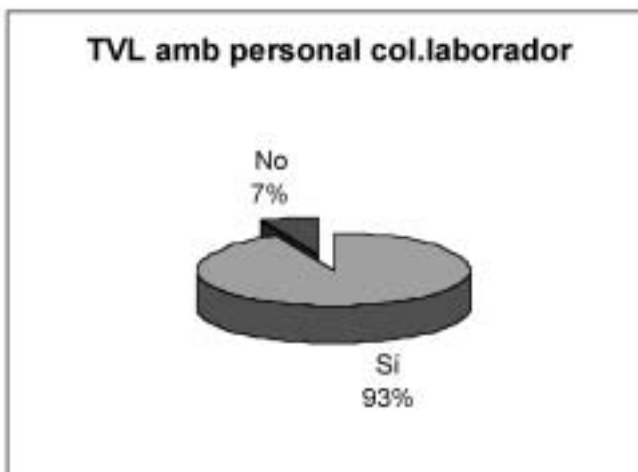
Tot sovint, a les televisions que tenen plantilles reduïdes de fins a cinc membres, aquests s'encarreguen una mica de tot i s'identifiquen amb responsabilitats d'àrees d'activitat diverses, com direcció, informació-programació, realització o administració-comercial. Majoritàriament tenen titulació superior en les seves àrees respectives, tot i que també trobem alguna persona que s'ha fet a si mateixa amb l'experiència de la televisió local (acostuma a ser una mica més gran de la mitjana, que és de 35 anys).

A les televisions amb plantilles més nodrides, al marge dels responsables d'àrea (que tenen perfils similars als anteriors), s'hi detecta un cert grau d'especialització, tot i la polivalència. Així, és freqüent trobar-hi periodistes, càmeres i ENG, realitzadors, encarregats de la publicitat i administratius. Aquí trobem persones que, generalment, tenen la formació corresponent a cada especialitat, tant amb estudis superiors com amb formació professional. La mitjana d'edat baixa considerablement i se situa als 28 anys.

En l'àmbit de les remuneracions trobem una gran diversitat. Per a dedicacions a temps complet els sous bruts declarats per als directors poden oscil·lar de 6.000.000 de pessetes per la banda alta a 3.000.000 per la banda baixa. Els caps d'informatius obtenen remuneracions entre 5.000.000 i 2.250.000 pessetes. Els caps de l'àrea tècnica tenen remuneracions entre 4.700.000 i 1.700.000 pessetes. Finalment, redactors, ENG i tècnics d'imatge i so obtenen remuneracions que van de 2.750.000 a 1.500.000 pessetes. Cal dir que les retribucions intermèdies són més freqüents que les extremes.

### 3.3.2. Col·laboradors

El fenomen de la televisió local és indestriable de la figura dels col·laboradors. I ho és històricament: ja hem mencionat que, en el naixement d'aquesta experiència, tothom que hi treballava ho era; també hem dit que és la característica més destacable del sector.

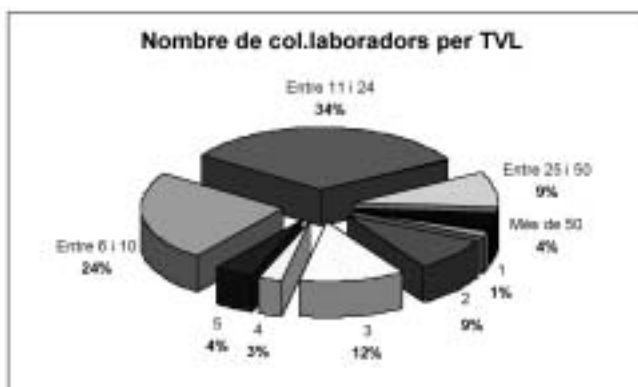


Font: Elaboració pròpia

Els col·laboradors són una figura present en quasi totes les televisions locals (en una concentració més alta o més baixa, segons la televisió) i si no existissin l'activitat del sector es paralizaria i seria inviable. Ells són el fonament sobre el qual s'alça l'activitat televisiva a l'àmbit local: escassament remunerats o treballant de franc, formen una legió de vora d'un miler i mig de persones compromeses amb la producció televisiva.

Aquesta participació posa de relleu que la televisió local és un canal que facilita la comunicació de proximitat, no només pel que fa als continguts sinó també pel que fa a la implicació activa dels ciutadans en la producció cultural i informativa.

El gran nombre de col·laboradors ens permet qualificar de fenomen massiu aquest sistema participatiu. El fet que un 4% d'emissores compti amb més de 50 col·laboradors, que un 9% tingui de 25 a 50 persones dins d'aquesta categoria



Font: Elaboració pròpia

o que un 34% de les estacions gaudeixi del concurs d'entre 11 i 24 col·laboradors certifica la condició massiva del fenomen de la col·laboració a les televisions locals de Catalunya.

Dins d'aquesta categoria de personal podem trobar tota mena de dedicacions, des de col·laboradors regulars fins a esporàdics. Entre els regulars podem distingir els col·laboradors d'emissora i els col·laboradors de programa: els primers poden participar diàriament en les mateixes tasques o bé poden dedicar un nombre estable d'hores a ocupar-se de tasques diverses segons les necessitats; els col·laboradors de programa poden tenir la responsabilitat total d'un programa o bé poden col·laborar-hi en algun aspecte concret, ajudant el responsable del programa (que pot ser de plantilla o un altre col·laborador). Entre els col·laboradors esporàdics trobem una munió de casuístiques: estudiants universitaris que aprofiten les vacances per adquirir una experiència amb dedicació intensiva, estudiants més joves que passen per la televisió per donar un cop de mà quan tenen una estona lliure, jubilats que ajuden un bon grapat d'hores diàries, especialistes en algun tema que col·laboren un temps mentre el seu programa està en antena, mestresses de casa que dediquen algunes estones a involucrar-se en una pràctica cultural, botiguers que cedeixen algun equipament específic per a la realització d'una emissió, etc.

Els col·laboradors regulars d'emissora realitzen diverses funcions. Les més freqüents són: tècnic d'imatge i so, ENG, presentador i administratiu. Els col·laboradors de programa desenvolupen la seva activitat principalment com a redactors, guionistes, productors i, en menor mesura, com a tècnics. Dins d'aquesta categoria també hi solem trobar els directores de programes especialitzats o d'aquells que són vehicle d'expressió d'alguna associació o col·lectiu.

La mitjana d'edat dels col·laboradors regulars és més baixa que la del personal de plantilla i se situa en els 25 anys. Quant a la formació, trobem dos grans grups: el primer, el formen persones amb estudis superiors de les especialitats de Ciències de la Comunicació, que generalment col·laboren en el camp de la redacció, el guionatge i la realització; el segon grup el componen titulats en formació professional, especialment de les branques d'imatge i so, que col·laboren, sobretot, en el camp tècnic. Hi ha, també, un grup eclèctic format per titulats superiors en altres



Font: Elaboració pròpia

disciplines (especialment en l'àmbit de les ciències socials, però també en enginyeries) i persones amb estudis mitjans, formats amb la pràctica o mitjançant la realització de cursos a les mateixes emissores. Finalment, engreixen aquest grup els estudiants en pràctiques procedents de les universitats, dels mòduls de formació professional i, fins i tot, dels instituts.

Com més gran és el nombre de col·laboradors d'una estació més elevada és la proporció de col·laboradors de programa i d'esporàdics i, alhora, més obert és el ventall de formacions i d'edats. De fet, entre els col·laboradors esporàdics hi ha una mitjana d'edat més alta que entre els regulars (se situa en els 30 anys) i, en aquest grup, hi trobem un ventall molt ample, des de nens fins a gent gran.

La remuneració dels col·laboradors segueix patrons molt desiguals. Sovint es tracta de retribucions simbòliques, que van de 5.000 pessetes per programa per a alguns presentadors fins a 25.000 o 50.000. Hi ha periodistes-ENG que cobren 40.000 pessetes per una dedicació de 16 hores setmanals i auxiliars de càmera o locutors que reben 2.000 pessetes per feina feta. És clar que, de vegades, sota la forma de col·laborador hi ha, també, el director, que pot cobrar 1.500.000 pessetes anuals més beneficis. Tot i això, una part molt significativa dels col·laboradors treballa sense rebre una compensació econòmica per la seva feina.

### 3.3.3. Estructures organitzatives

L'estructura organitzativa de les televisions locals ha anat evolucionant cap a un grau més elevat de formalització. Superades les primeres etapes marcades pel funcionament col·lectiu, ara ens trobem amb sistemes amb un nivell més

## Organització Elemental



elevat d'estructuració, però que no tendeixen a una burocratització alta. En una mirada qualitativa detallada, podria semblar que hi ha tants tipus d'estructura organitzativa com emissores. Tot i així, per sobre de les peculiaritats particulars, hem pogut identificar 4 tipus genèrics d'organització.

El model que hem denominat **Organització de Grau Zero** representa només el 17% del total i correspon a televisions que mantenen una activitat reduïda i en les quals les preses de decisions segueixen mecàniques informals de tipus col·lectiu (tot i que s'hi poden reconèixer certs graus d'autoritat moral segons l'antiguitat o la intensitat de la dedicació). Dins d'aquest grup s'hi poden trobar des de televisions fetes per un grup d'amics fins a algunes emissores municipals, en les quals els col·laboradors responsables de la producció d'emissions mantenen un funcionament col·lectiu i es relacionen directament amb l'alcalde.

El grup majoritari, que representa un 40% del total, el conformen les estacions que tenen un model que hem denominat d'**Organització Elemental**.

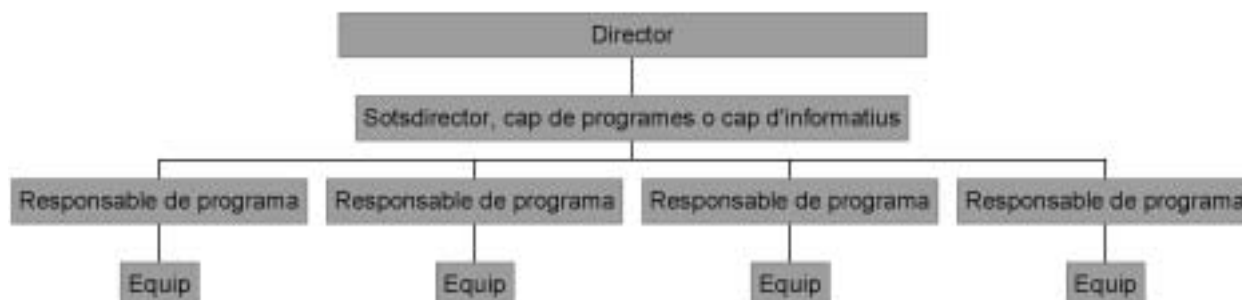
L'organigrama, molt simple, compta amb tres graus: al capdavant hi ha un director, que assumeix la màxima responsabilitat i tracta amb els titulars de l'emissora (tot i

que, en alguns casos, el director és també el propietari o l'accionista majoritari); per sota d'ell no hi ha altres càrrecs jeràrquics, sinó que es relaciona directament amb els responsables de cada programa, que són denominats de diferents maneres segons els costums de cada televisió (les apel·lacions més freqüents són director, realitzador o presentador); finalment, i depenent dels responsables dels programes, hi ha els membres de l'equip (tant de l'àrea tècnica com de continguts), que es configura per la producció de cada programa. Generalment, els responsables de programa gaudeixen d'una elevada autonomia en la presa de decisions relatives als continguts i al seu tractament, així com en els aspectes formals dels programes dels quals són responsables. Si tenen qualsevol dubte, consulten el director de l'emissora.

El segon grup, pel que fa a la magnitud, és el de les estacions que tenen un model que hem anomenat d'**Organització Estructurada**, en el qual s'hi inclou el 30% de les televisions locals.

Són estacions que habitualment compten amb un volum d'activitat més elevat que les anteriors i que afegixen un grau a l'organigrama, que continua encapçalat pel director,

## Organització Estructurada



## Organització Complexa



màxim artífex del funcionament de l'estació i responsable davant dels titulars públics o privats de la televisió. Sota del director en la línia jeràrquica, hi ha un càrrec intermedi que pot respondre a diferents apel·lacions (sotsdirector, cap de programes, director de programació o, també, cap o director d'informatius). La denominació depèn de les emissores, però les tasques que realitza són semblants: es responsabilitza de la producció de continguts, tot mantenint el contacte permanent amb els responsables de cada programa i aplicant les directrius provinents de la direcció de l'emissora, davant de qui ha de retre comptes. Els responsables de programa són interlocutors directes d'aquesta darrera figura jeràrquica, tot i que, en casos específics, poden despatxar alguns temes amb el director. Són els responsables d'aplicar les línies editorials de l'estació als seus programes i de coordinar el funcionament de l'equip humà que contribueix a produir-los. Tot i que tenen un grau d'autonomia elevat en la selecció de continguts, han de seguir unes certes directrius marcades per la direcció (en aquestes televisions s'hi pot identificar una certa línia editorial, entesa en un sentit molt ampli).

El quart model que hem identificat és el d'**Organització Complexa**, al qual s'inscriu un 13% de les televisions locals. Es tracta d'una estructura que s'organitza de forma jeràrquica i en la qual hi ha una diferenciació entre les diverses àrees de l'activitat televisiva.

Al capdamunt d'aquesta estructura organitzativa s'hi situa el director, que és el màxim responsable de tots els fronts d'activitat de l'emissora. Sovint té la funció de director-gerent i, en algunes ocasions, compta amb un gerent que el

descarrega d'aquesta feina i que treballa coordinadament amb ell.

Segons el volum d'activitat de l'emissora o la complexitat de la seva graella, el director disposa d'un càrrec intermedi, el sotsdirector, entre ell i els directors d'àrea (que poden tenir diferents noms, però que gairebé sempre són els responsables de la direcció de continguts, la direcció tècnica i la direcció administrativa).

La direcció de continguts sol identificar-se amb noms com cap o director de programes o d'informatius. Aquest és responsable del conjunt de l'oferta i d'ell depenen els responsables de programes, que coordinen els equips que participen en la producció dels seus espais respectius. La presa de decisions sobre els continguts està més formalitzada, respon a paràmetres establerts per l'estructura de direcció i es transmet pels conductes jeràrquics a l'estil de les televisions d'àmbit superior.

L'altra gran àrea d'organització és la tècnica, i el titular té sota la seva responsabilitat l'àmbit de realització, que s'ocupa de la continuïtat i de l'atribució del suport tècnic adequat a les necessitats específiques de cada emissió. També és responsable de l'àmbit d'emissions, que inclou el control i el manteniment d'equips d'alta freqüència.

Finalment les televisions del model d'Organització Complexa compten amb una tercera àrea, que podem denominar administrativa, el cap de la qual és responsable dels àmbits comercial i de gestió.

Aquest model és un reflex del procés d'industrialització creixent de la televisió local a Catalunya, els símptomes del qual hem anat subratllant en diferents apartats. En general,

però, podem dir que la formalització registrada en l'estructura organitzativa dels dos darrers models marca una línia de tendència en el sentit que s'aposta per la consolidació d'un model de televisió local més professionalitzada. El fet que, fins i tot sense poder parlar de professionalització, un 40% de les estacions hagin optat per un nivell mínim de formalització organitzativa demostra el creixement d'aquesta tendència.

### 3.4. Programació

En aquest capítol hem aplicat una adaptació a les televisions locals de la tipologia genèrica i de les tècniques de l'Observatori Euromonitor (15) . Així doncs, contemplarem un primer nivell analític, el dels macrogèneres, i un segon nivell, el dels gèneres. En aquest estudi prescindim de l'explotació estadística del tercer nivell, que és el dels microgèneres, tot i que es té en compte a nivell analític.

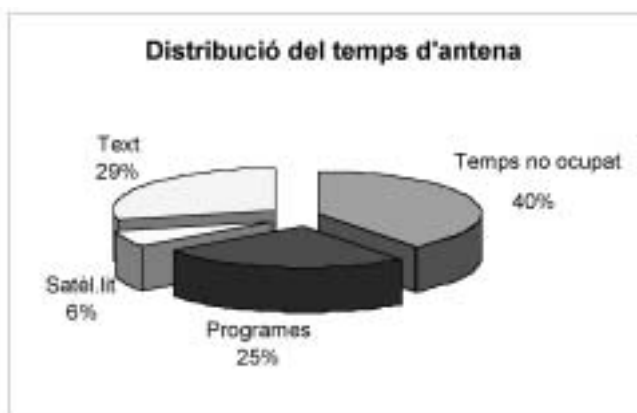
Per a l'anàlisi de la programació, hem pres en consideració la jornada televisiva estàndard (entre les 07:00 h del matí i la 01:00 h de la matinada), dividida en sis franges horàries: matí (07:00-13:30), migdia (13:30-15:30), sobretaula (15:30-18:00), tarda (18:00-20:00), prime time (20:00-22:30) i nit (22:30-01:00).

Parlem, doncs, d'un univers setmanal potencial de 7.560 minuts d'antena disponibles, que les televisions locals de Catalunya ocupen de forma molt diversa segons les seves característiques. La mitjana d'ocupació es pot considerar alta, ja que arriba al 60% del temps disponible.

Cal aclarir, però, que aquestes dades no indiquen difusió de producció televisiva original, sinó temps d'emissió global, dins del qual hi ha programació televisiva original,



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

redifusions, emissió de carruselstextuals i retransmissió de continguts procedents d'estacions televisives que emeten via satèl·lit.

És important de matisar que l'elevat índex d'ocupació d'antena (en la jornada televisiva que prenem com a referència) no representa la capacitat de producció efectiva de les televisions locals, tot i que pot servir d'indicador de la seva voluntat de fer-se presents en tot l'espai disponible i certificar així la seva existència. En realitat, només el 25% del temps d'antena considerat l'ocupen espais televisius pròpiament dits, programats per les televisions locals. Aquest 25 % s'adiu més a l'entorn i a la demanda objectiva de comunicació que ha d'inspirar la televisió de proximitat.

I, encara, dins d'aquesta proporció de la graella dedicada als programes televisius pròpiament dits hi ha un elevat índex de redifusió, un procediment per omplir la graella que ha anat guanyant popularitat entre les televisions locals (ja hem dit que el practica un 82% de les estacions).

La redifusió dels programes és un procediment que s'incorpora a l'univers televisiu en el context de la multiplicació de canals. En un entorn multicanal, la possibilitat de contacte d'un espectador amb un programa televisiu és inversament proporcional al nombre de canals disponibles, fet que només l'índex d'acceptació general de cada estació pot corregir. Per això, se sol revisar el procediment de programació de flux continu de passis únics mitjançant un grau múltiple d'insercions de cada emissió, en dies i segments horaris diferents. Així, augmenten les possibilitats de contacte del programa amb el seu públic objectiu. Aquest procediment, desenvolupat pels canals

premiumi els especialitzats del cable i el satèl·lit, ha estat adoptat des del seu inici per les televisions locals, amb la qual cosa multipliquen la rendibilitat del seu esforç productiu i l'impacte de la seva programació en l'entorn al qual es dirigeixen. La redifusió és un procediment que s'adequa molt bé al caràcter d'oferta alternativa o complementària a les televisions generalistes i especialitzades que centra l'activitat de les televisions locals. És, a més a més, una estratègia d'ocupació d'antena que s'adiu més amb les finalitats de la televisió de proximitat que la de farcir la graella amb retransmissions de canals aliens.

### 3.4.1. Preferències genèriques de les televisions locals

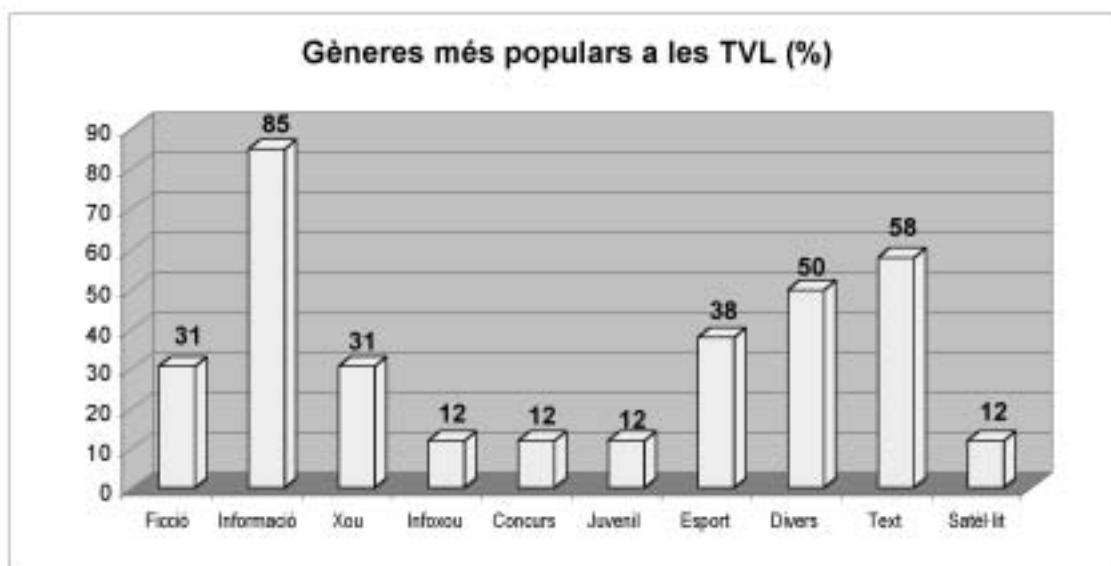
El macrogènere que gaudeix de les preferències dels programadors de les televisions locals és, sens dubte, la informació: un 85% de les estacions inclouen programes d'aquest macrogènere a la seva graella. El segueix, per ordre de magnitud, l'emissió de pantalles de text (58% de les televisions locals). A la categoria "divers" trobem una gran varietat de programes, que ja analitzarem més endavant, entre els quals, i de manera significativa, hi ha els programes que impliquen algun grau d'exploatació comercial del temps d'antena, com ara la televenda, els programes endevinatoris

o els infomercials un 50% de les estacions inclou programes de la categoria "divers" en la seva oferta. Els programes esportius s'emeten a un 38% de les estacions; a continuació, trobem la ficció i el xou, que es programen al 31% de les emissores. Són moltes menys les televisions que inclouen en la seva oferta altres macro-gèneres, com l'infoxou el concurs i el programa juvenil, cadascun emès pel 12% de les televisions locals (en la mateixa proporció es troben les retransmissions de canals via satèl·lit).

### 3.4.2. Estructura general de l'oferta de les televisions locals

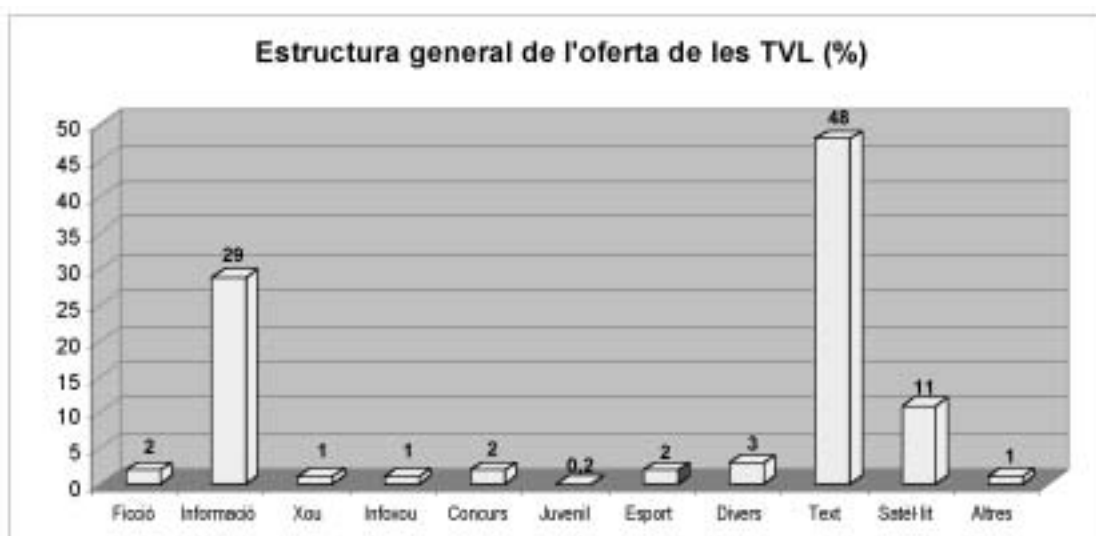
El pes específic de cada macrogènere en les graelles permet perfilar amb més precisió les característiques dels continguts. Les televisions locals es caracteritzen per una extraordinària concentració sobre el macrogènere informació, fet que marca la seva oferta amb una escassíssima diversitat genèrica.

També destaca l'enorme pes que tenen els recursos extra-televisius, especialment els carruselstextuals, autèntics ciclomes d'informacions més o menys rellevants, que actuen com a testimoni d'antena. Aquest recurs representa ni més ni menys que un 48% de les graelles en el període analitzat.



Font: Elaboració pròpia





Font: Elaboració pròpia

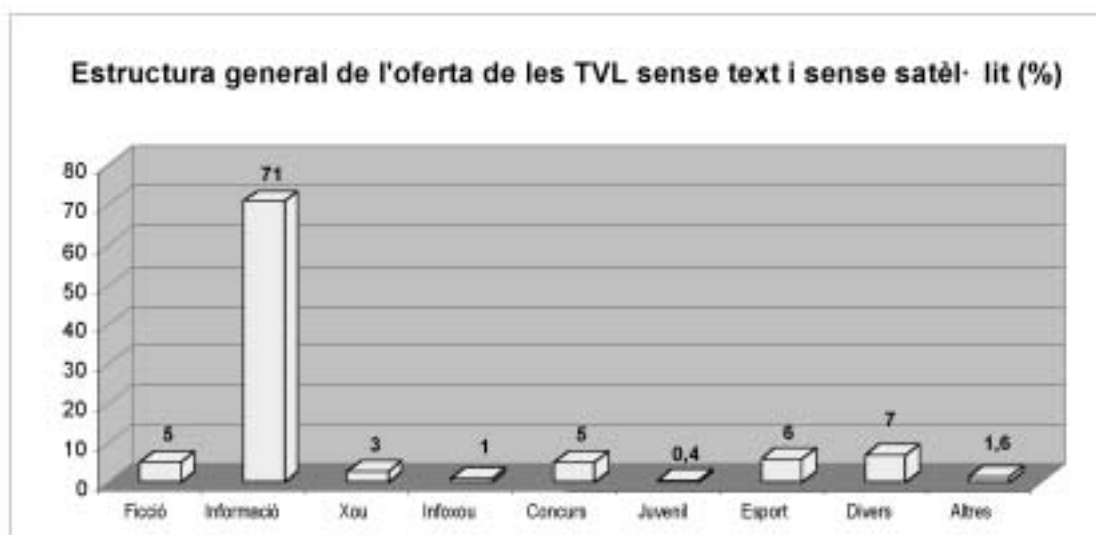
Un altre recurs que també considerem extratelevisiu, en aquest cas extratelevisió local, és la retransmissió dels continguts de canals que emeten via satèl·lit, que representa un 11% dels continguts emesos. En definitiva, menys de la meitat dels continguts finalment emesos poden ser considerats televisió.

Si considerem l'oferta estrictament televisiva de les televisions locals de Catalunya, despullada del recursos que hem anomenat extratelevisius, podem constatar amb més nitidesa la forta aposta per la informació, macrogènere

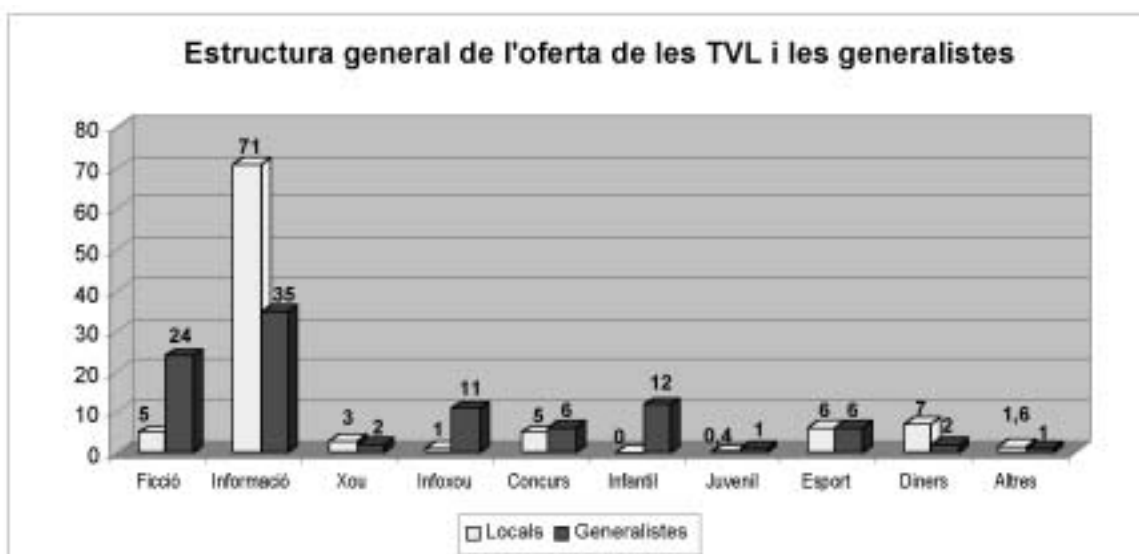
que té un pes del 71% en la graella. De manera molt més modesta, també tenen una certa importància els esports (6%), que en general enfatitzen l'aspecte informatiu. L'entreteniment, representat pels macrogènere concurs (5%), ficció (5%) i xou (3%), representa un paper clarament complementari en el conjunt de l'oferta de les televisions locals.

Aquesta composició de la graella atorga a les televisions locals un perfil peculiar i singular que les diferencia de la televisió generalista a Catalunya.

La comparació dels menús genèrics de les televisions



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia i Euromonitor

locals i de les televisions generalistes mostra sense fissures el caràcter absolutament alternatiu o complementari de l'oferta de les locals, que en cap cas es plantegen convertir-se en una opció que competeixi amb les televisions d'abast general.

L'única coincidència pel que fa a percentatges es troba en l'esport, però els continguts són perfectament complementaris (no es fan la competència). Les televisions locals també ofereixen una quantitat de concursos no gaire allunyada de la que ofereix la televisió generalista; però tampoc es planteja en termes de competència, ni per la temàtica ni per la col·locació en la graella. Cal remarcar, també, la dosi de xou, macrogènere en el qual les televisions locals superen d'un punt l'oferta de les generalistes, perquè es tracta d'un gènere en vies d'extinció.

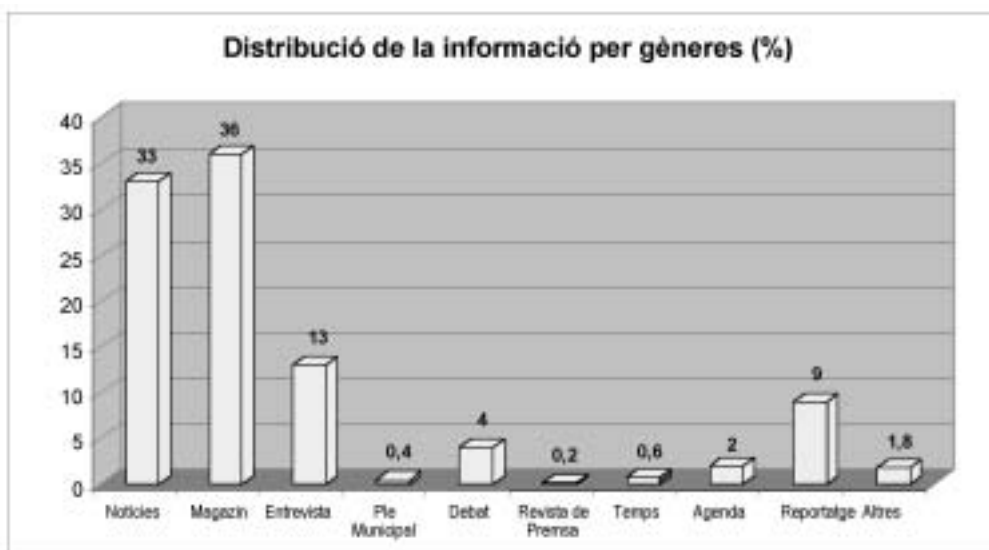
D'aquesta anàlisi comparativa en sobresurten tres elements: primerament, que l'esforç informatiu que fan les televisions de proximitat duplica el de les generalistes; en segon lloc, que la invasió de l'infoxou que es registra a les graelles de la televisió generalista no ha arribat a la televisió local, i finalment, que la televisió local té completament desatès el públic més petit, mentre que la generalista li reserva el 12% de la graella. Tots tres elements subratllen el ja assenyalat caràcter complementari o alternatiu de les televisions locals.

### 3.4.2.1. Distribució de la informació per gèneres

Queda clar que la informació és l'element que caracteritza la singularitat de la televisió local. Podríem dir que la televisió local a Catalunya és, primordialment, un mitjà d'informació.

L'oferta del macrogènere informació s'articula, preferentment, en dos formats: el magazín i el telenotícies. El lideratge el té el magazín, format que representa el 36% del temps destinat a informació. Aquesta àmplia presència del magazín s'explica per tres raons bàsiques: la primera, és la seva versatilitat com a format, en el qual s'hi poden incloure microespais que permeten una àmplia varietat en el menú temàtic i en el tractament dels continguts; la segona, és la seva perfecta adaptació a l'especialització i al tractament aprofundit dels continguts; la tercera, és que aquest format permet la inclusió de notícies en aquelles televisions que renuncien a fer telenotícies perquè la seva capacitat de producció no els ho permet o perquè la informació generada en l'àmbit local no dona per omplir un telenotícies sencer. El magazín pot destinar una secció a les notícies, mentre que la resta de seccions es dediquen a l'aprofundiment temàtic de l'actualitat o al tractament d'altres aspectes d'interès local.

El magazín és, sovint, el programa estrella de la programació. Comparteix aquests honors amb el telenotí-



Font: Elaboració pròpia

cies que, sens dubte, és la nineta dels ulls de les graelles de les televisions que n'emeten. Hi ha un gran ventall de modalitats de magazin. Els més freqüents són els de continguts culturals en un sentit ampli. També són abundants els de generalitats, que inclouen notícies, reportatges, entrevistes, taules rodones i altres microespais, tot plegat majoritàriament focalitzat sobre les temàtiques locals o d'interès general per a l'àmbit de cobertura de l'emissora. Altres temes amb força presència són el cinema, el motor, l'economia, la salut, la moda, els castells o la natura.

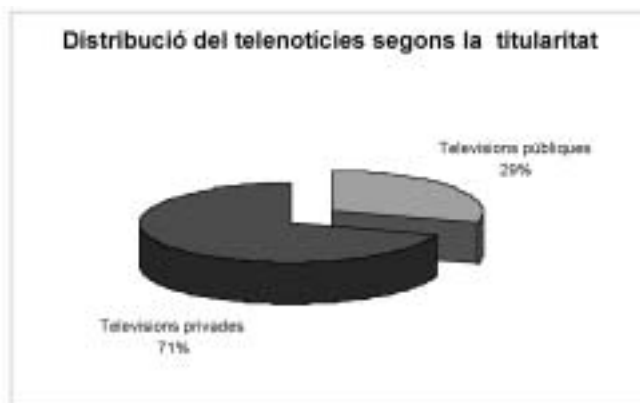
Pel que fa al telenotícies, ocupa un terç del temps destinat a la informació. És un gènere present al 63% de les estacions; per tant, un 22% de televisions que tenen espais del macrogènere informació no emeten telenotícies. Les televisions que en poden produir el consideren la seva emissió estrella. Les que no n'emeten, no ho fan perquè menyspreïn el gènere sinó perquè produir-lo significa disposar d'uns mitjans tècnics i humans que no estan al seu abast. Això també pot explicar perquè són més les televisions locals de titularitat privada que practiquen aquest gènere que les de titularitat pública.

Més de dues terceres parts (71%) de les estacions que compten amb telenotícies a la graella són de titularitat privada.

Els telenotícies són tan valorats per les televisions locals que (a diferència dels anys vuitanta, quan el més freqüent

era tenir-ne una sola edició) ara s'han anat incorporant amb certa normalitat diverses edicions. Tanmateix, totes atorguen un espai a aquest gènere en la franja de prime time fet que també demostra que continua sent apreciat. Sorpren, però, que les televisions locals col·loquin dins d'aquesta franja les seves notícies a competir amb les de les televisions generalistes. Això demostra una gran confiança en la competitivitat de la proximitat, però seria més comprensible triar horaris complementaris no competitiu.

El format més usual és l'estàndard, amb una durada pròxima als trenta minuts, tot i que hi ha casos en què s'ha seguit la tendència a l'allargament (durades d'entre 45 i 60 minuts), tan practicada per les televisions generalistes.



Font: Elaboració pròpia

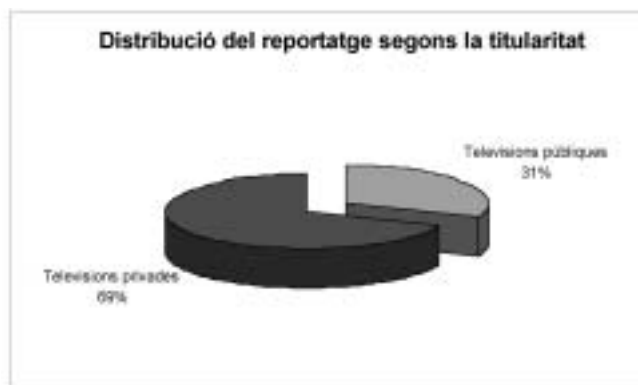
També han aparegut altres durades, especialment les de 15 minuts i 5 minuts, lligades a l'aparició de les fórmules quasi tot notícies a les televisions locals.

Des del punt de vista formal, segueixen majoritàriament les pautes clàssiques, amb un presentador o dos que donen pas a les notícies, agrupades en seccions. On més es diferencia de les generalistes és en els continguts. Els telenotícies de les televisions locals se centren en la informació de proximitat, tot i que cada cop més el concepte de proximitat s'amplia i es dona cabuda a la informació d'àmbit comarcal. En sintonia amb la definició supra-municipal, comarcal o intercomarcal que hem assenyalat a l'apartat corresponent, cada estació defineix l'àmbit de la proximitat que aplica als seus informatius. A més, de mica en mica es van introduint informacions de l'espai català, ja sigui amb la inclusió de notícies procedents d'alguna de les agències de cooperació, ja sigui amb la inclusió a la seva graella d'un programa de notícies de Catalunya subministrat per CLC.

L'entrevista, que omple un 13% del temps destinat a informació, ocupa el tercer lloc en el rànquing del gènere informatiu a la televisió local. Cal precisar d'entrada que en aquesta categoria s'inclouen només les entrevistes que són presentades com un programa, no aquelles que apareixen dins d'altres programes, com magazins o esportius o com a segments dins de reportatges.

Les entrevistes són bàsicament de proximitat. Donen cabuda a polítics, personalitats del món cultural o social local o persones que estan d'actualitat per algun motiu. Hi ha una excepció important a aquest regla: es tracta de l'entrevista de Joan Barril, produïda per Lavinia per a la seva emissió original a BTV, però que es difon també per un nombre elevat de televisions locals. En aquest cas, els personatges són d'interès general i d'abast majoritàriament català. Els programes d'entrevistes tenen més pes a les televisions públiques que a les privades.

El reportatge és un altre gènere que té un pes significatiu dins del macrogènere informació. Els programes d'aquest format representen un 9% del total del temps dedicat a la informació. El reportatge és un gènere que necessita més recursos de producció i un saber fer professional més elevat que altres gèneres. A més, la desproporció entre temps de producció i temps d'emissió és molt més alta que en altres gèneres com ara el magazín. Aquestes raons expliquen el seu pes més reduït en el conjunt de l'oferta informativa i



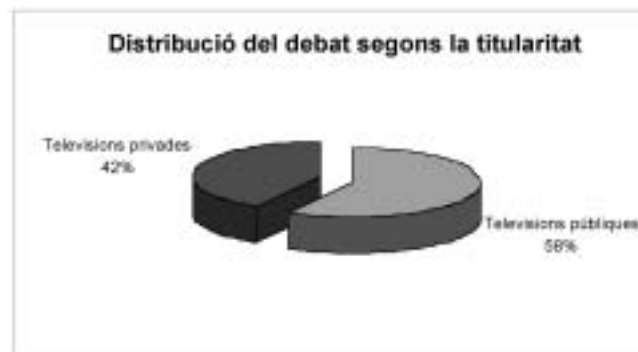
Font: Elaboració pròpia

també el fet que són les televisions privades les que més temps li dediquen.

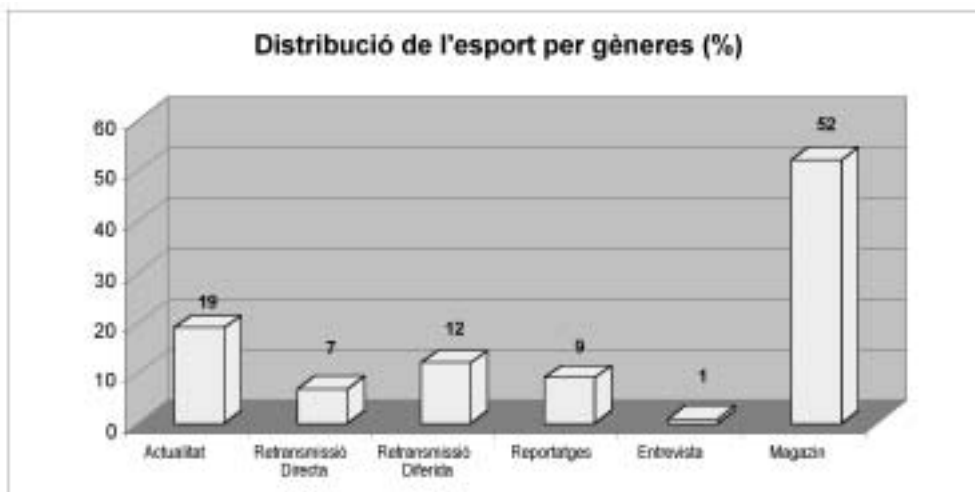
Més de dos terços del temps d'emissió de reportatges es troba en les graelles de les televisions locals de titularitat privada.

Els programes de reportatge permeten un nivell d'aprofundiment més elevat que molts altres gèneres i amb ells la televisió informativa assoleix les quotes més altes de sofisticació expressiva. Els temes abordats en aquestes emissions són molt variats, encara que hi predominen els continguts de caràcter social i de l'entorn. El medi natural, el patrimoni cultural, l'urbanisme i els serveis, la història local o el folklore són alguns dels temes que desfilen per les pantalles empaquetats en el format de reportatge.

Finalment, el debat té un pes molt residual en el conjunt de l'oferta informativa, amb un més que escanyolit 4% del total. El seu pes absolut seria una mica més elevat si es prengués en consideració la seva presència com a secció dins dels magazins.



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

Aquest és un gènere que permet com cap altre el contrast d'idees i opinions i té més lloc a les graelles de les televisions de titularitat pública que a la de les privades.

#### 3.4.2.2. Distribució de l'esport per gèneres

Els programes d'esport ocupen el segon lloc quant al temps d'emissió que li atorguen les televisions locals. Amb un 6%, igualen l'esforç que hi dedica la televisió generalista.

Els magazins esportius acaparen més de la meitat del temps dedicat al macrogènere esport. Es tracta de programes dedicats al seguiment de l'activitat esportiva dels equips de la localitat i de les competicions en què participen, per la qual cosa el seu abast depassa l'àmbit local en la mateixa mesura que les competicions on s'hi tenen equips. Els continguts es presenten, bàsicament, en forma de reportatges i entrevistes. De vegades, s'hi inclouen tertúlies.

Els segueixen els programes d'actualitat esportiva, amb un 19%, que tenen un format més lleuger i es dediquen a fer el seguiment de l'actualitat esportiva de la localitat i la comarca. Les retransmissions requereixen un desplegament tècnic que no és a l'abast de moltes televisions locals, fet que explica que només ocupin un 19% del temps dedicat als esports. I sort de les retransmissions en diferit (representen un 12%), que es poden fer amb relativament pocs mitjans tècnics, mentre que les retransmissions en directe són patrimoni d'un club reduït i només suposen el 7%. El repertori genèric de l'esport es completa amb el reportatge i l'entrevista.

#### 3.4.2.3. Distribució del concurs per gèneres

El concurs, amb un 5% del temps d'emissió, té un pes específic en l'oferta de la televisió local molt similar al que li atorguen les televisions generalistes. També segueixen la mateixa tendència quant a la distribució de gèneres.

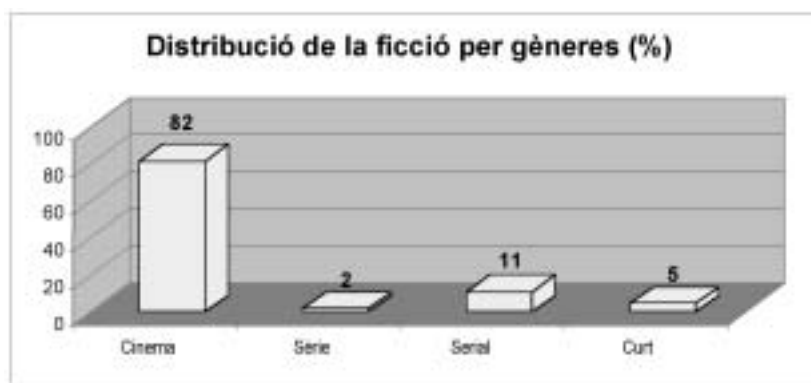
Els concursos de preguntes són els dominants i els jocs tenen un pes purament simbòlic: només tenen presència a les graelles de les televisions de titularitat privada.



Font: Elaboració pròpia

#### 3.4.2.4. Distribució de la ficció per gèneres

La ficció acapara poc temps a les graelles de les televisions locals, on només representa el 5% del temps d'emissió. Gairebé tot aquest temps (82%) respon a l'emissió de pel·lícules; la resta es reparteix entre el serial (11%), el curtmetratge (5%) i la sèrie (2%).



Font: Elaboració pròpia

Aquesta distribució corrobora el paper secundari de la ficció en la programació de la televisió local, que ja queda confirmat pel poc volum que té sobre el total de l'oferta. Es tracta de films poc recents i d'escassa qualitat i de serials més que amortitzats en els mercats internacionals. No hi ha una activitat de producció pròpia i el paper d'aquest tipus de programes és més aviat de farciment. Aquesta és una pràctica programàtica aclaparadorament dominada per les televisions locals privades, amb un 86%.

### 3.4.2.5. Composició de "divers"

El capítol de "divers" val la pena d'abordar-lo perquè dins d'aquest 7% del temps d'emissió s'hi amaguen dues activitats paratelevisives com la televenda i el tarot i l'endevinació, que eren productes impropis de l'activitat televisiva local a Catalunya a la dècada del vuitanta.

Aquesta activitat paratelevisiva és utilitzada per les

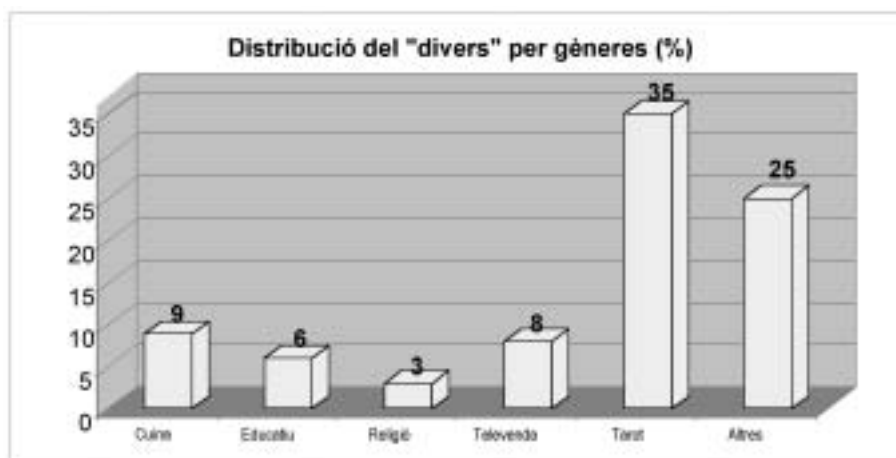
televisions privades en exclusiva com una fórmula d'obtenció de finançament.

### 3.4.3. Composició de les franges horàries

L'organització de la graella televisiva segueix diferents segments amb personalitats pròpies. S'acostumen a distingir sis franges que varien de durada i d'hora d'inici i final segons el país, en funció dels estils de vida, el clima i altres factors culturals.

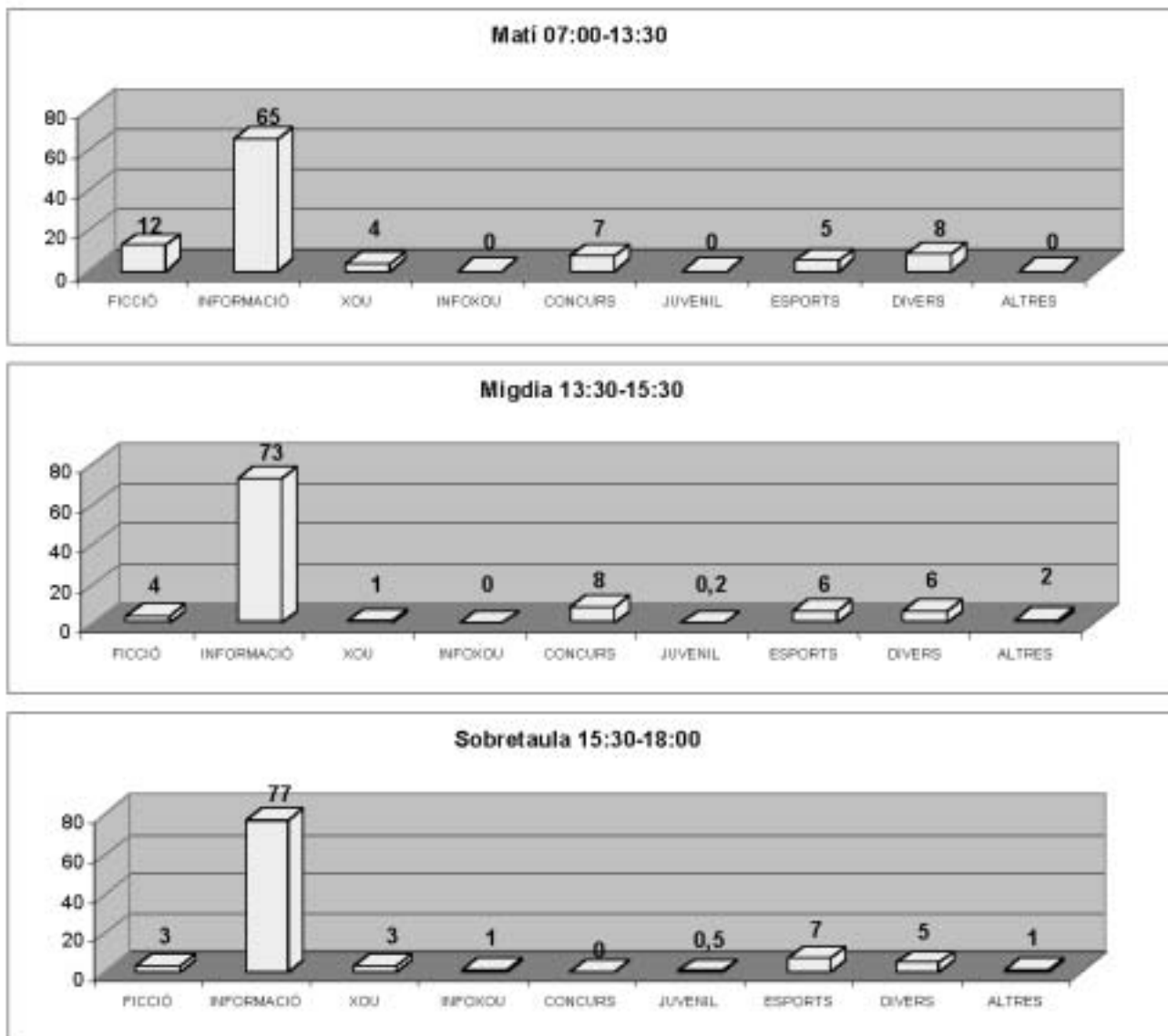
Les televisions locals, seguint un procés progressiu d'ocupació d'antena, s'han anat expandint a totes les franges horàries. Encara hi ha emissores que concentren la seva activitat en una o dues d'aquestes franges, però ja són moltes les que mantenen el dial ocupat en totes sis, si no és que ho fan les 24 hores.

La informació es el macrogènere dominant en totes les franges horàries; es confirma, així, la seva condició d'element hegemònic de connotació de les televisions locals a Catalunya. A les franges de nit i matí rebaixa la seva intensitat a favor de



Font: Elaboració pròpia

## Graells segons les diferents franges horàries



la ficció, que es concentra en aquests mateixos segments horaris. La seva presència en les altres franges es deu més a la programació de cap de setmana.

El concurs obté un protagonisme especial en la franja de tarda, de la qual ocupa un 15%; per tant, es converteix en l'element diferencial d'aquest segment televisiu. El concurs és també un ingredient destacat de dues franges diürnes més, encara que amb menys intensitat: al migdia, representa el 8% del temps de la franja i al matí, el 7%.

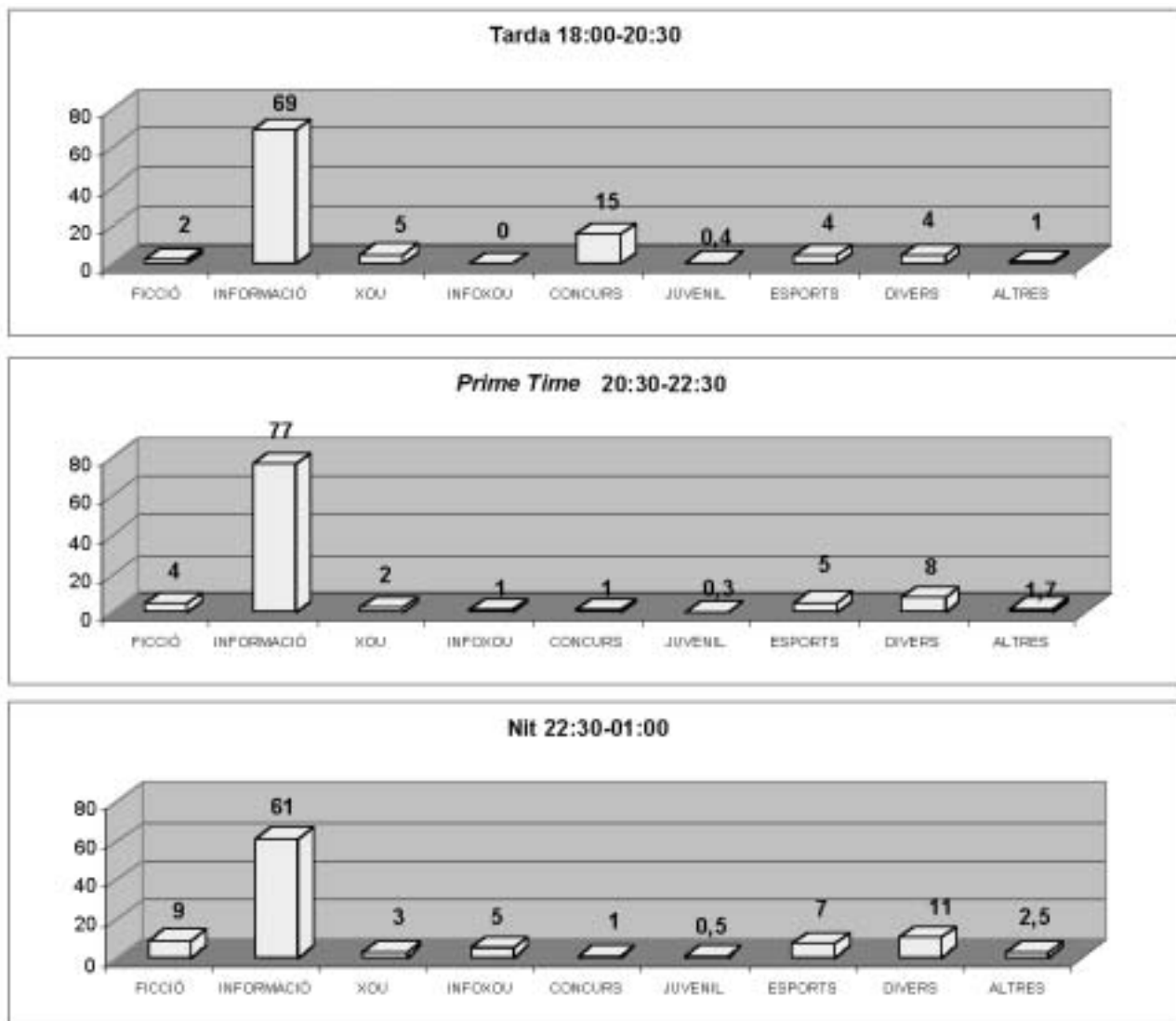
L'esport confirma la seva funció nuclear en la televisió local, ja que manté una presència destacada en totes les franges.

Juntament amb la informació, es configura com una marca identitària de la televisió de proximitat.

El xou, poc però ben repartit, també s'assegura la presència en totes les franges, tot i que aquest macrogènere ha anat perdent pes en la televisió generalista. En canvi, l'infoxoues concentra en la franja de nit, on arriba a representar el 5% de l'oferta. Precisament en aquesta franja assoleix un gran protagonisme la categoria "divers" (11%), sobretot per la presència dels programes de tarot i endevinació.

La comparació de l'oferta de les televisions locals i de les generalistes en la franja privilegiada de totes les televisions, la de

## Graells segons les diferents franges horàries



prime time permet comprovar la fermesa de la singularitat del fenomen televisiu local des del punt de vista programàtic.

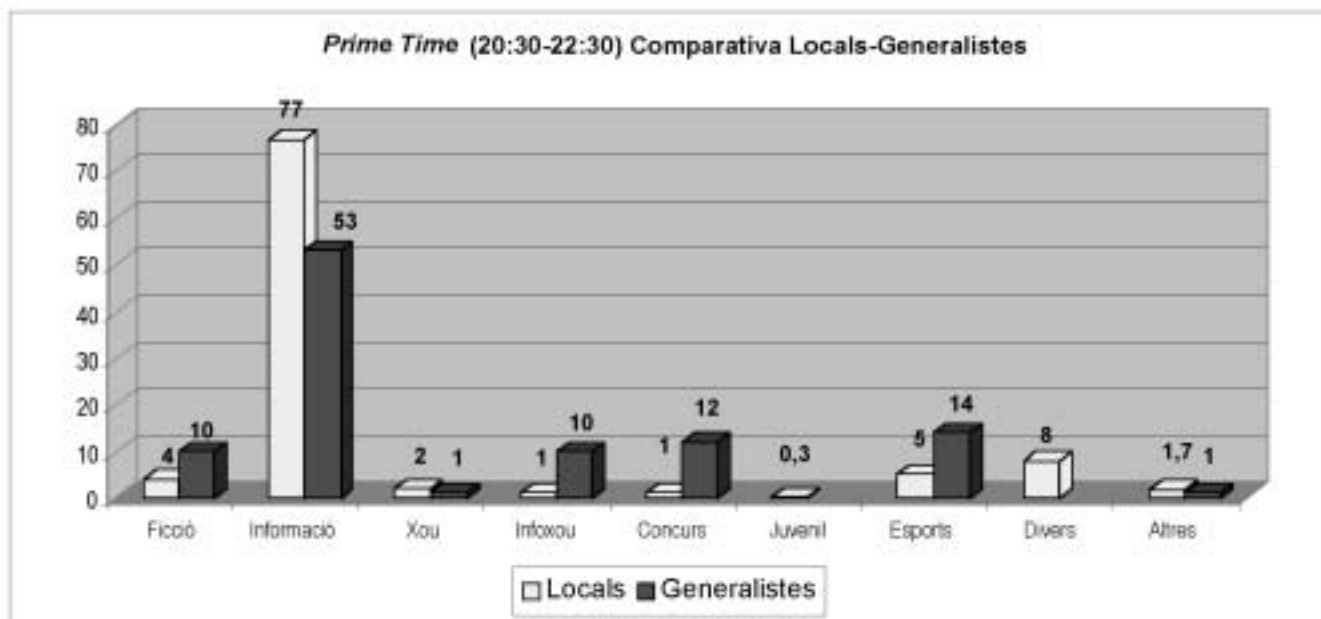
Tot i que el prime time de les cadenes generalistes que es reben a Catalunya té un alt component d'informació (53%), el superen àmpliament les televisions locals, que li dediquen un 77% de la franja. Tanmateix, cal remarcar que els continguts són clarament diferenciats ja que les televisions locals tenen un caràcter de proximitat que no es pot comparar amb el caràcter decididament global de les televisions generalistes. Ja hem mencionat, però, que sorprèn el procediment de contraprogramació que segueixen en aquest segment els informatius de les televisions locals davant de

les generalistes. Només es pot entendre si tenim en compte que les generalistes segueixen en aquest segment una política d'esglaonament: així, els informatius locals poden ser complementats amb els generals d'alguna de les cadenes. Pel perfil genèric dels dos tipus de televisions podem comprovar que es tracta de productes clarament alternatius.

### 3.4.4. Llengua de les emissions

Les emissions de les televisions locals a Catalunya es difonen majoritàriament en la llengua pròpia del país. El català és la llengua emprada en el 86% del temps d'emissió, seguida de l'anglès, amb un 10% del temps





Font: Elaboració pròpia i Euromonitor

considerat, i del castellà (un 3%). Els programes que utilitzen indistintament català i castellà representen un 1%. Aquesta distribució es refereix al conjunt de les emissions de qualsevol gènere difoses en el temps analitzat, i inclou la difusió de la programació d'estacions que emeten via satèl·lit (raó per la qual hi ha un percentatge tan elevat d'anglès) i els carruselstextuals.

En tot cas queda evidenciada la important contribució de les televisions locals a la normalització de l'ús del català en l'ecosistema televisiu del país.

Però per ser més precisos, veiem quina és la distribució lingüística del temps d'emissió dels programes que hem considerat pròpiament televisius, és a dir, deixant de banda les emissions procedents de satèl·lits i els carrussells textuals.

El predomini de la llengua catalana encara és superior si es consideren només els programes que hem anomenat pròpiament televisius, fet que reforça el paper normalitzador de la llengua catalana, al qual hem fet esment.

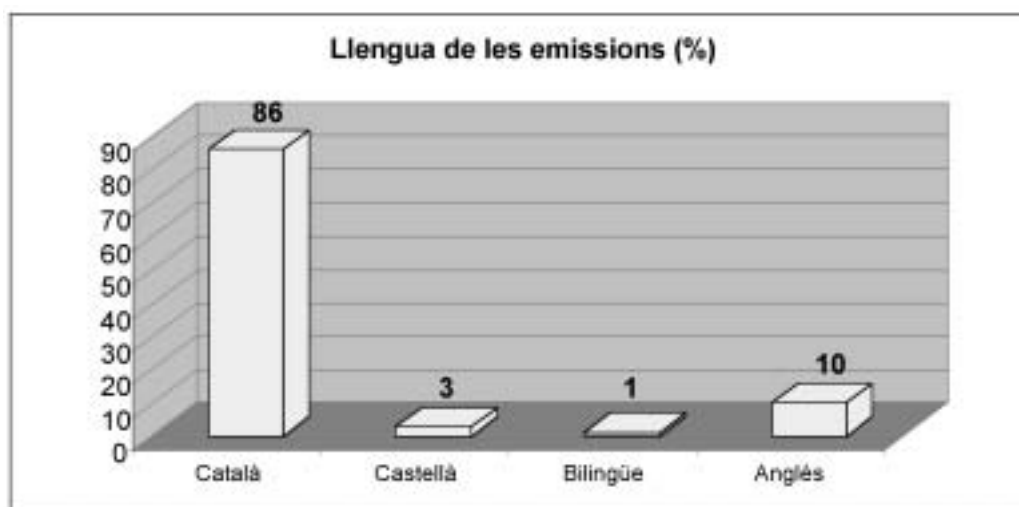
Cal prendre en consideració un element complementari. Moltes de les televisions locals pertanyen a poblacions metropolitanes on hi ha un nombre més elevat de castellanoparlants. No obstant això, una part important d'aquest públic tendeix a consumir de forma "natural" la televisió local en català, seguint la informació sobre les coses que

passen al seu entorn més pròxim. D'aquesta manera es trenca la possible inèrcia de sintonització d'emissores en castellà, on no s'hi troba reflectida l'actualitat local, que en canvi sí que es troba en la televisió de proximitat. En aquest sentit, les televisions locals contribueixen a familiaritzar molts ciutadans que no són catalanoparlants amb el consum televisiu en català.

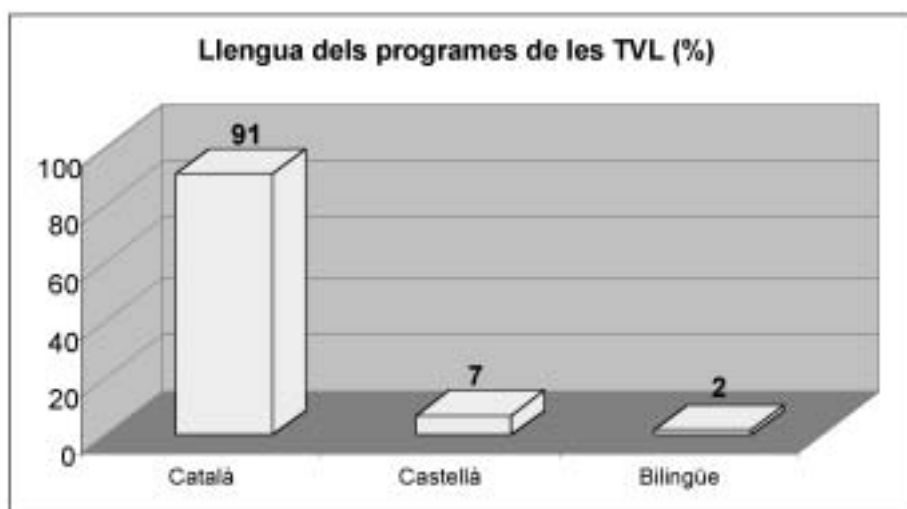
El castellà ha augmentat la seva presència a les televisions locals, de la mà de les emissores privades, tot i que no ho ha fet de forma significativa. L'augment de la presència del castellà està directament relacionat amb la comercialització i la inclusió de programes de producció aliena.

El cas més evident el representa la ficció, constituïda pels programes de producció aliena per excel·lència. Més de la meitat del temps d'emissió en castellà l'ocupen les pel·lícules, els serials i les sèries que s'inclouen en algunes graelles. El 30% del temps d'emissió en castellà està integrat per programes d'endevinació i televenda. Aquests programes són emissions alienes a la cadena que lloguen un temps d'antena i, sovint, procedeixen de productores independents que lloguen espai a les televisions locals de totes les comunitats autònomes.

Pel que fa als altres gèneres, se situen en el camp de l'entreteniment, tret del 6% del temps d'emissió en castellà que està ocupat per programes de gènere informatiu, un



Font: Elaboració pròpia



Font: Elaboració pròpia

percentatge irrellevant sobre el total de temps d'emissió en castellà i insignificant sobre el temps total d'emissió d'informatius.

Els programes informatius en català representen el 99% del temps dedicat a aquest gènere, fet que emfatitza encara més la tasca normalitzadora de la televisió local, si acceptem que la informació de proximitat actua com a element de ruptura de la inèrcia mecànica que porta els no catalanoparlants a sintonitzar televisions que emeten en castellà.

En qualsevol cas, s'ha de reconèixer el paper històric de les televisions locals en la normalització de l'ús de la llengua catalana a la televisió. També cal esmentar la importància

renovada d'aquesta oferta en català en un context de multiplicació de canals. Si es té en compte que la proliferació de les noves ofertes via satèl·lit, cable i digital terrestre ha augmentat la desproporció de televisió disponible a favor del castellà, el paper normalitzador de les televisions locals no és gens menyspreable.

### 3.4.5. La diferència es troba en el contingut

Hem tractat d'apreciar les diferències entre les televisions locals i les generalistes des del punt de vista programàtic. En determinades fases del desenvolupament de la televisió local s'apuntaven algunes novetats en les formes d'empa-



Font: Elaboració pròpia

quetar i de narrar. Però, certament, si exclouem algunes guspires creatives lligades a l'experimentació formal, la durada de les peces i l'aparició de fórmules quasi tot notícia en algunes televisions locals (la qual cosa s'adiu perfectament amb el caràcter essencialment informatiu del sector), poques novetats més es poden detectar. Des del punt de vista formal, més aviat s'ha tendit a l'estandardització, a la utilització dels gèneres habituals de les televisions generalistes, executats amb més o menys perícia en funció dels recursos tècnics disponibles i de la qualificació i l'experiència dels treballadors i col·laboradors de les televisions locals.

Les diferències les trobem en els continguts. Des del punt de vista temàtic, ja s'ha pogut subratllar el protagonisme de la informació i dels esports; però el que qualifica aquests temes de singulars i alternatius a la resta de l'oferta televisiva és el caràcter local que tenen. En aquest sentit, les televisions locals ofereixen un servei públic indiscutible: serveixen de canal d'informació per a la circulació d'uns continguts que no trobarien cap ressò en els grans mitjans de comunicació. I, consegüentment, donen veu a uns actors socials i uns protagonistes diversos. El comú de la gent pot sortir a la televisió sense que hagi de "vendre trossets d'ànima".

### 3.5. La nova estructura associativa i empresarial de les televisions locals

Les televisions locals a Catalunya han estat possibles gràcies a la complementarietat d'actors i col·lectius de naturalesa diversa que s'han associat per assolir l'objectiu de crear i mantenir les emissores. La realitat és que per fer possible una televisió local s'han de donar una sèrie de circumstàncies, de voluntats i de possibilitats, que només es



Font: Elaboració pròpia

poden assolir des de la cooperació entre diversos actors.

Aquesta realitat, ja evident en les primeres televisions locals dels anys vuitanta (una televisió local no era possible sense la suma de tres actors principals: un "xispa" tecnològic, un líder capaç d'activar la dinàmica social i política i un organitzador-comunicador), s'ha anat fent més complexa amb el pas dels anys. Actualment no es pot entendre el moviment de les televisions locals sense considerar les noves formes associatives, les col·laboracions entre emissores, els convenis, les xarxes, els intercanvis, etc., que configuren el panorama de l'actual estructura institucional i associativa de les televisions locals.

Sovint se subratlla l'existència d'una gran quantitat de televisions locals a Catalunya però, en canvi, no es considera que aquestes experiències només es donen en una petita part (un 10%) de les poblacions catalanes (104 televisions locals per un conjunt de 944 municipis), la qual cosa marca adequadament les dificultats existents per crear i mantenir una televisió local.

#### 3.5.1. La filosofia de les televisions locals i el seu procés associatiu

Com hem vist en fer referència al naixement i l'evolució històrica de les televisions locals, les primeres associacions de televisió local eren organismes de defensa i de promoció, que definien la naturalesa dels seus associats de forma molt disciplinària i estricta.

Tot i la importància creixent de les associacions i federacions de televisions locals, hi ha un nombre important, encara que no majoritari (35%), d'emissores no associades, davant d'una majoria (poc més del 60%) que sí que ho estan.

La primera associació de televisions locals a Catalunya es va denominar Federació Pro-Legalització de les Televisions Locals (16). Aquesta associació va anar evolucionat i es va transformar en la Federació de Televisions Locals de Catalunya i, encara més tard, en la coordinadora Televisions Locals de Catalunya (17). Aquesta associació sempre ha defensat el caràcter cultural i de servei públic de les seves emissores, així com la proximitat del seus productes audiovisuals.

Actualment és l'associació que agrupa un nombre més gran de televisions locals, entre les quals s'hi troben les més dinàmiques del sector. A més a més, és impulsora, junt amb la Diputació de Barcelona, del Circuit de Televisions Locals de Catalunya.

Amb el pas dels anys, han anat apareixent noves organitzacions de televisió local a Catalunya que han trencat la unitat inicial. Per exemple, l'any 1992 es va crear la Federació d'Organismes i d'Entitats de Televisions Locals de Catalunya (FEOTVLC). Segons els seus responsables, aquesta federació agrupa una trentena de televisions locals, tot i que el nostre inventari detecta que algunes d'aquestes televisions han deixat d'emetre. Aquestes emissores s'alineen més clarament en el sector privat i són objecte d'un interès especial per part dels grups de comunicació que s'interessen des de fa poc per la comunicació local.

Pel que fa al sector públic, cal destacar la creació, l'any 1998, de la Federació de Televisions Municipals de Catalunya. L'any 2001, agrupa una desena de televisions municipals que han assumit com a principi el manteniment de televisions de caràcter municipalista i comunitari.

Com a expressió de la significació institucional d'aquestes associacions, volem destacar que totes tres van ser convidades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) a formar part de la taula de negociació que havia d'elaborar i subscriure el document "Informe sobre la revisió del model de televisió local a Catalunya", del qual ja en farem una referència més àmplia.

Però el CAC, significativament, a més d'aquestes tres associacions també en va convidar una altra de nova: Canal Local Català (CLC), empresa de titularitat privada creada el 1998 per 13 televisions privades de Catalunya i les Illes Balears (18), amb l'objectiu fonamental de produir i, sobretot, distribuir continguts. Cadascuna d'aquestes

televisions té l'encàrrec de produir programes que seran distribuïts per missatgers a la resta de televisions, encara que actualment estan estudiant la possibilitat de fer la difusió via satèl·lit. També actua com a central de publicitat pels anunciants que es vulguin anunciar a totes les televisions de CLC. Les 13 televisions són accionistes de l'empresa, el capital de la qual està dividit a parts iguals entre els diferents membres. Però també s'hi poden associar televisions que no formen part, per estatuts, del seu accionariat.

Dèiem que era significativa la presència de Canal Local Català a la taula de negociació del CAC, precisament perquè els dos darrers anys s'han anat consolidant les formes associatives destinades a fer de les experiències de televisió local projectes competitiu i rendibles. La gran dificultat consisteix ara a aconseguir l'equilibri entre la necessitat de trencar l'atomització de les iniciatives i la conveniència de mantenir l'autonomia i la vocació de proximitat en un nou context de competitivitat, de concentració i de globalització de les indústries audiovisuals.

### **3.5.2. L'administració pública i les televisions locals a Catalunya**

Les primeres televisions locals, entre 1984 i 1990 (19), van néixer amb esperit de servei públic, però no exactament com a mitjans públics de comunicació: algunes iniciatives es van anar consolidant com a municipals, però moltes d'altres, tot i rebre el suport dels ajuntaments, van mantenir el seu caràcter associatiu, com a institucions amb finalitats socials i culturals més que no pas amb afany de lucre.

En aquest context, cal destacar molt especialment l'activitat de la Diputació de Barcelona (amb majoria del Partit dels Socialistes de Catalunya en els seus òrgans de govern) que, després de molts anys de dinamitzar el sector tot emparant-ne els moviments associatius, va posar en marxa, l'any 1994, el Consorci de la Comunicació Local (CCL). El CCL, creat juntament amb l'Ajuntament de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona i l'associació Emissores Municipals de Catalunya (EMUC), agrupa actualment prop d'un centenar d'ajuntaments de tot Catalunya.

Fruit d'aquesta iniciativa és l'Agència de la Comunicació Local (ACL), empresa instrumental del Consorci de la Comunicació Local creada per dur a terme els seus

objectius en el camp de la comunicació local. Té dues branques principals d'activitat: la ràdio i la televisió local. En el camp de la ràdio, va crear i gestiona COMRàdio. En el camp de la televisió, és un dels impulsors del Circuit de Televisions Locals (CTVL), creat l'any 1999 a partir d'un acord entre el CCL i la coordinadora Televisions Locals de Catalunya (TLC). El juny de 2001 l'integraven 32 televisions i actua en dos terrenys principals: dóna assessorament jurídic, tecnològic i econòmic i distribueix programes produïts per les mateixes televisions associades.

L'activitat del CTVL se centra, sobretot, en dos grans fronts. D'una banda, gestiona la principal xarxa de difusió de continguts entre televisions locals de tot Catalunya. De l'altra, també funciona com a estructura de caràcter associatiu, ja que disposa d'uns serveis jurídics i gestiona la compra de tecnologia i altres materials per als seus associats.

L'experiència del Circuit és especialment rellevant perquè defensa, alhora, l'autonomia i el valor de proximitat de totes les televisions associades i les dinàmiques de col·laboració, de coproducció i d'intercanvi de producció. Aquesta experiència positiva és vital per al replantejament de moltes posicions restrictives respecte a la regulació de les televisions locals i al valor de l'emissió en cadena.

D'altra banda, les diputacions de Lleida, Girona i Tarragona (amb majoria de Convergència i Unió en els seus òrgans de govern), junt amb 7 consells comarcals i 7 ajuntaments afins, van crear, l'any 1998, el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), un organisme destinat a contribuir a reforçar el sector de la comunicació local a Catalunya. El CLCC va crear, l'any 1999, una empresa instrumental anomenada Intracatalònia, SL, amb el 100% de capital públic. Però a mitjans de l'any 2000, va obrir un concurs públic per vendre un 75% del seu capital. El concurs el va guanyar Planeta 2010, que actualment controla l'empresa.

El servei principal d'Intracatalònia és l'Agència Catalana de Notícies, posada en marxa el setembre de 1999. És una agència de notícies per a Catalunya, especialment centrada en els continguts locals i comarcals.

Entre els actors públics, encara que sigui des d'una altra perspectiva, també caldrà esmentar els organismes reguladors. D'una banda, la Direcció General de Radiodifusió i Televisió (DGRTV), organisme de la

Generalitat de Catalunya responsable de l'ordenació de l'espai radioelèctric de Catalunya i de gestionar tots els aspectes relacionats amb la concessió i supervisió de les freqüències a les televisions locals. Va gestionar el concurs de 1996 i és l'encarregat d'atorgar els permisos provisionals d'emissió i de fer el seguiment de l'ús d'aquestes freqüències en els aspectes més tècnics.

La renovació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya l'any 2000, amb noves competències, obliga a una redefinició de funcions entre aquest nou organisme i la DGRTV. Com veurem més endavant, el CAC ha emprès una iniciativa per redefinir el model de televisió local a Catalunya i la seva regulació. A més a més, exercint les seves funcions, ha pres posicions respecte al compliment de les condicions establertes en el Decret de 1996, especialment pel que fa als processos de concentració, fusió, cessió de titularitat, etc. El CAC ha obert diversos expedients sobre la matèria (a BTV sobre l'externalització, a Lleida Televisió sobre la composició de l'accionariat, a City TV i Flaix TV sobre l'origen de la autorització, etc.).

D'altra banda, i en l'àmbit estatal, el Ministeri de Ciència i Tecnologia és el responsable de l'ordenació de l'espai radioelèctric a l'Estat espanyol, a través de la Secretaria General de Comunicacions (SGC). És el ministeri que ha d'elaborar el Pla Tècnic Nacional de Freqüències per a televisions locals que preveu la Llei de 1995 i que encara no s'ha materialitzat. Actualment, està preparant un pla tècnic per a les televisions locals, però ja pensant en la seva incorporació a la TDT. Mentrestant, el Ministeri ha enviat una carta a totes les comunitats autònomes perquè li facin saber quines necessitats d'espai radioelèctric tenen en l'àmbit local (segons el Ministeri, ja han rebut les necessitats de Catalunya, però no ens en consta el contingut).

### **3.5.3. Els grups mediàtics es fan presents en l'àmbit local**

Ja hem vist com la iniciativa pública de les diputacions de Lleida, Girona i Tarragona s'havia transformat en una iniciativa privada amb la participació d'un gran grup de comunicació: Planeta 2010. Aquest és el signe dels temps. Tot un reguitzell d'iniciatives dels grups de comunicació s'han anat adreçant al sector local, fet que ha forçat el canvi d'estratègies d'aquest sector que, en poc temps, ha vist com algunes de les seves iniciatives passaven de l'ama-

teurisme o del voluntarisme sociocultural a l'especulació empresarial.

Tots els principals grups de comunicació presents en el sistema comunicatiu català i espanyol han començat a fer-se presents en el sector de les televisions locals. Les raons d'aquest aterratge són diverses, però creiem que se'n poden destacar tres de bàsiques:

- Constatació de l'existència d'un valor de mercat en les audiències de televisió local, especialment al voltant dels nuclis de població de ciutats mitjanes i grans, en l'actual era de la descentralització televisiva.

- Utilització de l'àmbit local com una oportunitat estratègica per introduir-se en el sector de la comunicació audiovisual, especialment per part d'aquelles empreses que no han aconseguit llicència de televisió en els processos de concessió estatals.

- Preparació estratègica dels grups de comunicació davant de la propera multiplicació de llicències d'àmbit autonòmic i local, coincidint amb les noves freqüències que possibilitarà la digitalització.

L'aterratge estratègic, però, s'ha d'anar fent amb unes condicions legals precàries. Aquesta doble situació d'interessos i de precarietats afavoreix, sens dubte, l'establiment d'aliances entre iniciatives amb l'objectiu de minimitzar el risc de les inversions.

Un bon exemple d'aquest procés d'aliances el trobem a Atlas Catalunya, empresa de serveis de comunicació que funciona com una agència de notícies. El seu accionariat està format per Atlas España ( propietat de Telecinco ) i el Grupo Godó. També hi participa Lavinia TV, que s'encarrega de la gestió dels recursos tècnics i humans. Posteriorment, el Grupo Godó va sortir de l'accionariat i Telecinco va passar a controlar totes les Atlas regionals. Entre els serveis que ofereix destaca la producció de programes i la creació d'un servei de notícies d'àmbit general.

Un dels principals grups de comunicació a Catalunya, el Grupo Godó, va irrompre en l'àmbit de la televisió local l'any 2000, en presentar la seva candidatura per obtenir la gestió de la televisió municipal de Barcelona, BTV. Posteriorment, es va retirar i va presentar una impugnació al concurs públic corresponent. Més tard, el 23 de maig de 2001, el Grupo Godó va començar les emissions de la seva televisió local, City TV Barcelona, basada en un format creat per un grup canadenc de comunicació (Chum Limited) per a la ciutat de

Toronto i que ha anat exportant per tot el món (20).

Aquesta televisió emet per la freqüència que la Generalitat li va atorgar provisionalment, basant-se en un dret històric d'emissió que en el seu temps havien compartit Orfeó Català i Òmnium Cultural. Finalment, Orfeó Català es va associar amb City TV i Òmnium Cultural amb Flaix TV. Totes dues emeten ara amb unes llicències provisionals basades en un dret compartit d'origen. City TV ho fa pel canal 29 i Flaix TV, pel canal 57.

A més a més, com ja hem vist, el Grupo Godó participava a Atlas Catalunya i a Canal Metro de Barcelona.

Un altre dels grans grups de comunicació presents a Catalunya, el Grupo Zeta, participa del capital de l'empresa Antena Local, companyia creada pel grup per participar en projectes de televisió local. Comparteix capital amb la productora Ovideo TV i amb Manuel Hueriga, a títol personal (Hueriga té una llarga trajectòria en la indústria audiovisual i com a productor per a BTV).

L'estiu de 2001, Antena Local participava en l'accionariat de Canal 1 Televisió de Girona, havia obtingut la gestió de la televisió pública de l'Hospitalet de Llobregat (Canal Inf'ho) i mantenia una part de la gestió de continguts de BTV després del darrer concurs.

Inicialment, l'estratègia del Grupo Zeta, com també la del Grupo Correo, consistia a prioritzar la seva participació allà on ja disposava de capçaleres de diaris. Més tard, l'estratègia s'ha diversificat i ampliat, com ho demostra la presència del Grupo Zeta a l'Hospitalet i a Girona.

El diari El País (20 de maig de 2001) titulava així un reportatge sobre les televisions locals a Espanya: "Los grandes grupos toman posiciones. Nace un nuevo modelo de televisiones locales con criterios empresariales y profesionales". Segons aquest diari, directament interessat en el procés, l'aterratge dels grans grups de comunicació significa la superació d'una antiga fórmula "barroera, barata i sovint subjecta a la improvisació" de les primeres, i testimonials, televisions locals.

El Grupo Prisa, editor del diari El País, s'ha anat confirmant com un dels grups de comunicació més dinàmics i interessats en el sector de la comunicació local a escala espanyola. La seva empresa Pretesa (Promotora de Emisoras de Televisión, SA) ha creat Localia, l'estratègia de la qual consisteix a comprar paquets d'accions a les televisions locals existents o bé arribar a convenis de

programació amb elles. L'oferta no consisteix únicament en l'adquisició de capital, que sol ser minoritari, sinó també en facilitar, a un preu molt assequible, paquets de programació disponibles a l'estoc dels seus diversos negocis de televisió. Aquesta estratègia, amb poca presència inicialment a Catalunya, s'està duent a terme, sobretot, a les capitals de província de tot Espanya. Segons diverses informacions periodístiques, el juny de 2001 aquests acords havien arribat a 38 televisions participades per Pretesa a tot l'Estat (21). Una estratègia similar està duent a terme Atlas España, de Telecinco, que ha posat en marxa (any 2001) una graella de programació de quatre hores diàries, denominada UNE, que distribueix (de forma codificada i via Hispasat) per més de 50 televisions locals que, en conjunt, arriben al 70% del territori estatal. Aquest negoci inclou una gestió publicitària comuna, encara que cada cadena mantingui la seva pròpia programació i publicitat.

L'objectiu d'Atlas España és poder arribar a unes 75 emissores ubicades a les principals capitals de província i grans poblacions, tot oferint, alhora, una oferta publicitària gestionada per Publimedia Gestión, també de Telecinco.

Un altre cas significatiu, i aquesta vegada per un doble motiu, el constitueix l'interès del Grupo Planeta per les televisions locals. És significatiu pel que representa d'interès mediàtic d'una empresa tradicionalment ocupada en els negocis de l'edició. També ho és per l'oportunitat que representa l'àmbit local pel desenvolupament d'estratègies audiovisuals i multimèdia. El Grupo Planeta participa en l'accionariat de la televisió local privada de l'Hospitalet i es va presentar al concurs per gestionar BTV. A més, Planeta 2010 té la major part del capital d'Intracatalònia, empresa de serveis creada pel Consorci Local i Comarcal de Comunicació.

Aquesta tendència també és compartida per altres grups de comunicació amb escassa presència al sistema televisiu local català: la COPE anunciava el mes de maig de 2001 l'obertura de 20 televisions locals a diverses províncies espanyoles; el Grupo Correo té emissores locals a Málaga, Bilbao, San Sebastián i la Rioja; Prensa Española, editora d'ABC, gestiona Onda 6 (emissora digital terrestre de Madrid) i participa a Teleonuba (Huelva), i Telefónica, mitjançant Telefónica Servicios Audiovisuales (TSA), també ha començat la seva activitat local i distribuirà via Hispasat 1C, el canal Vía Local. Aquest canal, en col·laboració amb Te-

lesierra TVL, té previst emetre reportatges, documentals, festes i connexions en directe amb diverses televisions locals.

### **3.5.4. Empreses locals per a iniciatives locals**

Malgrat el que hem dit en el punt anterior, no totes les ofertes i les possibilitats vénen dels grans grups de comunicació: també assistim a diverses aliances i iniciatives locals que van teixint el panorama de la televisió local.

Un bon exemple d'aquestes possibilitats el constitueix Lavinia TV, empresa creada i dirigida per Toni Esteve (històric promotor de la comunicació local a Catalunya) i amb una forta implicació en el sector de les televisions locals. Destaca per la producció del programa "L'entrevista", de Joan Barril, que emet BTV i es distribueix a través del Circuit de Televisions Locals a les 32 emissores que en formen part. També destaca per participar en la gestió del funcionament del mateix Circuit de Televisions Locals i en la gestió dels equips humans i tècnics d'Atlas Catalunya i per oferir un servei integral de creació i gestió de televisions locals. Alguns exemples d'aquest servei integral són les televisions municipals de Gavà i Reus.

Aquest mateix fenomen de reagrupament o d'associació estratègica entre empreses i emissores es deixa veure en les noves experiències televisives de caràcter urbà que s'han anat desenvolupant a les principals ciutats catalanes: Barcelona, l'Hospitalet, Girona, Tarragona i Lleida.

Barcelona Televisió (BTV), que es va iniciar l'any 1994 i va significar la centralització de les televisions dels districtes de Barcelona, ha subcontractat la seva programació i gestió tècnica a Antena Local (Zeta, Ovideo i Huerga) i Lavinia, ha col·laborat amb la productora Mediapro, Viasat i Planeta 2010, participa del Circuit i col·labora amb Pretesa (Localia) per la producció de documentals.

De la seva banda, Flaix TV (que va debutar a Barcelona 48 hores abans que City TV) és una emissora fruit de l'associació entre Òmnium Cultural, la productora TBF (dirigida per Tatxo Benet) i la cadena de radio Flaix FM (fundada pel popular comunicador Mikimoto). Es tracta d'una emissora orientada al públic juvenil que es proposa exportar aquest model de televisió temàtica a la ciutat de Barcelona i també a Girona, la Catalunya Nord i Lleida (dins la programació de Lleida TV). El grup també es proposa emetre a Tarragona i Mallorca en aliança amb alguna

emissora local. L'objectiu a llarg termini és, segons fonts de l'emissora, que la televisió local Flaix TV es pugui veure a tot el territori de parla catalana (22).

La Televisió de Girona (fundada l'any 1986) ha ampliat recentment el seu capital i ha aconseguit una composició políticament eclèctica, amb participació de diferents sectors polítics, a través de l'Ajuntament i de diversos empresaris gironins. Després de buscar noves aliances en sectors empresarials de Girona, va acceptar finalment la entrada a la seva societat d'Antena Local.

A Lleida, el Consorci Radiotelevisió de Lleida ha dut a terme una experiència mixta d'especial significació. El 10 de maig de 2001 es van iniciar les emissions de Lleida Televisió, impulsada pel Grupo Segre i amb una estructura accionarial ben complexa. L'accionariat està format per Prensa Leridana, editora del diari Segre (60%), l'Ajuntament de Lleida (20%) i la Diputació de Lleida (20%). Però la gestió executiva de la televisió la farà Productora de Televisió de Lleida, amb una accionariat format per Grupo Segre (50%) i TBF (50%). Per tant, encara que l'empresa que ha impulsat TV Lleida és mixta, la gestió de la televisió la portarà a terme una empresa privada. La freqüència que farà servir era la prevista per la Generalitat per a l'Ajuntament de Lleida a inicis dels noranta.

Les aliances, pactes i convenis entre les diferents televisions són tan nombrosos que descriure'ls s'allunyaria completament de la necessitat de síntesi d'aquest llibre. Citem només alguns exemples: Canal Reus TV és una emissora gestionada per Iniciatives de Televisió, una societat en la qual hi participen destacats periodistes de la comarca; el grup 100% Comunicació va comprar Canal 21-Terres de l'Ebre (Roquetes) i Tarraco Visió (la televisió local de Tarragona), totes dues de la mateixa propietat en l'etapa anterior; la Televisió de Sabadell s'ha transformat en Televisió del Vallès i la mateixa empresa participa en d'altres televisions, com les de Rubí o Mallorca; la família del Olmo participa en dues televisions: Canal 25 TV (L'Hospitalet) i TV Igualada; TBF participa a TV Lleida i Flaix TV, etc.

Aquestes iniciatives empresarials locals han resistit bé els primers moviments d'agrupació i de desterritorialització de les televisions locals. Està per veure el seu futur quan encara s'incrementi la pressió dels grans grups de comunicació per fer-se presents en el sector, sobretot en els esmentats processos d'agrupació i d'ampliació territorial.

## Notes

15. Euromonitor és un observatori permanent de la televisió a Europa que es va crear el 1989. Té la base operativa a la Universitat Autònoma de Barcelona, sota la direcció d'Emili Prado, i realitza informes periòdics per als principals operadors televisius i productors d'Europa i Amèrica del Nord, així com divulgació en publicacions científiques i seminaris.
16. Tenim un testimoni privilegiat de les finalitats i la filosofia d'aquesta associació en una de les nostres primeres publicacions sobre la matèria (Jornades de Mesocomunicació a Catalunya) i en la ponència presentada per Toni Garriga, un dels protagonistes fundacionals de la televisió de Cardedeu, juntament amb Jaume Rodri i Joan Grifols, entre d'altres.
17. Cal no confondre aquesta associació amb Televisión Local (TVL), xarxa de televisions locals d'àmbit estatal que agrupa un centenar d'emissores. TVL va ser posada en marxa per una antiga televisió local de Madrid, que es va anar associant amb diferents televisions de tot Espanya i va començar a distribuir els seus continguts via satèl·lit. Ofereix una graella de programació completa de 24 hores que cada televisió associada fa servir d'acord amb les seves necessitats. A Catalunya, aquesta xarxa té una presència mínima (Canal 25 L'Hospitalet hi està associada). La programació que distribueix és en castellà.
18. Es tracta de TV Eivissa, Canal 4 Mallorca, Canal 31 TV Tortosa, TV Esplugues, TV Banyoles, Alternativa TV Girona (aquesta televisió ha desaparegut i la seva freqüència és gestinada per Flaix TV Girona), TV Mollet, Canal 4 Berga, TV20 Televisió de Terrassa, Canal 50 Sabadell, TV Manresa, Canal 10 Televisió de Rubí i TV Figueres.
19. PRADO, E.; MORAGAS, M. de. *Televisiones locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. *Legi de Periodistes/Mancomunitat de Municipis, Barcelona, 1991.*
20. Es pot destacar que, a la inauguració de City TV el 24 d'abril, hi van assistir nombroses personalitats polítiques i mediàtiques, degudament recollides a les pàgines de comunicació de La Vanguardia Artur Mas (conseller en cap de la Generalitat), Alberto Fernández Díaz (president del PP de Catalunya), Joan Clos (alcalde de Barcelona), Francesc Codina (president del CAC), Miquel Puig (director general de la CCRTV), Josep Antoni Duran Lleida (d'Unió Democràtica) o Fèlix Millet (president de TV Cat i de la Fundació Orfeo Català-Palau de la Música).
21. Segons informació recollida a Ozu (<http://www.ozu.es>, 19 de juny de 2001) aquestes emissores eren a: A Coruña, Alcañiz (Terol), Almería, Alcobendas (Madrid), Badajoz, Béjar (Salamanca), Bilbao, Cáceres, Castelló, Ciudad Real, Còrdova, Elx (Alacant), Estepa (Sevilla), Fuengirola (Málaga), Fuente Palmera (Còrdova), Granada, Irún (Guipúscoa), Jerez (Cadis), Lorca (Múrcia), Madrid, Málaga, Marbella (Málaga), Morella (Castelló), Morón (Sevilla), Móstoles (Madrid), Naval Moral de la Mata (Cáceres), Mazarrón (Múrcia), Navia (Astúries), Ontinyent (Alacant), Pamplona, Pontevedra, San Sebastián, Santander, Santiago de Compostel·la, Sevilla, Sierra de Cádiz, Toledo i València. A setembre de 2001 ja n'eren 53. (Cine por la red, a <http://www.porlared.com>, 27/09/01)
22. Avui, 6 d'agost de 2001.



## 4. Polítiques de comunicació i ordenament jurídic

### 4.1. La Llei de 1995: una llei de final d'etapa del govern del PSOE

L'ordenament jurídic bàsic sobre la televisió local a l'Estat espanyol queda emmarcat, però no tancat, per la Llei 41/1995 de televisió local per ones terrestres. Aquesta llei va ser desenvolupada, posteriorment, pel Decret 320/1996 de la Generalitat de Catalunya de regulació del règim jurídic de les televisions locals per ones terrestres.

La llei estatal comença per definir les televisions locals com "aquella modalitat de televisió que consisteix en l'emissió o transmissió d'imatges no permanents adreçada al públic sense contraprestació econòmica directa per mitjà d'ones electromagnètiques propagades per una antena transmissora terrenal dins de l'àmbit territorial assenyalat a l'article 3 de la llei

Es diferenciava així, molt estrictament, el que podríem denominar televisions locals de l'era hertziana d'altres experiències interactives, de peatge o difoses per cable, que es puguin anar implantant en el futur.

Aquesta llei de televisions locals va estar precedida d'un llarg procés d'estira-i-arronsa, determinat per la manca de voluntat del legislador de donar sortida a un fenomen d'implantació desigual a tot l'estat, però molt actiu a Catalunya.

Cal notar que, des de les primeres experiències de televisió local dels anys vuitanta, la legislació sobre aquesta matèria sempre ha estat supeditada als interessos estratègics d'algun altre àmbit de la televisió: primer, la defensa aferrissada del monopoli de TVE; més tard, la prioritat de les televisions autonòmiques; després, la implantació de les cadenes privades de televisió, i ja més recentment, les noves plataformes i formes de televisió digital.

La llei de 1995 és una llei de final d'etapa del govern del

PSOE a Espanya, feta a l'època en la qual, sense majoria absoluta al Parlament espanyol, havia de negociar amb CiU i el PNV les propostes legislatives. Tots els esborranys de llei per a les televisions locals anteriors són més restrictius (en matèria de publicitat, d'àmbit d'emissió, de condicions de programació) i més centralistes respecte a l'autoritat que pot atorgar les llicències. D'aquesta darrera etapa del PSOE al govern en sortirà, doncs, una llei que, a més de marcar una clara posició favorable al protagonisme municipal, cedeix diverses competències a les comunitats autònomes. Excepte una, que resultarà decisiva una vegada el PP arribi al govern: el pla de freqüències, a partir del qual es poden posar en marxa els concursos de concessió. El PP, que ja s'havia oposat a la llei i que havia anunciat que la retiraria quan arribés al govern, va optar finalment per frenar el procés deixant en suspens l'atorgament de freqüències i mantenint la tolerància, no només cap a les televisions que emeten, sinó també cap a les diverses aliances i sinergies de producció i de capitals que s'anaven succeint en el sector.

#### 4.1.1. Àmbit territorial i nombre d'emissores

L'àmbit territorial de cobertura prevista per la Llei de 1995 és bàsicament el nucli urbà principal de cada municipi, encara que, excepcionalment, es deixa a discreció de les comunitats autònomes l'autorització de cobertures que superin l'estricta àmbit territorial d'una televisió local per ones terrestres.

La porta també queda mig oberta pel que fa al nombre de concessions per àmbit territorial. La llei considera que a cada àmbit li ha de correspondre únicament una emissora, però també accepta que siguin les comunitats autònomes les que determinin l'excepcionalitat (excepcionalitat que el Decret 320/1996 de la Generalitat farà norma: acceptar dues concessions per àmbit si no és incompatible amb les disponibilitats de l'espectre radioelèctric).

#### 4.1.2. Emissió en cadena

La llei també estableix ben clarament que les televisions locals per ones terrestres no podran emetre ni formar part d'una cadena d'emissores de televisió, entenent per formar part d'una cadena que existeixi unitat de decisió, quan un o més socis, gràcies a la suma d'accions, exerceixin l'administració de dues o més societats gestores del servei.

També queden excloses explícitament les emissions en cadena, és a dir, les que emeten una mateixa programació durant més del 25% del temps total d'emissió setmanal, encara que sigui en horaris diferents.

Però, també en aquest aspecte, la llei deixa una porta oberta a la flexibilitat, condicionada a la regulació posterior de les comunitats autònomes, que seran competents per autoritzar, prèvia conformitat dels plens municipals, emissions en cadena en atenció a les característiques de proximitat territorial i de les identitats socials i culturals.

#### 4.1.3. Publicitat

Pel que fa a l'emissió de publicitat, la llei de 1995 abandona les posicions restrictives d'anteriors projectes de llei (sobretot el de 1994) i també deixa a criteri de les comunitats autònomes l'establiment dels límits d'aquest tipus d'emissió.

Cal recordar que l'article 8 de l'avantprojecte de llei de televisions locals per ones terrestres de 1994 (quan el Ministeri d'Obres Públiques el presidia Josep Borrell) deia: "Els serveis de televisió local per ones terrestres no podran emetre publicitat entre les 18:00 i les 22:00 hores, incloses dins d'aquesta limitació les ofertes al públic realitzades per a la venda, compra o lloguer de productes, o prestació de serveis de qualsevol mena".

En tot cas, la publicitat a aquestes televisions locals quedarà subjecta a la regulació ja establerta, en general, per a la publicitat a la televisió (Llei 25/1994). La propaganda electoral queda regulada per la Llei Orgànica 14/1995.

#### 4.1.4. Concessió de freqüències: la llei en suspens

La llei de 1995 guardava una clau per tancar el procés de regulació i, per tant, de normalització de les televisions locals. L'article 19, dedicat a l'assignació de freqüències, diu: "L'assignació de freqüències a cada localitat s'efectua de televisió local, que perdria el caràcter de servei públic, per l'organisme competent de l'Administració General de per la qual cosa ja no caldria una concessió per poder

l'Estat en funció de les disponibilitats de l'espectre radioelèctric, havent de quedar garantida, en tot cas, la cobertura dels diversos canals de la televisió estatal, de la televisió autonòmica i dels canals de la televisió privada d'àmbit nacional

A aquestes reserves s'hi va afegir més tard, i de fet, la prioritat de les noves freqüències per a ús de les plataformes i televisions digitals, a les quals, segons fonts properes a la CMT, se'ls va concedir l'espai radioelèctric inicialment reservat a les televisions locals.

I, mentrestant, les televisions locals poden seguir emetent en règim d'inseguretat jurídica. L'única disposició transitòria de la llei afirma que les televisions que emetien per ones terrestres amb anterioritat a l'1 de gener de 1995 podien seguir emetent, condicionades a concursar i obtenir la corresponent concessió en el moment de l'aplicació de la llei. En cas de no obtenir aquesta concessió, aquestes emissores hauran de deixar d'emetre en el termini màxim de vuit mesos des de la resolució del concurs corresponent.

#### 4.1.5. Un projecte de llei del PP (1997) finalment retirat

Quan escrivim aquestes pàgines estan a punt de complir-se set anys d'interinitat i de provisionalitat jurídica. De tota manera, molts actors sembla que prefereixen aquesta provisionalitat que no les possibilitats d'una nova legislació que pugui resultar encara més restrictiva.

El fet és que l'activitat parlamentària també sembla estancada en aquest punt, potser a l'expectativa de tots els canvis que s'han de produir amb la implantació de la televisió digital durant els propers deu anys.

La darrera acció parlamentària directament referida a les televisions locals es remunta a l'any 1997, quan el PP encara no tenia majoria absoluta, amb l'elaboració d'un projecte de llei destinat a modificar la llei de 1995 (23) i que, finalment, no va prosperar davant de la reticència dels partits nacionalistes CiU i PNV, que havien donat suport a la llei de 1995.

Cal prendre en consideració que no es tractava d'una nova llei, sinó únicament de la modificació d'alguns aspectes de la llei de 1995. Entre els canvis proposats, destacava: la modificació de la naturalesa jurídica del servei

emetre, sinó una simple autorització administrativa; l'ampliació potencial i la liberalització del nombre de televisions possibles a cada ciutat, condicionant les concessions a l'espai radioelèctric disponible; l'ampliació de l'àmbit de cobertura fins a la província, i la introducció, de nou, d'una clàusula restrictiva sobre la publicitat a les televisions locals, però aquesta vegada limitada a les televisions municipals, que no podrien emetre publicitat (per tal d'evitar el doble finançament).

Es notarà que aquestes mesures, no aprovades finalment, podrien haver afavorit els processos de privatització i de concentració en el sector, que després analitzarem amb mes deteniment.

## **4.2. La llei de televisions locals i la regulació de la Generalitat**

Segons el que estableix la llei estatal de televisió local per ones terrestres (Llei 41/1995), correspon al Govern central la competència de designar les freqüències d'emissió, mentre que a les comunitats autònomes els correspon la competència d'atorgar les concessions.

Aquest procés de concessió va quedar regulat pel Decret 320/1996, d'octubre de 1996, posteriorment modificat pel Decret 111/1998, de 12 de maig de 1998.

Des d'octubre de 1996 fins a abril de 1997 va estar obert un període de presentació de sol·licituds. Se'n van presentar 981: 215 provenien dels ajuntaments i 766 d'entitats o empreses privades. Aquestes sol·licituds es van presentar a un total de 408 municipis, 166 dels quals van presentar una sola sol·licitud (24).

Com hem vist, el problema rau en el fet que, a finals de l'any 2001, l'administració de l'Estat, tot i la interposició d'un recurs contenciós administratiu per part de la Generalitat de Catalunya (6 d'abril de 1998), encara no havia fet la necessària reserva de freqüències i, en conseqüència, la Generalitat no havia pogut obrir l'esperada fase de concurs per a l'adjudicació de llicències.

El Decret 320/1996 de la Generalitat desenvolupa diversos aspectes de la llei estatal de 1995 i estableix algunes condicions específiques per a les televisions locals de Catalunya, com ara la promoció de la dona, la defensa del medi ambient i la contribució a la normalització lingüística. Aquestes especificacions s'han d'afegir a les

previstes a l'article 3 de la llei estatal, segons el qual els titulars de les televisions locals per ones terrestres queden obligats al respecte de diversos principis d'ètica general i d'ètica de la informació, així com a d'altres aspectes relatius al civisme i a la defensa dels interessos i les cultures locals.

El Decret també estableix que el temps mínim d'emissió de programes haurà de ser d'una hora diària i/o de set hores setmanals (article 12). Així, s'apostant per l'estabilitat horària de les emissores i es dificulten les experiències que emeten de forma irregular o, fins i tot, ocasionalment, cosa que s'haurà de reinterpretar, vista la generalització de la pràctica de la redifusió.

Pel que fa a l'origen de la producció, s'estableix que un mínim del 60% del temps d'emissió ha de correspondre, necessàriament, a programes de producció pròpia, si bé es podrà computar, a aquest efecte, un 40% amb programació coproduïda o realitzada per un tercer a Catalunya (article 13).

Quant als aspectes institucionals, cal destacar, tant en la llei estatal com en el decret de la Generalitat, el caràcter intransferible de les concessions (article 6) i l'extinció de la concessió si la gestió del servei la realitza una persona diferent al titular (article 18). Aquest és el punt de la controvèrsia sobre la titularitat de Flaix TV i City TV i de la interpretació que d'això en facin, finalment, el CAC i la DGRTV.

Un altre aspecte important de la regulació de la Generalitat és l'acceptació generalitzada de dues modalitats de televisions locals en un mateix àmbit: televisions de gestió pública i televisions de gestió privada.

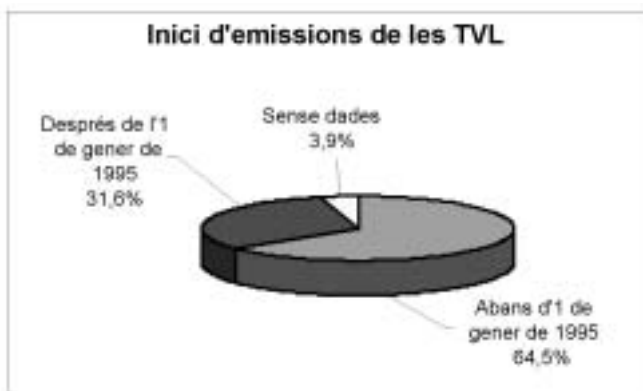
Obrint al màxim les possibilitats ofertes per la Llei de 1995, el decret de la Generalitat contempla la possibilitat de televisions privades en tots els àmbits objecte de la regulació. Això sí, amb una reserva de protecció dels objectius socials i culturals d'aquestes televisions, en assenyalar que entre les prioritats de concessió es considerarà la manca d'afany de lucre en la prestació del servei (article 11).

El decret de la Generalitat també obre les possibilitats d'emissió en cadena i l'existència de televisions d'abast comarcal, admetent que, tot i que la prioritat són les televisions urbanes, existeix la possibilitat, bé que excepcional i amb autorització prèvia, de fer emissions en cadena.

#### 4.2.1. Reconeixement dels drets històrics d'emissió

D'acord amb el que preveu la disposició transitòria de l'esmentada llei estatal, el decret de la Generalitat també reconeix el dret a continuar emetent de les emissores que ja ho feien l'1 de gener de 1995 (i que, a Catalunya, representen un 64,5% de les televisions, segons el nostre inventari).

És el que s'ha anomenat dret històric d'emissió i que ha estat considerat insuficient per part dels nous actors, ja que, al final del procés, es concedeixen les mateixes possibilitats (si més no, en la lletra de la llei) a les emissores històriques que a les noves candidates que es presentin a concurs.



Font: Elaboració pròpia

Set anys després, el 2001, l'administració catalana, a l'espera del desenvolupament de la Llei de 1995, ha fet alguns passos administratius (Decret 295/2000), exigint a aquestes televisions la presentació d'una "declaració responsable del compliment de les obligacions establertes als esmentats decrets (320/1996 i 295/2000), entre les quals hi ha el percentatge d'hores d'emissió en llengua catalana i el compliment de les normes publicitàries.

Paral·lelament, i durant aquesta llarga espera, s'han anat produint tot un seguit de fenòmens que forcen diversos límits establerts per la llei. Els més importants es refereixen als quatre temes principals següents: tensions per a l'obtenció de més de dues llicències en els grans municipis de Catalunya, i especialment a Barcelona; tendència a la creació de cadenes de fet, amb participació dels grans grups de comunicació que incideixen en el sector amb la força que els dona la seva capacitat de producció de continguts però també la seva influència política; noves tendències per ampliar l'abast de la cobertura territorial, amb la corresponent comarcalització de les televisions locals, i pèrdua progres-

siva de legitimitat de les formes de control de les televisions públiques locals, i reclamació, també en aquest sector, d'organismes de control professionals i independents.

#### 4.3. La renovació del CAC i la seva incidència en el panorama audiovisual català

La Llei 2/2000 de constitució del "nou" Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) atorga a aquesta autoritat diverses competències que interessin directament a la regulació de les televisions locals, a més a més d'aquelles que es refereixen, en general, als àmbits de la comunicació audiovisual de gestió o tutela per part de la Generalitat (25).

Entre les competències del CAC, en podem distingir tres que tenen una relació més directa amb la regulació de les televisions locals: l'adopció de criteris i l'emissió d'informes sobre els diversos projectes i disposicions que afecten el sector audiovisual; la promoció d'acords d'autoregulació, i la participació (d'alguna manera) en els processos d'adjudicació i renovació de les concessions.

El CAC, emparant-se en les dues primeres competències, va convocar, durant l'any 2001, representants dels principals organismes i federacions del sector (26) per elaborar un document marc titulat Informe sobre la revisió del model de televisió local a Catalunya (27), destinat a servir de base, tan consensuada com fos possible, per facilitar el desenvolupament d'un nou marc normatiu de les televisions locals.

Aquest document reconeix el valor central de les televisions locals en el sistema audiovisual català, com a element de gran "valor estratègic per a Catalunya, on hi rauen valors comunicatius fonamentals per al ciutadà, com ara la proximitat de la informació, el servei públic i l'accés dels ciutadans als mitjans [...], que aporten al sistema comunicatiu català un major pluralisme, diversitat i descentralització de la informació

El document reconeix, però, que, contradictòriament, aquests valors es veuen avui amenaçats "per la manca d'un marc normatiu suficient que corregeixi l'actual buit legal i que tingui la capacitat de recollir les necessitats del sector amb la finalitat d'afrontar els canvis normatius, tecnològics i empresarials als quals es veurà sotmès a causa de la digitalització

El document reclama, de fet, una normativa que faci compatibles les experiències de les televisions locals amb

les noves exigències del sector "des del punt de vista tecnològic (digitalització) i de competència, això passa per la flexibilització de les quatre tensions esmentades abans: ampliació de llicències, emissió en cadena, ampliació de l'abast de cobertura i, finalment, noves formes de gestió de les televisions públiques d'acord amb criteris democràtics i de transparència empresarial.

El document també entén que, amb la millora de l'actual decret de la Generalitat, no n'hi haurà prou per assolir els objectius perseguits. També proposa aprofundir en la necessitat d'impulsar un nou marc comunicatiu específic per a Catalunya, amb autonomia respecte a les disposicions que emprengui el Govern espanyol en matèria audiovisual i de televisions locals en particular. Aquesta demanda de més autonomia pel sistema de comunicació català és un tema etern que persegueix les televisions locals de Catalunya des de la primera experiència a Cardedeu l'any 1981.

En conseqüència, el document consensuat entre el CAC i els representants del sector proposa, en primer lloc, el desenvolupament del decret de la Generalitat en uns quants termes principals.

Així, podran existir televisions locals de tres àmbits diferents (locals d'àmbit municipal, locals d'àmbit de cobertura de més d'un municipi i locals d'àmbit comarcal). L'excepcionalitat es basarà en criteris transparents de polítiques de comunicació (programació local, plena cobertura del territori, contribució a la normalització lingüística, compliment d'una missió cultural i de servei públic, etc.).

També es planteja l'emissió en cadena (el decret estableix un límit del 25%) en termes de política de protecció de la televisió de proximitat, evitant l'emissió en cadena que afavoreixi processos en sentit contrari (de "plantejaments comunicatius més globals").

Més confusa i més complexa conceptualment és la posició del document respecte a la gestió i explotació del servei de les televisions locals, públiques i privades (en el fons del debat hi ha la qüestió de la legitimitat de la delegació o externalització de la producció de les televisions locals per part dels seus titulars): el document es manifesta a favor de fer visible la gestió i no cedir el control "del nucli dur del servei", establint diverses obligacions a la gestió directa de les televisions públiques i l'explotació directa de les televisions privades.

També regularitza les formes administratives de les

societats corresponents: formes democràtiques de control en les televisions públiques i formes de societat mercantil en les privades.

Finalment, es reclama un reconeixement (drets històrics d'emissió) de les televisions locals que emetien amb anterioritat al gener de 1995, però no únicament en termes d'antiguitat, sinó més profundament, en termes de reconeixement del compliment d'una missió de comunicació.

Aquest procés iniciat pel CAC haurà de passar per la revisió de l'Associació Catalana de Municipis de Catalunya i la Federació de Municipis de Catalunya; posteriorment, serà sotmesa al Govern de la Generalitat i al Parlament de Catalunya.

La mesa convocada pel CAC no es limita a proposar un desenvolupament i una ampliació d'horitzons del Decret 320/1996, sinó que també pretén obrir un nou procés regulador de la televisió local. En general, el document proposa establir una política de comunicació aplicada a les televisions locals que els permeti utilitzar, sense limitacions, totes les potencialitats que les condueixin a la consolidació i al compliment de la seva missió de proximitat. En canvi, es vol evitar la utilització d'aquestes possibilitats per afeblir l'àmbit de proximitat a favor de la utilització dels espais locals per engrandir la penetració de la globalització.

Queda pendent una reflexió sobre les conseqüències de la digitalització sobre les televisions locals. De moment, s'adverteix de la inadequació de normes restrictives respecte a la cobertura territorial, davant de noves tecnologies que superaran les limitacions tècniques del sistema de difusió hertziana. En definitiva, el que reclama el sector és una reorganització del l'espai radioelèctric, des de la autonomia, per a l'era digital.

Finalment, es proposa la creació d'una mesa permanent de treball formada pels signants del document i oberta a altres agents del sector, amb la finalitat d'estudiar l'evolució normativa de la televisió local.

#### **4.4. El futur de la televisió digital terrestre i la seva incidència sobre la televisió local**

El procés de regulació de la televisió digital terrestre (TDT) a l'Estat espanyol ha estat un dels primers d'Europa, però tota la celeritat inicial s'ha malmès per un tossut incompliment del mateix calendari marcat pel regulador i

per la manca d'una política decidida d'impuls del desenvolupament de la TDT.

Són fruit de l'embranchada inicial el Reial Decret 2169/1998 sobre el Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Terrestre i l'Ordre del Reglament Tècnic per a la Prestació del Servei, de 9 d'octubre de 1998, que estableixen dues possibles formes de gestió: la directa, per als actuals ens públics de televisió estatal o els de les administracions autonòmiques, i la indirecta, per a les actuals televisions privades.

D'altra banda, a l'abric d'aquesta normativa, es va convocar el concurs per a l'adjudicació de 14 canals de TDT de pagament, que es va resoldre el 18 de juny de 1999 a favor d'Onda Digital (consorci liderat per Retevisión), que finalment opera la plataforma amb el nom comercial de Quiero TV.

Les comunitats autònomes tenen competència per atorgar llicències de TDT en el seu territori (tant per a la cobertura de tota la comunitat com per a les cobertures locals), segons estableix la Llei 66/1997, de 30 de desembre, de Mesures Fiscals, Administratives i d'Ordre Social, que en el seu apartat 4 assenyala que l'atorgament de llicències correspon a les comunitats autònomes si l'àmbit és l'autonòmic o el local. Les llicències de cobertura autonòmica ja es poden atorgar (de fet, les comunitats de Madrid i la Rioja ja ho han fet), però les de cobertura local encara no, perquè el Ministeri de Ciència i Tecnologia no ha establert el pla de freqüències per aquest àmbit, de manera que incompleix els terminis que la mateixa administració s'havia fixat (la data límit era el 31 de desembre de 2000) i frena l'embranchada inicial ja esmentada.

L'anàlisi de les disposicions estatals sobre regulació de la TDT (28) posa de manifest el caràcter secundari que el legislador estatal atorga a les televisions locals en no concloure el desenvolupament normatiu de la televisió local en aquestes peces regulatives. Aquest caràcter secundari es converteix en menyspreu per la manca de compliment dels seus mateixos terminis regulatius, impeding, a la pràctica, una política integral de les comunitats autònomes en el terreny de la televisió digital terrestre. També evidencia la inadequació del marc general estatal a les necessitats del sistema de comunicacions a Catalunya, sobretot ara, per la impossibilitat de regular de forma ràpida (i no d'aquí a deu anys) les televisions d'àmbit local.

A més de la manca de desenvolupament integral de la

normativa de TDT que està frenant el desenvolupament del sector, cal constatar l'absència d'una política decidida d'impuls. En aquest aspecte, destaca la falta d'aplicació d'un calendari accelerat de migració de l'analògic al digital, sense el qual l'oferta de programes digitals no té prou atractiu per justificar la compra de receptors adequats. Destaca, també, la manca d'imposició d'un estàndard de recepció d'accés condicionat per a tots els operadors que faciliti la difusió de receptors per a les emissions digitals. Aquests dèficits creen un cercle viciós: no hi ha una aposta decidida per l'oferta de continguts digitals perquè no hi ha una massa crítica de receptor digitals i no s'assoleix aquesta massa crítica perquè l'oferta digital no és prou àmplia i atractiva per justificar la inversió en un receptor digital que ara per ara té un preu elevat. I aquí s'enceta un altre cercle viciós: els preus són elevats perquè no hi ha prou demanda per aconseguir abaixar els costos de producció i la demanda no augmenta mentre els preus siguin tan elevats. Tot plegat és un despropòsit que amenaça la viabilitat del sector de la TDT, que estava cridada a revolucionar el sector televisiu i dels serveis digitals de valor afegit de caràcter interactiu, tot fent un paper actiu en la promoció de la societat de la informació.

Val a dir que la TDT ha de ser considerada, en certa mesura, quelcom més que una televisió. Es tracta d'un suport integral de comunicació que permet la difusió de programes televisius amb més abundància que en el sistema analògic (si més no, 4 programes on abans n'hi cabia un); una part de l'espectre restant (20%, segons les previsions reglamentàries de l'Estat espanyol) es pot dedicar a serveis addicionals a la televisió digital, que gaudeixen d'interactivitat encara que sigui de grau baix. Aquest és un segment molt atractiu i útil que pot connectar amb els interessos del públic i en el qual rauen moltes possibilitats de creació i innovació. La presència dels serveis addicionals tindrà un efecte estimulador de la demanda de noves prestacions, de manera que es potenciarà el desenvolupament de la societat de la informació.

D'altra banda, un pla d'explotació dels recursos de xarxa subjacents a la capacitat de transmissió disponible per a la TDT, podria contribuir a suplir temporalment el dèficit d'ample de banda de les xarxes actuals, que és un dels obstacles principals per al desenvolupament de la societat de la informació i de l'economia digital.

Aquesta possibilitat guanya més importància en l'àmbit local, especialment en els territoris menys densament poblats, on l'ample de banda per càpita serà més baix per més temps si s'ha d'esperar l'arribada de les xarxes de cable. D'altra banda, la TDT, en tant que servei d'accés universal, tindrà un efecte d'estímul a la introducció als serveis propis de la societat de la informació. Una introducció que es produiria de forma socialitzada sobre el conjunt de la població i no només sobre el segment d'iniciats que hi accedeix mitjançant Internet.

La televisió local té una experiència demostrada en la socialització de la comunicació i en la canalització de la participació comunicativa, raó per la qual es pot preveure que si disposés de les possibilitat tècniques per implementar serveis addicionals a la TDT, en trauria un bon partit, tot generant serveis engrescadors que promourien, un cop més, processos democratitzadors de la tecnologia, en aquest cas de la tecnologia digital.

#### Notes

23. Projecte de Llei: Modificació de la Llei 41/1995, de 22 de desembre, de Televisió Local per Ones Terrestres (Boletín Oficial de las Cortes, 17 de febrer de 1997).
24. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1999): Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1997-1998. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
25. Presentació del CAC a <http://www.audiovisualcat.net>
26. Es tracta de la Coordinadora de Televisions Locals de Catalunya, la Federació de Televisions Municipals de Catalunya, la Federació d'Organismes i d'Entitats de Televisions Locals de Catalunya i el Canal Local Català.
27. Consell de l'Audiovisual de Catalunya: Informe sobre la revisió del model de televisió local a Catalunya. Document marc, del 6 de setembre.
28. Ordre de 9 d'octubre de 1998 per la qual s'aprova el Reglament Tècnic i de Prestació del Servei de Televisió Digital Terrenal; Reial Decret 2169/1998, de 9 d'octubre, pel qual s'aprova el Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Terrenal, i Resolució, de 21 de juny de 1999, que habilita les entitats gestores del servei públic essencial de televisió perquè prestin el servei de televisió digital terrenal.

## 5. Conclusions

### 5.1. Resum de l'estructura de les televisions locals: característiques principals

#### 5.1.1. 104 televisions locals

A novembre de l'any 2001 havíem pogut identificar l'existència d'un total de 104 televisions locals a Catalunya (vegeu l'inventari annex). Aquestes televisions responien a una tipologia molt diversa, pel que fa a dimensions, programació, àrea de cobertura, volum econòmic, ús de tecnologies, etc. i es distribuïen en 93 ciutats i 26 comarques (vegeu el mapa annex). Aquesta quantitat i diversitat d'emissores, així com la seva distribució territorial, ha determinat una considerable multiplicitat de veus i constitueix una important experiència, excepcional a Europa, de descentralització audiovisual.

#### 5.1.2. Distribució territorial

Tot i que hi ha un gran nombre de televisions locals a Catalunya, la seva distribució territorial presenta força desequilibris. Únicament el 9,8% de les poblacions catalanes compta amb una televisió local instal·lada en el seu àmbit municipal i un 34% de les comarques catalanes encara no disposa de cap televisió local al seu territori. Finalment, en els àmbits territorials i en les demarcacions provincials és on es poden observar les diferències més grans: l'àmbit metropolità de Barcelona disposa de més del 40% de les televisions locals catalanes i la demarcació de Barcelona té més del 60% d'emissores del Principat. A l'altre extrem, la demarcació de Lleida no arriba al 3% de les televisions locals catalanes (vegeu el mapa annex).

#### 5.1.3. Període de creació de les televisions locals

Pel que fa a l'antiguitat d'aquestes emissores, podem assenyalar que les nascudes abans de 1985 representen el 13% de les televisions actuals. Són majoria (55%) les que

han aparegut durant la darrera dècada, de 1991 a 2001. També cal destacar que un 30% d'emissores emeten amb posterioritat a gener de 1995, data marcada per la legislació vigent, central i autonòmica, perquè puguin mantenir, provisionalment, les seves emissions.

#### 5.1.4. Titularitat

Quant a la titularitat, la majoria de televisions locals es divideixen, gairebé a parts iguals, en dos grans grups: 52 emissores són públiques i 49 són privades. Només 3 emissores són de caràcter mixt. De tota manera, cal destacar el pes de les televisions privades gestionades o impulsades per entitats culturals sense afany de lucre amb subvencions municipals (56,4%), la qual cosa dona al sector públic un protagonisme important.

#### 5.1.5. Àmbit de cobertura

L'àmbit de cobertura de les televisions locals ha experimentat una forta modificació des de 1991. Així, actualment, només el 31% de les emissores tenen com a àmbit de cobertura la seva localitat de referència, és a dir, són estrictament locals. Els àmbits de cobertura s'han anat eixamplant: més del 31% de les televisions locals abracen més d'un municipi (supralocals), un 14% són comarcals i un 6,6% són supracomarcals (emeten per una territori superior a la comarca, ja sigui per vocació o per "desbordament hertzià"). I encara un 9% són intercomarcals (pensades per donar cobertura a dues o més comarques).

#### 5.1.6. Regularitat i horari de les emissions

Hi ha un alt nombre de televisions locals (96%) que emeten regularment, entenen per regularitat un període d'emissió predeterminat i preanunciat. De tota manera, dins d'aquesta regularitat s'hi troba una gran varietat de períodes. La més comuna és l'emissió diària, amb un 76%



de les televisions. Pel que fa a les hores setmanals d'emissió, el grup més nombrós és el que emet 168 hores setmanals (un 28% del total d'emissores).

### **5.1.7. La producció pròpia: eix de la televisió de proximitat**

La producció pròpia és un dels grans recursos de les televisions locals catalanes. El 62% de les televisions afirma que més de la meitat de la seva programació es basa en la producció pròpia. El 34% de les televisions locals catalanes se situa en la franja més alta d'emissió de producció pròpia, entre el 75% i el 100% de la programació. L'augment de la presència de producció aliena mostra dos fenòmens ben diferents: el farciment de la programació amb finalitats lucratives i la cooperació interlocal. El primer fenomen consisteix en la inclusió a la graella de programes de ficció i de productes paratelevisius de caràcter comercial (tarot, televenda i informació comercial); el segon, respon a l'intercanvi de programes entre estacions, l'adquisició de programes a alguna de les televisions locals o a estructures catalanes de subministrament de programes (CLC i Circuit) i, finalment, l'adquisició directa d'emissions a productores catalanes.

### **5.1.8. Estructura bàsica de la programació**

La televisió local a Catalunya estructura la seva oferta, bàsicament, sobre el macrogènere informació, autèntica espina dorsal de la graella. Aquesta política atorga a l'experiència de les televisions locals una forta caracterització de mitjans d'informació.

Els programes informatius són dominants en totes les franges horàries, sobretot en la sobretaula i en el prime time; períodes en els quals arriben al 77% del temps disponible. La resta de macrogèneres tenen un paper complementari, que no secundari, ja que connoten cada televisió amb un accent peculiar. La tendència més significativa la representen les incursions en l'entreteniment, especialment amb concursos i xous (programes de producció pròpia) o amb cinema, sèries i serials (programes adquirits). Un altre contingut de complementarietat significativa és l'esport, que assoleix un 6% del conjunt de l'oferta, encara que només l'inclouen a les graelles un 38% de les estacions.

L'anàlisi de l'oferta ens ha permès constatar un grau elevat

d'estandardització formal de la producció televisiva local i una gran diversitat de continguts respecte a l'oferta televisiva de les grans cadenes generalistes. Des del punt de vista dels continguts, es constata la funció de servei públic del sector de les televisions locals, independentment de la seva titularitat, ja que fan de canal de difusió d'unes informacions i uns temes que no circulen pels grans mitjans de comunicació. Aquests temes, i els actors socials que els protagonitzen, accedeixen a la televisió local despullats del sensacionalisme desnaturalitzador que els serveix de passaport per traspasar les pantalles de la televisió generalista.

### **5.1.9. Hores emeses**

Donades les característiques del conjunt de les televisions locals a Catalunya, podem concloure que la xifra total d'hores emeses l'any pel conjunt de televisions locals a Catalunya s'apropa a unes 400.000 hores, de les quals, però, només el 25% (100.000) són emissions de programes pròpiament televisius (i encara caldria considerar la redifusió). En qualsevol cas, aquestes hores, sumades a les que emeten TV3 i Canal 33, constitueixen un gran patrimoni audiovisual per a Catalunya, patrimoni que entenem que ha de ser interpretat com de gran valor estratègic en el marc del conjunt de la indústria audiovisual catalana.

### **5.1.10. Tecnologies de difusió**

La tecnologia de difusió predominant en les televisions locals catalanes encara és, de forma clara, les ones hertzianes. Així, més d'un 84% de les emissores del Principat fan servir aquesta tecnologia per emetre. Pel que fa al percentatge restant, un 9% fa servir el cable i un 4% fa servir les dues tecnologies simultàniament.

La poca extensió del cable a Catalunya fa impossible que, de moment, aquesta tecnologia tingui un pes específic important en el sector. Així, el 9% que fa servir exclusivament el cable correspon a emissores de ciutats que compten amb petites xarxes coaxials utilitzades històricament per salvar les dificultats orogràfiques que dificultaven la recepció de les emissions hertzianes de les grans televisions generalistes espanyoles i catalanes. Pel que fa al 4% que simultanieja les dues tecnologies, algunes són televisions ubicades en ciutats amb xarxa coaxial però que també emeten via hertziana. Les altres són estacions

de grans ciutats catalanes que ja disposen de xarxa de banda ampla, com Barcelona i Terrassa.

#### **5.1.11. Tecnologia audiovisual**

Pel que fa a la tecnologia audiovisual, s'observa una gran heterogeneïtat entre les televisions locals. Així, mentre hi ha televisions que encara utilitzen aparells domèstics analògics, n'hi ha que ja fan servir tecnologia digital en els seus processos de producció. Aquesta tecnologia inclou des de càmeres i magnetoscòpis fins a l'equipament d'edició, passant pels equips de so.

Els formats predominants dins del sector de la televisió local són el domèstic i l'industrial; el format professional és el menys habitual i queda clarament reservat a les televisions de més pressupost.

De tota manera, la configuració tècnica més comuna és l'eclèctica, que inclou la convivència de tecnologies analògiques i digitals, així com dels estàndards domèstic, industrial i professional, combinats de forma més o menys canònica.

#### **5.1.12. Aspectes econòmics**

Una de les característiques principals de les televisions locals catalanes és la modèstia econòmica. En aquest sentit, més del 50% de les televisions treballen amb pressupostos inferiors als 10 milions de pessetes anuals. De tota manera, en aquest inici de mil·lenni ja es detecta l'existència de televisions amb pressupostos més elevats: un 3% manifesten tenir més de 200 milions de pressupost anual. Si es té en consideració la tendència d'algunes televisions cap a la professionalització i l'entrada dels grans grups de comunicació en el sector, es pot preveure l'increment del volum econòmic d'algunes d'aquestes televisions.

#### **5.1.13. Organització professional**

La tendència a la professionalització ha quedat a bastament certificada en diferents apartats del nostre estudi. Un dels indicadors d'aquesta tendència és el grau de complexitat organitzativa de les televisions locals actuals. Tot i que hi ha una elevada dispersió hem pogut identificar un nivell d'organització creixent. Encara que subsisteixen les emissores que prescindeixen del tot d'una estructura organitzativa (organització de grau zero, 17%), prop de la

meitat de les estacions aposta per una elevada formalització estructural (organització estructurada, 30%, i organització complexa, 13%). A més a més, la resta de televisions opta per una mínima organització (organització elemental, 40%).

L'augment de les estructures d'organització és un element altament positiu si es té en compte l'àmplia mobilització de persones que significa la gestió de les 104 televisions locals existents a Catalunya. Es pot calcular que aquesta activitat implica unes 2000 persones entre professionals contractats i col·laboradors.

#### **5.1.14. La nova estructura associativa de les televisions locals**

L'estructura associativa de les televisions locals es basava inicialment en la necessitat de defensar els interessos comuns, o fins i tot l'existència, davant de les administracions (derivada del seu estat d'alegalitat).

Actualment, les raons per associar-se i les estructures associatives s'han diversificat i s'han fet molt més complexes. A més de mantenir la funció "defensiva", les associacions també funcionen ara com a xarxes de distribució de continguts i de coordinació tecnològica i, encara que inicialment, com a centrals de compres. Aquestes noves funcions les compleixen les tres federacions principals de televisions locals i una empresa participada per emissores.

A més d'aquestes estructures, també es multipliquen les fusions i les col·laboracions entre dues o més televisions amb la finalitat de compartir la programació, la producció de continguts o la publicitat.

Aquesta evolució posa de manifest un canvi de prioritats en les necessitats federatives de les televisions locals, que han passat de la defensa institucional i legal a una defensa més estructural, que té en compte la viabilitat econòmica i la cooperació en termes d'indústria audiovisual.

#### **5.1.15. Internet: nous reptes i oportunitats**

Les experiències de les televisions locals a Internet encara són molt limitades. El nombre d'emissores que tenen web s'incrementa contínuament, però a finals de 2000 encara no arribava al 50% de les televisions.

L'esquema bàsic del contingut d'aquests webs inclou una presentació de l'emissora (generalment, històrica), la llista

dels col·laboradors, la graella de programació, informació sobre la publicitat (preus inclosos) i les formes de contacte.

Els webs d'algunes televisions (encara pocs) pretenen fer de portals informatius, de manera que poden aprofitar la seva producció d'informació per a la televisió. Uns altres webs (també casos excepcionals) han iniciat l'experiment de convertir-se en veritables portals de la localitat, encara que en aquests casos es troben amb la competència dels ajuntaments, que solen tenir objectius similars.

Analitzades les estratègies de comunicació en conjunt, sembla evident que aquestes televisions locals hauran d'encarar el seu futur en l'àmbit local amb una oferta específica de comunicació per a la Xarxa, aprofitant totes les sinergies i la notorietat que els facilita la seva presència televisiva.

## **5.2. Les televisions locals de proximitat: el seu valor per a la democràcia i la identitat cultural**

Al llarg de les pàgines anteriors hem anat veient les característiques i la diversitat de les actuals televisions locals a Catalunya. Tenim, doncs, prou informació per entendre que l'existència d'una televisió en un territori local no és sinònim, automàticament, de l'existència d'un espai per a la participació democràtica i per a la identitat cultural. Però també tenim raons per afirmar que l'espai local és un espai irrenunciable de la democràcia i de l'identitat cultural i que aquestes funcions momés es fan efectives quan les televisions locals actuen com a televisions de proximitat.

Entenem per televisió de proximitat aquella que s'adreça a una comunitat local delimitada territorialment, però que ho fa amb continguts relatius a l'experiència quotidiana dels receptors, a les seves preocupacions, al seu patrimoni cultural, a la seva memòria històrica, etc. amb voluntat d'incrementar la participació social de la comunitat.

Per tant, proximitat fa referència a l'àrea geogràfica de difusió (local), però sobretot es refereix als usos socials dels continguts. El concepte de proximitat aplicat a la televisió, implica el reconeixement d'un escenari compartit entre l'emissor (l'estació de televisió) i l'audiència, i això ha de quedar reflectit en el contingut final de la seva programació, principalment en els telenotícies, però també en la resta de programes: reportatges, entrevistes, debats, talk shows documentals o magazins, on s'expressa el debat cultural de cada comunitat.

### **5.2.1. Les sinergies positives amb el sistema català de comunicació**

Les televisions locals, tal com ara les hem definit, representen grans avantatges i sinergies positives per al conjunt del sistema de comunicacions i, per tant, han de ser objecte de protecció per part de les polítiques de comunicació democràtiques.

De la nostra recerca podem deduir diversos arguments que justificarien aquesta protecció. En primer lloc, considerem les sinergies positives que poden establir-se entre les televisions locals i el conjunt del sistema de comunicació català.

Les televisions locals de proximitat representen la presència dels territoris i col·lectius més petits als mitjans de comunicació i, més concretament, als mitjans de comunicació audiovisual. Aquesta presència té una gran significació cultural i econòmica en el context de la societat que s'està implantant als països de capitalisme avançat, com a contrapartida i alternativa a d'altres processos de globalització cultural més poderosos.

D'altra banda, i relacionat amb l'anterior, cal contemplar les televisions locals com un dels puntals del sistema de comunicació a Catalunya, com un recurs de gran importància estratègica en el context de la centralització estatal i de la globalització de la comunicació, especialment de la comunicació audiovisual.

Les televisions locals també tenen una gran significació i valor estratègic per al conjunt de la indústria audiovisual catalana. Així s'han de valorar les prop de 102.492 hores de programes televisius pròpiament dits emesos per aquestes estacions. Aquesta capacitat de producció, descomptant les redifusions, fa que les televisions locals siguin alguna cosa més que un laboratori: la potència d'algunes d'aquestes televisions i la seva capacitat de producció i d'inversió en continguts els atorga un paper força important per a la indústria audiovisual catalana. A més a més, aquesta producció significa un gran valor en termes d'arxiu d'imatges i de patrimoni audiovisual de Catalunya.

També cal destacar que moltes televisions locals duen a terme una important tasca d'innovació i d'experimentació en el camp dels gèneres i dels formats televisius: des de formats quasi tot notícies locals i comarcals, fins a televisions temàtiques culturals, passant per formats innovadors (càpsules, jornades temàtiques). La possibilitat

d'assumir riscos en la innovació i aplicació de formats experimentals les hauria de convertir en un gran laboratori audiovisual descentralitzat i de gran capacitat de producció en el seu conjunt.

Les televisions locals també desenvolupen una important funció d'escola de professionals de la comunicació, de gran transcendència pel conjunt del sistema audiovisual català. Les televisions locals no només representen una primera sortida professional per a molts estudiants de comunicació, sinó que permeten la formació de professionals en els diversos sectors del camp audiovisual (redactors, guionistes, productors, actors, tècnics d'imatge i de so, etc.).

Finalment, hi ha una nova raó que justifica la importància que cal atorgar a les televisions locals en el conjunt de les nostres polítiques de comunicació i que pot ser decisiva de cara al futur: les televisions locals poden constituir un dels principals puntals de la presència de les petites ciutats i de les comarques en les noves formes de comunicació i activitats pròpies de la societat de la informació. Moltes televisions locals ja han començat a afrontar el seu procés de convergència amb Internet. No només es tracta de construir el web de cada emissora, sinó de participar de les noves formes de comunicació i de les noves ofertes de comunicació en xarxa.

### **5.2.2. Les funcions culturals, polítiques i socials de les televisions locals**

Les funcions que desenvolupen les televisions locals no es poden limitar a la seva incidència dins del sistema comunicatiu català, a la seva contribució en la descentralització del mateix sistema o a augmentar la capacitat de producció de la indústria audiovisual catalana, sinó que també s'han de considerar els efectes positius que aquestes televisions poden tenir per a la comunitat des del punt de vista social, polític i cultural.

La majoria de televisions locals tenen l'objectiu de facilitar l'accés a la televisió de la comunitat on estan instal·lades. Aquest esperit comunitari que va inspirar el naixement del fenomen a Catalunya i que encara inspira moltes televisions locals les ha convertides en mitjans de promoció de la participació ciutadana i de democratització de l'accés als mitjans. Les comunitats locals que disposen de televisions locals han tingut un canal de difusió on informar-se del que passa dins del col·lectiu ciutadà però, també, un mitjà on

expressar les seves opinions i donar a conèixer punts de vista que difícilment es veurien reflectits en televisions d'àmbits de cobertura superiors. En certa manera, aquesta funció comunitària de les televisions locals les ha convertit en elements dinamitzadors de la vida social, política i cultural dels àmbits de recepció més petits.

La vessant de servei a la comunitat es veu complementada per una altra funció de gran importància en molts nuclis urbans de Catalunya: hi ha televisions locals que, a més de contribuir a la democratització del sistema comunicatiu, també han estat instruments de preservació de les identitats locals, han servit d'elements cohesionadors i d'autoreconeixement ciutadà i comunitari.

A més a més, dins de la seva mateixa comunitat, les televisions locals també han contribuït al desenvolupament de certs aspectes econòmics i comercials. Així, les televisions que emeten publicitat han permès donar a conèixer nombrosos comerços, serveis i indústries de les ciutats que, d'una altra manera, no podrien tenir accés a la publicitat televisiva. La funció comunitària de la televisió, doncs, no té només implicacions polítiques, socials o culturals, sinó també econòmiques.

Finalment, reiterem el que moltes vegades ja ha estat reconegut: la importància històrica de les televisions locals en el procés de normalització lingüística del català. Ja des d'un bon principi, i també actualment, la majoria de les televisions locals emeten la totalitat de la seva programació íntegrament en català. De fet, el català ocupa el 86% del temps d'antena de les televisions locals, fet que el converteix en la llengua majoritària. A més a més, cal considerar que són molt poques les televisions en les quals la llengua predominant no sigui el català.

### **5. 3. Condicions de supervivència: pros i contres de les actuals televisions locals**

Els valors positius que fins aquí hem reconegut a les televisions no estan garantits d'antuvi, sinó que han de ser considerats com a valors potencials, la virtualitat dels quals serà la conseqüència d'una política de comunicació capaç de preservar les seves característiques de proximitat. I aquesta és una possibilitat sotmesa a un joc d'oportunitats i riscos. Unes i altres són factors presents en una mateixa balança, la inclinació de la qual dependrà, finalment, de

factors socials, de les polítiques de comunicació que s'hi implementin. En tot cas, no hi ha prou raons per imaginar que siguin causes internes al sistema de comunicació o, encara menys, causes tecnològiques, les que puguin fer inclinar la balança cap a la desaparició o desnaturalització de les actuals televisions locals de proximitat a Catalunya.

Ara bé, per poder dur a terme aquestes polítiques de comunicació cal saber identificar prèviament les oportunitats i els riscos. Aquest és l'objectiu dels punts següents.

### **5.3.1. Dels projectes comunitaris a les noves estratègies professionals**

Les primeres experiències de televisió local a Catalunya es van guiar per iniciatives amb voluntat de participació, de caràcter voluntari i comunitari. Amb el pas dels anys, sense renunciar a aquelles sensibilitats, les iniciatives segueixen ara, majoritàriament, la nova lògica de la indústria audiovisual, amb una peculiaritat fonamental: les televisions locals només es poden beneficiar parcialment de les economies d'escala que caracteritzen les indústries culturals modernes.

Per això, més que parlar de lògiques industrials hem de parlar de lògiques de professionalització que s'imposen en diverses esferes: en la de la producció de continguts, en la dels processos tecnològics (producció i emissió), i tant en el sector públic com en el sector privat.

En les primeres etapes de televisió local, la proximitat s'obtenia gràcies a la participació de la gent, de forma voluntarista. Actualment, aquesta proximitat es mira de garantir mitjançant una mediació professional sensible als continguts locals, mitjançant plantejaments que defineixen els models de programació i que saben adaptar-se a les actuals condicions de producció de continguts.

### **5.3.2. El descobriment del valor de l'espai i del mercat local**

El voluntarisme inicial, els projectes culturals de participació eren, bàsicament, alternatius respecte al sistema de comunicació dominant. Les primeres iniciatives contraposaven els projectes locals a les lògiques dominants dels sectors megacomunicatius. En aquelles primeres etapes, els anys vuitanta, les empreses de comunicació manifestaven un interès molt escàs pels àmbits locals (mesocomunicatius). Però les coses van començar a canviar substancial-

ment a finals dels noranta, quan aquestes empreses van constatar les oportunitats que oferia l'espai local per als seus negocis de comunicació.

Aquest nou interès es basa en dues línies d'oportunitat principals: d'una banda, l'existència del que s'anomenen nínxols d'audiència i, per tant, oportunitats de mercat publicitari. El valor d'aquests nínxols es fa més evident en el context de la fragmentació de les audiències que s'inicia amb l'aparició de les televisions privades generalistes el 1989 i, encara més, amb les noves ofertes de les plataformes digitals que segmenten les audiències i substantiven la importància de la fidelització de les audiències segmentades, ja sigui per temes (canals temàtics) o per àmbits territorials (canals nacionals, regionals, locals).

D'altra banda, aquest interès de les empreses de comunicació grans i mitjanes per la televisió local també neix de les noves exigències de les seves estratègies d'expansió multimèdia. Les empreses de comunicació (o més ben dit, les empreses periodístiques) senten la necessitat de fer-se presents en els diversos sectors de la multimediació (ràdio, publicitat, Internet i, especialment, televisió). Algunes d'aquestes empreses es veuen beneficiades per les noves concessions de llicències (hertzianes, amb peatge, digital) d'àmbit estatal o autonòmic; d'altres, però, en veure's excloses d'aquesta assignació de llicències opten directament per iniciar-se en el sector audiovisual per mitjà de la seva presència en el sector de les televisions locals.

Algunes d'aquestes empreses se senten identificades amb l'esperit fundacional d'aquelles emissores, amb els seus projectes de proximitat, on hi troben àmbits de negoci acceptables; d'altres, però, ocupen aquest territori de manera purament conjuntural i especulativa, com una oportunitat i un primer pas cap a àmbits i negocis més rendibles.

Aquesta diferència també marca la necessitat d'una política audiovisual que afavoreixi una tendència o l'altra. De moment, la manca de legislació afavoreix la més especulativa, sobretot en un context en el qual aquestes empreses posen clarament en joc les seves influències, la seva capacitat de pressió política, com un actiu més de les seves possibilitats d'expansió.

### **5.3.3. Televisions locals a tots els municipis: per què no?**

Quan es comenta que a Catalunya hi ha actualment 104

televisions, la reacció més comuna, fins i tot entre els experts, és la de sorprendre's per l'exagerada quantitat de televisions existents. En alguns casos, aquesta reacció va acompanyada d'un rictus de commiseració o d'ironia per una abundància que se sospita insostenible.

La nostra reacció davant d'aquesta xifra és ben diferent: si s'accepten les diverses funcions que es poden atribuir a les televisions locals (d'ordre econòmic, cultural, polític i social) el que ens hauria de sorprendre és que a Catalunya encara hi hagi prop de 800 municipis sense televisió local.

Les dues posicions, la de sorpresa perquè n'hi ha tantes i la de sorpresa perquè n'hi ha tan poques, deriven, en el fons, d'una concepció diferent respecte a la tipologia i les característiques que han de tenir les televisions locals.

Si les televisions locals han de ser una rèplica oportunista de la programació i de les funcions de les televisions d'àmbits territorials superiors (nacional, regional o mundial), aleshores, efectivament, les 104 televisions són una exageració que no caldria protegir, sinó mes aviat reduir. Si, en canvi, es considera que les televisions locals han d'estar formades per una gran diversitat tipològica, adaptada a les condicions de cada localitat (no només demogràfica), aleshores, efectivament, a Catalunya encara existeix un gran buit en aquest sector.

També és cert que a moltes localitats i comarques són uns altres mitjans de comunicació (la ràdio i la premsa) els que compleixen amb aquestes funcions de comunicació de proximitat; però aleshores només ho fan a mitges, perquè es deixa d'utilitzar un dels llenguatges comunicatius bàsics de la nostra societat: el llenguatge televisiu.

La flexibilitat en la conceptualització dels projectes de televisió local i la flexibilitat corresponent en la seva regulació seran condicions bàsiques d'un desenvolupament sostenible i complet del sistema de comunicació a Catalunya.

#### **5.3.4. La televisió pública en l'àmbit local**

La cobertura que de l'espai local fa la televisió, per raons ben òbvies d'economia d'escala, només pot ser garantida plenament, segons diverses formes de participació, pel servei públic.

És cert que hi ha moltes iniciatives privades que actuen en aquest sector i que gestionen les seves televisions amb criteris de proximitat. Però aquesta no és pas la tendència universal. La primera limitació del model privat es troba en

les poblacions més petites, per sota de la línia dels 25.000 habitants. La segona limitació s'observa en la tendència a rendibilitzar les experiències de televisió local a canvi de renunciar a una veritable programació de proximitat.

D'altra banda, cal destacar el gran nombre d'iniciatives de televisió local privada (prop del 70%) que compten amb el suport indirecte del sector públic mitjançant subvencions.

Es pot concloure clarament que sense la iniciativa pública (per gestió directa, gestió indirecta o subvencions) l'experiència de televisions locals a Catalunya no tindria la vitalitat que avui demostra i que la fa pionera a Europa.

Però aquesta participació del sector públic en les televisions locals encara apareix de forma massa poc transparent, tant des del punt de vista del control de les emissores com des del punt de vista de la seva regulació política.

Tot el que haguem pogut dir de la necessitat de reforma del sistema audiovisual públic en els àmbits estatal i autonòmic ho podem repetir, i encara amb més èmfasi, en el sector de les televisions locals: cal una nova regulació, més transparent, més democràtica i més eficaç.

La llista de funcions que proposàvem per a les televisions públiques (29) és aplicable, en gran mesura, a les televisions locals de proximitat, tant pel que fa al que anomenàvem funcions històriques més convencionals com pel que fa a les noves funcions del sistema audiovisual en transformació.

Entre les primeres, destacàvem les funcions de pluralisme i garanties democràtiques; de participació política; de dinamització cultural; d'expressió de la identitat; de control de qualitat de la programació; de creativitat; d'educació; d'equilibri territorial i de desenvolupament econòmic, etc., totes elles aplicables al sector de la comunicació local. Entre les noves funcions, destacàvem el compromís de les televisions públiques amb les noves estratègies de desenvolupament de les comunicacions i, en general, en l'equilibri del sistema de comunicacions a l'era digital, funcions totes elles que també es poden aplicar al sector local.

Cal afegir, però, les funcions específiques de la televisió de proximitat: dinamització de la vida local, culturalment i política; foment de la participació; escola de comunicació i d'innovacions; garantia del llegat històric i cultural; desenvolupament de la producció audiovisual, etc.

### **5.3.5. El control democràtic de les televisions públiques locals**

Tot el discurs sobre la necessitat de reformular les pràctiques de control democràtic de les televisions públiques d'abast nacional també és aplicable al sector de les televisions locals. O, fins i tot, encara ho és més, ja que aquestes televisions no estan sotmeses, com sí que ho estan les televisions públiques nacionals, a la mirada crítica dels mitjans de comunicació.

Les poblacions que opten per una televisió estrictament pública, municipal, s'haurien de dotar de nous mecanismes de control democràtic i independent que evitin el control directe per part de l'equip de govern o de l'alcaldia. En aquests casos, sembla necessari generalitzar la fórmula que ja han aplicat alguns municipis de Catalunya amb la creació dels consells municipals de comunicació, organismes independents que vetllen per la neutralitat política i pel compliment dels corresponents contractes-programa dels mitjans de comunicació municipal.

Les fórmules mixtes, en les quals participen els municipis juntament amb empreses del sector, o les que es regeixen per una participació indirecta del municipi, amb la concessió d'ajuts i subvencions, també s'haurien de sotmetre a aquests procediments de control independent. Cal evitar, en qualsevol cas, que els convenis entre municipis i televisions privades locals es converteixin en fórmules bloquejades d'influència partidista sense possible control ni del ple municipal ni d'altres agents com els consells municipals de comunicació.

### **5.3.6. Cap a un nou sistema multisectorial de televisions públiques a Europa**

Ara bé, aquesta participació del sector públic local, de la administració local, en el sistema televisiu no hauria de considerar-se de forma independent del conjunt del sistema públic de televisió.

I en aquest sentit sembla que tot estigui per construir: no hi ha coordinació efectiva entre les grans televisions públiques europees. A Espanya, fora de la Federació de Televisions Autònòmiques (FORTA), unides per fer front a les estratègies de programació de les grans cadenes, no hi ha una coordinació efectiva entre la televisió pública estatal i les televisions autonòmiques, també públiques. A Catalunya, després de prop de 20 anys, encara no hi ha

coordinació, ni per suposat sinèrgies, entre la TVE a Sant Cugat i TVC a Sant Joan Despí. Les televisions locals públiques no tenen cap estructura estable de cooperació amb la televisió pública catalana: el màxim que s'han fet són contactes bilaterals i alguna reunió de sondeig d'interessos. La falta d'una política integrada de comunicació, especialment del sector públic de televisió a Catalunya és, encara, un assumpte pendent.

I no és només això, sinó que, a més, aquestes televisions públiques competeixen entre si i no sempre de forma justificada. Hi ha una part d'aquesta competència que es refereix a aspectes que podríem dir competencials, relatius a l'autonomia política. Però hi ha un altre nivell de competència no justificable des del punt de vista d'una política democràtica de comunicació: la que s'estableix entre emissores i àmbits de televisió pública únicament en funció dels respectius governs que la tutel·len. Aquesta competència, tan poc creativa, és la que es podria suprimir amb el guiatge d'organismes de control independents.

### **5.3.7. Dues llicències per municipi?**

La legislació actual reconeix el dret a tenir televisions locals tant a la iniciativa pública com a la iniciativa privada. Aquest doble reconeixement, que sembla indiscutible des del punt de vista dels principis d'un sistema de comunicació amb lliure concurrència, topa, finalment, amb dos problemes ben diferents: d'una banda, la inviabilitat de l'existència de dues televisions en els àmbits més reduïts i, de l'altra, la dificultat de mantenir aquesta limitació, de només dues televisions, en els municipis més grans, com és el cas de Barcelona.

Aquesta dualitat, raonable des del punt de vista del legislador que ha de contemplar situacions generals, va perdent sentit a mesura que ens aproximem a localitats més petites, progressivament, per sota dels 25.000 habitants. En aquests casos, sembla que la fórmula més viable serà la de les emissores de caràcter mixt, en les quals el sector públic col·labora amb la iniciativa privada (empreses o entitats culturals).

En tot cas, no tindrà cap sentit la participació del sector públic a escala local si no és per fer televisions compromeses amb les missions de proximitat i sotmeses al control independent de l'òrgan de garanties (consell municipal de comunicació).

### 5.3.8. Fórmules flexibles de viabilitat per a les televisions de proximitat

Les televisions de proximitat, per les mateixes limitacions i dimensions de l'àmbit local, necessiten trobar fórmules de viabilitat que els permetin fer front als costos de producció i de manteniment. Cal tenir en compte, per exemple, que el cost de crear una emissora de televisió local es calcula entre 20 i 25 milions de pessetes i la producció d'una hora de televisió es calcula en unes 250.000 pessetes.

Per fer front a aquestes dificultats, les televisions locals troben els principals camins de sortida següents: ampliar el territori i buscar un mercat sostenible; planificar la redifusió de programes; autolimitar la programació i la producció pròpia en la mesura de la seva audiència; establir estratègies de cooperació, de coproducció, i fins hi tot d'emissió en cadena, amb altres emissores de televisió local; emetre publicitat local o no local, i ser emissores públiques municipals o rebre ajuts del sistema públic municipal.

El legislador ha de comprendre que totes aquestes fórmules poden estar destinades a reforçar les condicions de viabilitat de les televisions locals, i no són, necessàriament, fórmules que tendeixin a difuminar el caràcter de proximitat d'aquestes emissores.

El nostre estudi posa en evidència, per exemple, que un gran nombre de televisions locals a Catalunya (prop del 70 %) no són estrictament locals, sinó que són més aviat supralocals (31,6%), intercomarcals (9,2%), comarcals (14,5%) o, fins hi tot, supracomarcals (6,6%) i intercomarcals (9,2%). Aquest procés d'expansió, que es va incrementant dia a dia, ve determinat per una recerca natural d'audiències i mercats més grans. Però aquesta no és pas l'única raó que pot explicar aquest procés: també cal considerar altres raons geogràfiques, històriques i culturals. Les poblacions de Catalunya constitueixen un teixit de relacions que és el fruit d'una llarga història de múltiples formes d'intercanvi comercial i cultural. Això també determina múltiples formes de veïnatge, d'amistats i de rivalitats, que influeixen sobre la creació dels espais de comunicació local.

Així, per exemple, el veïnatge de grans capitals de comarca determina una especial dinàmica protelevisions locals a les poblacions de l'entorn. Aquestes raons històriques també són les que determinen l'èxit de la televisió d'una població entre les localitats veïnes i l'existència d'un nombre considerable d'emissores supralocals (31,6%).

Quines raons es podrien esgrimir per no respectar o potenciar aquesta complexitat geogràfica?

En tot cas, el marc legislatiu hauria d'incloure clàusules de garantia per tal d'evitar la pèrdua dels valors de proximitat, tot i permetre les diferents fórmules de viabilitat explorades fins al moment per les televisions locals a Catalunya.

### 5.3.9. A què podem denominar televisió local?

Les televisions locals més professionalitzades, amb àmbits d'audiència competitiu, programació estable, capacitat de negociació amb altres emissores per la venda de programes o per la participació en projectes de coproducció, han començat a sentir la necessitat de diferenciar-se (algunes, fins i tot, volen desmarcar-se) de les televisions locals més voluntaristes, amateurs, sense programació regular i amb audiències molt reduïdes o ocasionals.

El reconeixement d'aquesta diferència, que existeix, no s'hauria de traduir en la subestimació, ni molt menys en un oblit legal. Les televisions més petites també tenen un paper important en el seu medi. Cal advertir i recordar que la vara de mesura per a les televisions locals no pot ser, únicament, la de la lògica industrial.

La legislació, si vol respectar i protegir el sector, haurà de considerar totes aquestes diferències evitant la tendència, que sembla imposar-se, de considerar únicament les televisions locals més grans.

Com hem explicat en el capítol dedicat a la tipologia de les televisions locals, també és veritat que cal marcar els límits del que podem qualificar de grau mínim de televisió local (que vindria delimitat per l'existència d'una organització, per la producció pròpia i per la difusió televisiva). Queden fora d'aquest límit algunes experiències de difusió de carrussells textuais com a tota activitat, que formen part de les noves experiències de comunicació local però que no poden de ser considerades televisions mentre no emetin programes televisius pròpiament dits, ni televisions locals si no emeten programes de producció pròpia i de referent local.

### 5.3.10. Cooperació per reforçar la proximitat o encadenament per suprimir-la?

Les televisions locals, tot i aquesta condició de local, no podran sobreviure de manera aïllada, independent, sinó que s'hauran d'anar articulant en formes diverses de cooperació i federació.



Aquest procés, finalment, pot prendre dues direccions contràries: d'una banda, pot avançar cap a un procés d'autodestrucció per la pèrdua d'autonomia i per la manca de voluntat de proximitat; de l'altra, pot orientar-se cap al reforçament i la sostenibilitat d'aquesta funció de proximitat.

Caldrà distingir, doncs, entre dues iniciatives de cooperació ben diferents. Primerament, les que tendeixen a la creació del que podria arribar a ser una tercera cadena generalista, feta de televisions locals que deixen de ser "televisions mirall" de la realitat local pròpia per passar a ser "televisions finestra" que es desconnecten de tant en tant de la programació general per donar alguna referència a l'àmbit local. En segon lloc, les que utilitzen la coproducció o l'intercanvi de programes per reforçar el seu caràcter de proximitat. Aquesta és, per exemple, l'aposta que fa el Circuit de Televisions Locals en fomentar aquest tipus d'intercanvi.

Les emissores que vulguin mantenir la seva condició de proximitat hauran de saber dimensionar el seu temps d'emissió a les possibilitats de producció pròpia de proximitat i a la demanda social d'aquesta mena de programació, però també podran comptar amb la cooperació d'altres emissores amb una mateixa filosofia, completant així la seva programació amb programes de producció aliena però que segueixin criteris de proximitat, inspirats en temes d'interès per a la demanda de continguts de proximitat de la seva audiència.

Les televisions locals de Catalunya ja ens ofereixen alguns exemples d'aquesta modalitat, com ara les informacions del temps, els reportatges sobre activitats econòmiques de cada comarca (indústria, ramaderia, agricultura, oci), les festes majors, l'alimentació, el medi ambient, la política local, etc., però també la política catalana, espanyola o europea, tot tractat des del punt de vista local.

Les televisions locals federades o en cooperació també es volen protegir amb la difusió d'alguns programes especials en cadena, programes que no són estrictament de proximitat però que estan produïts amb la finalitat de donar suport a la programació de producció pròpia de les televisions locals.

De moment, aquestes inclusions es produeixen de forma autoregulada i ocupen, en les televisions que opten més clarament pel model de proximitat, un percentatge reduït en el conjunt de la seva programació. En el futur els límits d'aquestes inclusions haurien de formar part de la regulació de les televisions locals, amb mesures concretes com, per

exemple, la impossibilitat de superar, en cap cas, el 30% del total de la programació amb aquests programes, així com l'obligació de mantenir els períodes de màxima audiència del migdia i del vespre amb la programació de producció pròpia.

### **5.3.11. Programació: garantir la proximitat**

L'anàlisi de la programació de les televisions locals a Catalunya ens ha permès constatar la dominant informativa del mitjà i l'ús sistemàtic de la redifusió, dos elements que cal preservar per enfortir el caràcter de televisió de proximitat i d'adequació de l'oferta a la capacitat de producció de cada localitat i a la demanda objectiva de comunicació.

El nostre estudi ha pogut comprovar que la informació és l'estrella de la programació de les televisions locals. Aquest fet seria irrellevant si no anés acompanyat de la condició local dels seus continguts. S'ha de continuar garantint aquest component dels continguts informatius per fer de les televisions locals autèntics canals d'informació de proximitat. Això permetrà mantenir aquestes televisions com a oferta alternativa a la comunicació audiovisual de caràcter general i global procedent de les televisions generalistes o de les temàtiques via satèl·lit, cable i plataformes de televisió digital terrestre. La informació que els ciutadans troben a les televisions locals no es pot trobar a cap altre televisió. Ahora, aquests canals d'informació local permeten la participació directa dels actors socials, del ciutadans comuns, com a protagonistes de la informació, sense que hagin de fer les demostracions emocionals que requereixen quasi inexcusablement les televisions generalistes per a la presència dels ciutadans comuns.

La redifusió de la programació s'està consolidant com un procediment de posada en antena molt adient per a la televisió local, perquè permet mantenir una pràctica programàtica alternativa i complementària de les televisions d'àmbit superior. També augmenta les oportunitats de contacte amb el públic, tot facilitant la combinatòria de continguts locals i globals en funció de les disponibilitats de l'audiència. És, en conseqüència, una forma de rendibilitzar l'esforç de producció pròpia i hauria de ser un procediment d'ús preferent en comptes del farciment de la graella amb produccions alienes o d'altres canals globals allunyats de la lògica de proximitat que ha de presidir l'activitat de les televisions locals. D'altra banda, la pràctica de la redifusió permet mantenir un llindar mínim d'emissions que

garanteixin la fidelitat de l'audiència, equilibrant-la amb la capacitat de producció de cada localitat.

### **5.3.12. Com s'han d'afrontar els canvis tecnològics?**

En l'horitzó de la televisió local hi ha molts reptes derivats de les innovacions tecnològiques. El primer es refereix a la digitalització dels equips de producció. Com hem vist en l'apartat d'aquest estudi dedicat a la tecnologia, les televisions locals han encetat el procés de substitució de la tecnologia analògica per la digital. L'evolució de costos i prestacions dels equips digitals és molt favorable a una renovació dels recursos productius que augmenti la versatilitat i la qualitat d'imatge i deixi enrera la configuració tecnològica eclèctica que ha caracteritzat les televisions locals al llarg de la seva història. Aquest canvi ha de repercutir en una millora generalitzada de la qualitat de les produccions des del punt de vista tècnic.

La digitalització de la difusió no s'ha pogut encetar. Tot i que la televisió digital terrestre (TDT) ja ha estat regulada a l'Estat espanyol i estan operatives ofertes de TDT de freqüència única per a tot el territori de l'Estat, el govern central no ha complert el seu propi calendari d'establiment del pla de freqüències que permeti a les comunitats autònomes la regulació i posterior concurs per a l'obtenció de llicències de TDT d'àmbit autonòmic amb desconnexions a les quals puguin concórrer les televisions locals. Aquesta circumstància impedeix que les televisions locals puguin plantejar-se una migració efectiva de l'analògic al digital. Un cop més, l'absència de regulació es posa en contra d'un desenvolupament integral de la televisió local. La TDT obre oportunitats noves a la televisió local, que podrà transferir a aquest suport la seva experiència de canalització de la participació ciutadana. En aquest sentit, la capacitat de la TDT per suportar serveis interactius obre un camp d'experimentació social per generar serveis de valor afegit directament connectats amb la demanda social, un camp en el qual les televisions locals tenen un ampli bagatge.

Finalment, pel que fa a la TDT, sembla evident que hi ha algunes limitacions d'espectre per satisfer la demanda potencial d'emissores de TDT de cada municipi. Això pot estimular la constitució de cobertures territorials no coincidents amb els municipis (són unes opcions que ja s'han dibuixat en el panorama de les televisions locals catalanes, com queda certificat en aquest treball).

El cable de banda ampla també es troba en l'horitzó de les televisions locals com una opció de difusió. Però aquesta infraestructura s'està implantant amb una extraordinària lentitud. A més a més, la seva implantació és asimètrica territorialment, malgrat l'encertada configuració de demarcacions que va establir el regulador a Catalunya per evitar-ho. Tot plegat fa que el cable no es pugui contemplar com l'única via de difusió per a la televisió local. Això no vol dir que renunciï a la seva utilització, ans al contrari: s'ha de garantir que les televisions locals formin part del paquet bàsic dels cableoperadors en cada territori, aplicant una norma de must carry

### **5.3.13. Publicitat: per què no?**

Les televisions locals a Catalunya es financen, principalment, gràcies a la contribució pública i a la publicitat. Resulta una evidència inqüestionable que sense les subvencions el fenomen no tindria les dimensions ni la importància que té. Però no és menys cert que el 69% de les estacions obté ingressos per publicitat i que dues terceres parts d'aquestes estacions aconseguen cobrir més de la meitat del seu pressupost amb aquesta font d'ingressos. I encara més: un 36% obté entre un 75% i un 100% dels seus ingressos d'aquesta font.

És evident que existeix un mercat publicitari per a la televisió local, tal com constatem en l'estudi, i no trobem cap argument que pugui justificar l'exclusió d'aquesta activitat com a font de finançament. Al contrari, en el context d'un sistema d'economia de mercat, l'activitat econòmica i el comerç és indestriable de la publicitat (i no cal que recordem la centralitat de la televisió com a mitjà publicitari). Doncs bé, l'existència del recurs publicitari contribueix al dinamisme econòmic dels territoris i coopera efectivament per assolir un desenvolupament més equilibrat. En definitiva, si no es permet fer publicitat a les televisions locals, el comerç i la indústria local han de prescindir de l'ús d'aquest instrument tan efectiu de promoció, perquè ni els seus pressupostos ni els seus objectius els permeten accedir als espais publicitaris de les televisions d'abast general. En aquest sentit, l'activitat publicitària de les televisions locals és, a més a més, gairebé un servei públic, un servei social, que contribueix a facilitar el dinamisme econòmic local i el desenvolupament més equilibrat del territori.

#### **5.3.14. L'alegalitat de les televisions locals: testimoni de les mancances de la política de comunicació**

L'alegalitat a la qual estan sotmeses les televisions locals (analitzada en el capítol 4: "Polítiques de comunicació i ordenament jurídic") posa en evidència les grans mancances de les polítiques de comunicació a Catalunya i a Espanya en els darrers 20 anys.

Aquesta alegalitat ha impedit la consolidació de molts projectes de televisió de proximitat i, sobretot, ha impedit el desenvolupament d'una política integrada de televisió en els diferents nivells (local, comarcal, nacional), especialment pel que fa al sector públic.

Per descomptat, l'alegalitat ha acabat tenint algun aspecte positiu: ha evitat la imposició, més que probable, d'una regulació contrària als interessos de les televisions locals de proximitat. L'alegalitat i la tolerància corresponent han permès que les televisions locals s'anessin autoregulant, tot beneficiant-se dels factors espontanis de creixement. Citem només dos exemples: la presència de publicitat (prohibida a molts esborranys de llei per a les televisions locals) o la mateixa territorialitat, supralocal, ja esmentada abans.

Aquestes experiències haurien de servir per evitar una legislació rígida que no sàpiga respondre al grau de diversitat que avui caracteritza les televisions locals catalanes. La legislació hauria d'evitar, per exemple, una regulació que imposi els mateixos criteris a emissores que emeten per a poblacions tan diferents com les que tenen més de 2 milions d'habitants, les que en tenen 50.000 o les que amb prou feines arriben als 5.000 habitants.

Aquesta legislació pot adoptar, en grans línies, dues tendències contraposades: una, que afavoreixi els interessos de les grans cadenes, que veuen en l'àmbit local l'oportunitat de crear xarxes de "televisions finestra"; l'altra, que tendeixi a protegir la dimensió de proximitat de les televisions locals.

Per descomptat que la segona tendència és la que aquí considerem més adequada, en sintonia amb la història del moviment de televisions locals catalanes dels darrers 20 anys.

La legislació, per tant, haurà d'establir les regles del joc perquè sigui possible el compliment del que podem denominar missió de proximitat, relativa a aspectes d'identitat cultural, dinàmica econòmica de la regió, participació

democràtica, programes educatius, memòria històrica, etc.

I això s'haurà de concretar en la regulació de diversos aspectes relatius a la producció i la programació: mínims de producció pròpia, reserva d'espai a les franges horàries de màxima audiència per a la producció pròpia de proximitat, limitacions a la programació en cadena, màxims de publicitat no local, etc. Però també a diversos aspectes relatius al pluralisme, com ara els límits a la concentració de capital i a la propietat de televisions locals per part d'una mateixa empresa.

Finalment, una constatació: la manca d'autonomia de Catalunya en el sector de les comunicacions ha afectat i afecta greument el desenvolupament del sector de les televisions locals. Catalunya va tenir prou força política per obtenir l'autonomia de la seva televisió autonòmica, però no l'ha tingut, o no li ha semblat oportú exercir-la, en les televisions locals. Potser és culpa de la interpretació errònia que aquestes televisions podrien representar una competència no desitjable per a la televisió pública nacional.

De la nostra recerca podem concloure que les televisions locals són un mitjà clau del sistema comunicatiu, que mereixen una política que els permeti la plena normalització i integració en el sistema comunicatiu català.

Sembla evident que la importància del fenomen queda prou demostrada i que el principal perill per a la seva viabilitat pot estar tant en la manca d'un marc legal definitiu com en una nova legislació que no garanteixi la continuïtat de les experiències de comunicació de proximitat.

Cal garantir, per tant, una legislació capaç de facilitar el desenvolupament del sector amb criteris de viabilitat i que contempli la seva rendibilitat social i cultural, i no només la industrial i econòmica. Una legislació, doncs, que pensi en el conjunt de l'experiència i no únicament en aquelles emissores que ja tenen el suport de les empreses de comunicació interessades en el sector.

També des d'aquest punt de vista, el de les televisions locals de proximitat, sembla del tot necessària i urgent una nova legislació sobre l'audiovisual a Catalunya.

#### **Nota**

29. MORAGAS, M. de; PRADO, E. La televisió pública a l'era digital. Pòrtic. Barcelona. 2000.

## 6. Fonts consultades

### 6.1. Bibliografia

Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1997-1998. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona. 1999.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Informe sobre la revisió del model de televisió local a Catalunya. Document marc, del 6 de setembre. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona. 2001.

Federació de Televisions Locals de Catalunya. Deu anys de Federació de Televisions Locals de Catalunya. Federació de Televisions Locals a Catalunya. Granollers. 1994.

MORAGAS, M. de. Espais de Comunicació. Experiències i Perspectives a Catalunya. Edicions 62. Barcelona. 1988.

MORAGAS, M.de; COROMINAS, M. Local communication in Catalonia. Diputació de Barcelona. Barcelona. 1988.

MORAGAS, M. de; GARITAONANDIA, C; LÓPEZ, B (eds.) Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona. 1998.

MORAGAS, M.de; PRADO, E. La televisió pública a l'era digital. Portic/Centre d'Investigació de la Comunicació. Barcelona. 2000.

MORAGAS, M. de; RECODER, M. J.; CORBELLA, J. M. (eds.) Primeres Jornades de Mesocomunicació a Catalunya. Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona. 1984.

PRADO, E. Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo. Editorial Mitre. Barcelona. 1983.

PRADO, E. "Radios Municipales, una experiencia de comunicación popular", a Alfoz, n. 11, Madrid, Madrid, CIDUR, pàg. 43-49. 1984.

PRADO, E. "Televisión comunitaria en Cataluña", a Telos, nº2, juny-juliol, Madrid, Fundesco, pàg.53-58.1985.

PRADO, E; MORAGAS, M. de. Televisiones locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana. Col·legi de Periodistes/Mancomunitat de Municipis de Barcelona. Barcelona. 1991.

### 6.2. Legislació

Decret 320/1996, d'1 d'octubre, de regulació del règim jurídic de les televisions locals per ones terrestres [DOGC 14/10/1996].

Decret 111/1998, de 12 de maig, pel qual es modifica el Decret 320/1996, d'1 d'octubre, de regulació del règim jurídic de les televisions locals per ones terrestres (DOGC 19/05/1998)

Decret 295/2000, de 31 d'agost, pel qual es desenvolupa el dret a la informació dels usuaris dels serveis de televisió [DOGC 07/09/2000].

Llei 25/1994, de 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinació de disposicions legals, reglamentaries

i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva [BOE 13/07/1994].

Llei Orgànica 14/1995, de 22 de desembre, de publicidad electoral en emisoras de televisión local por ondas terrestres [BOE 27/12/1995]

Llei 41/1995, de 22 de desembre, del Parlament espanyol, de Televisió Local per Ones Terrestres. [BOE 27/12/1995]

Llei 66/1997, de 30 de desembre, de Mesures Fiscals, Administratives i d'Ordre Social [BOE 31/12/1997]

Projecte de Llei de Modificació de la Llei 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres [BOGC 17/02/1997].

Reial Decret 2169/1998, de 9 d'octubre, per al qual s'aprova el Pla Técnico Nacional de la Televisió Digital Terrenal. [BOE 16/10/1998]

Resolució del 21 de juny de 1999, de la Secretaria General de Comunicacions, per la qual es fa públic l'acord del Consell de Ministres de l' 11 de juny de 1999, per el qual s'habilita las entitats gestores del servei públic essencial de televisió per a que prestin el servei de televisió digital terrenal segons els termes establerts a la disposició transitoria primera del Reial Decret 2169/1998, de 9 d'octubre, pel qual s'aprova el Pla Técnico Nacional de la Televisió Digital Terrenal [BOE 21/07/1999].

### 6.3. Webs

Canal Local Català (CLC):  
<http://www.tvterrasa.com/clc>

Circuit de Televisions Locals de Catalunya (CTVL):  
<http://www.ctvl.org>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC):  
<http://www.audiovisualcat.net>

Consorti de la Comunicació Local (CCL):  
<http://www.consorcicomunicaciocal.com>

Direcció General de Radiodifusió i Televisió (DGRTV):  
<http://www.gencat.es/dgrtv>

Intra-ACN (Agència Catalana de Notícies):  
<http://www.noticies.net>

Observatori de la Comunicació Local (OCL):  
<http://www.blues.uab.es/incom/ocl>

Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Ministerio de Ciencia y Tecnología (SETSI):  
<http://www.setsi.mcyt.es>

Televisions Locals de Catalunya (TLC):  
<http://www.xarxabcn.net/tlc>

# Annex. Mapa i inventari de les televisions locals a Catalunya (2001)

Televisions locals a Catalunya, 2001



Font: Inventari InCom-OCL de televisions locals a Catalunya (2001)

**1. Aitona**

Aitona TV  
Carrer Major, 6  
Ajuntament d'Aitona  
Aitona  
Telèfon: 973 79 40 10  
Fax: 973 79 45 00  
Director: Josep Lluís Prim

**2. Alcanar**

TV Alcanar  
Pl. del Mercat (Alts)  
43530 Alcanar  
Telèfon: 977 73 01 20 / 977 73 21 42  
Fax: 977 73 01 20  
Director: Andreu Carapuig

**3. Alcarràs**

Segrià Televisió  
Passeig del Riu, s/n  
25180 Alcarràs  
Telèfon: 973 79 11 46  
Fax: 973 79 10 66  
E-mail: stv@segriatv.com  
Web: www.segriatv.com  
Director: Josep Gòdia

**4. Ametlla de Mar**

TV de l'Ametlla de Mar  
C/ de Sant Joan, 55 2n 1a  
(Ajuntament)  
43860 L'Ametlla de Mar  
Telèfon: 977 49 30 07 / 977 49 37 54  
Fax: 977 45 68 38  
Director: Francesc Callau

**5. Amposta**

Visió 3 - Terres de l'Ebre  
C/ de Lleida, 5  
43870 Amposta  
Telèfon: 977 70 42 24  
Fax: 977 70 42 24  
Director: Lázaro Navarro

**6. Arenys de Munt**

RTV Arenys de Munt  
Plaça de l' Església, 5 2n  
08358 Arenys de Munt  
Telèfon: 937 93 87 87  
Fax: 937 93 94 38  
E-mail: radioarenysdemunt@teleline.es  
Director: Jordi Soler

**7. Argentona**

Televisió d'Argentona, TVA  
Carrer del Molí, 21 (part alta)  
08310 Argentona  
Telèfon: 937 97 10 70  
Fax: 937 97 10 70  
Director: Jose M<sup>a</sup> Carballes Formiga

**8. Artés**

Ràdiotelevisió Municipal d'Artés  
C/ de la Barquera, 41  
08271 Artés  
Telèfon: 938 30 58 51  
Fax: 938 20 20 49  
E-mail: artes@diba.es  
Director: Antón Ruvira

**9. Ascó**

Vídeo Ascó Televisió  
C/ de l'Estudi, 5  
43791 Ascó  
Telèfon: 977 40 53 14  
Fax: 977 40 53 14  
E-mail: vat.asco@altanet.org  
Director: Ernesto Franquet

**10. Badalona**

Televisió Badalona  
Carrer del Mar, 20 1r  
08911 Badalona  
Telèfon: 933 84 24 49  
Fax: 934 64 20 99  
E-mail: rcb@rcb.es  
Web: www.badalonacom.com  
Director: Esther Marqués

**11. Bagà**

TV Bagà  
Telèfon: 938 24 40 13  
Fax: 938 24 45 02  
Director: Josep María Barrabés

**12. Banyoles**

TV Banyoles  
Carrer de Pare Claret. 2n entl.  
17820 Banyoles  
Telèfon: 972 58 11 12  
Fax: 972 58 35 28  
E-mail: banyolestv@ctv.es  
Director: Joaquim Fusté

### 13. Barcelona

BTV - Barcelona Televisió  
Via Laietana, 48 A  
08003 Barcelona  
Telèfon: 933 19 00 66  
Fax: 933 19 09 64  
E-mail: [btv@barcelonatv.com](mailto:btv@barcelonatv.com)  
Web: [www.barcelonatv.com/](http://www.barcelonatv.com/)  
Director: Joan Tapia

Flaix TV  
Carrer del Bruc, 140  
08037 Barcelona  
Telèfon: 934 76 68 90  
Fax: 934 76 68 91  
Web: [www.flaix.tv](http://www.flaix.tv)  
Director: Ferran Cera

City TV Barcelona  
Avinguda Diagonal, 477  
08036 Barcelona  
Telèfon: 932 70 47 00  
Fax: 932 70 47 01  
Web: [www.citytvweb.com](http://www.citytvweb.com)  
Director: Jordi Orozco

### 14. Berga

Canal Berguedà  
Plaça de Sant Pere, 1  
08600 Berga  
Telèfon: 938 22 15 02  
Fax: 938 22 26 15  
Web: [www.personal.redestb.es/tvbergueda](http://www.personal.redestb.es/tvbergueda)  
Director: Josep Maria Salat

### 15. Blanes

TV Blanes  
Avinguda de la Pau, 4  
17300 Blanes  
Telèfon: 972 35 17 17  
Fax: 972 35 20 68  
E-mail: [rtvb@rtvb.net](mailto:rtvb@rtvb.net)  
Director: Eva Palau

### 16. Borredà

Borredà-TV Local  
Pl. Major, 14  
08619 Borredà  
Telèfon: 938 23 91 51  
Fax: 938 23 92 23  
Director: Joan Roma

### 17. Breda

TV Breda  
Centre Cívic de Breda  
Avgda. De Catalunya, cal Batlle  
(Zona Esportiva)  
17400 Breda  
Telèfon: 972 21 52 27 / 972 16 04 90  
Fax: 972 21 52 27  
E-mail: [Eikonvid@teleline.es](mailto:Eikonvid@teleline.es)  
Director: Antoni Marin

### 18. Cabriils

TV Cabriils  
Telèfon: 937 56 08 44  
Director: Xavier Duatis

### 19. Cadaqués

Cadaqués Televisió  
Ctra. de Port Lligat  
Zona Saguada  
17488 Cadaqués  
Telèfon: 972 25 88 33  
Director: Ramón Martín

TV Cadaqués  
Ajuntament de Cadaqués  
C./ de Silvi Rahola, 2  
17488 Cadaqués  
Telèfon: 972 25 82 00  
Fax: 972 25 80 14

### 20. Caldes de Montbui

TV Caldes - Canal 54  
Carrer del Rector J. Alemany, 12  
08140 Caldes de Montbui  
Telèfon: 938 65 46 73  
Fax: 938 65 46 73  
Director: Francesc Bartemeu

### 21. Calella

Calella TV  
Fàbrica Llobet Guri s/n  
08370 Calella  
Telèfon: 937 66 21 52  
E-mail: [tv@calella.com](mailto:tv@calella.com)  
Director: Josep Mata

### 22. Camprodon

TV Camprodon  
Ajuntament de Camprodon



Pl. d'Espanya, 1  
17867 Camprodon  
Telèfon: 972 74 00 05  
Fax: 972 13 03 24  
E-mail: camprodon@ddgi.es

### 23. Cardedeu

RTV Cardedeu  
Av. de Jaume Morató, s/n  
08440 Cardedeu  
Telèfon: 93 846 15 02  
Fax: 93 871 32 11  
Director: Joan Grifóls i Balaguer

### 24. Cardona

TV Cardona  
Plaça de la Fira, 1  
08261 Cardona  
Telèfon: 938 69 21 09  
Fax: 938 69 21 09  
E-mail: tv@decardona.com  
Director: Jordi Santasusagna Davins

### 25. Castell-Platja d'Aro

TV Costa Brava  
Ctra. de Sant Feliu, 228 - S'Agaró  
17248 Castell - Platja d'Aro  
Telèfon: 972 82 08 04  
Fax: 972 32 70 61  
E-mail: tvcb@ddgi.es  
Director: Manel Rius

### 26. Centelles

TV Centelles  
Carrer Vic, 23  
08540 Centelles  
Telèfon: 938 81 03 51  
Fax: 938 81 13 21  
Director: Pere Riera Morell

### 27. Cornellà de Llobregat

Aquí TV  
Passeig dels Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, 117, despatx 7  
08940 Cornellà de Llobregat  
Telèfon: 934 74 01 02  
Fax: 934 74 42 00  
E-mail: aqui@aquibaix.com  
Director: Ruth Tormo

### 28. El Vendrell

Televisió El Vendrell  
Ctra. de Santa Oliva, 17  
43700 El Vendrell  
Telèfon: 977 66 66 02  
Fax: 977 66 65 30  
E-mail: televisio@elvendrell.net  
Director: Ana Alcalà

### 29. Esplugues de Llobregat

Esplugues TV  
Mn. Cinto Verdaguer, 14  
08950 Esplugues de Llobregat  
Telèfon: 933 72 91 00  
Fax: 933 72 54 51  
E-mail: etv@periodistes.org  
Web: www.espluguestv.com  
Director: Frederic Cano

### 30. Falset

Radiotelevisió Falset  
Plaça de la Quartera, 6  
4730 Falset  
Telèfon: 977 83 00 44 / 977 83 10 86  
Fax: 977 83 06 68  
Web: www.falset.net  
Director: Josep Muntaner

### 31. Figueres

Televisió de Figueres-Alt Empordà  
Rector Aroles, 4  
17600 Figueres  
Telèfon: 972 50 01 57  
Fax: 972 67 33 37  
E-mail: tvf@speedcom.es  
Web: www.tvfigueres.com  
Director: Sebastià Pou

### 32. Gavà

Gavà Televisió  
Guifré el Pilós, 4  
08850 Gavà  
Telèfon: 936 38 19 90  
Fax: 936 38 06 32  
E-mail: gavatv@aj-gava.es  
Web: www.gavatv.com  
Director: Joan Vila

### 33. Gelida

Gelida TV  
Telèfon: 937 79 24 21 / 937 79 01 00  
Director: Amadeu Armengol

#### 34. Girona

Canal 1 Televisió de Girona  
Carrer de Barcelona, 42  
17002, Girona  
Telèfon: 972 22 11 11  
Fax: 972 21 90 69  
E-mail: Tvgi-apro@hotmail.com  
Web: www.ajuntament.gi/lestacio/miraquep  
Director: Josep Ignasi Avilés

#### 35. Godall

Televisió Local de Godall  
C/ de la Mare Teresa Blanch, 8  
43516 Godall  
Telèfon: 977 73 81 26  
Fax: 977 73 82 46  
E-mail: coop.godall@retemail.es  
Director: Josep M. Simó

#### 36. Granollers

Granollers TV  
C/ de Torras i Bages, 15  
08400 Granollers  
Telèfon: 938 60 07 20  
Fax: 938 60 07 21  
E-mail: rtv.granollers@jet.es  
Director: Josep M. Puigvert

#### 37. Igualada

Anoia TV  
Ateneu Igualadí  
Carrer de Sant Pau, 9  
08700 Igualada  
Telèfon: 938 07 80 81

Televisió Igualada  
C/ de Margarides, 5  
08007 Igualada  
Telèfon: 938 05 08 22  
Fax: 938 04 52 19  
E-mail: tvi@intercom.es  
Director: Xavier Pérez

#### 38. L'Escala

TV L'Escala  
Telèfon: 972 77 28 94  
Fax: 972 77 28 94  
Director: Miquel Pagés

#### 39. L'Hospitalet de Llobregat

Canal Inf'HO  
Plaça Francesc Macià 25-29  
08902 L'Hospitalet de Llobregat  
Telèfon: 932 972 728  
Fax: 932 97 28 27  
e-mail: tv@tvhospitalet.com  
web: www.tvhospitalet.com  
Directora: Margarida Baró

Canal 25 TV  
Carrer de Clotet, 7-9 baixos  
08902 L'Hospitalet de Llobregat  
Telèfon: 933 31 56 41  
Fax: 933 31 56 76  
Director: Ferran Varona

#### 40. La Granada

La Granada TV  
C/ de les Eres, 29  
08792 La Granada  
Telèfon: 654 22 71 50 / 649 83 64 43  
E-mail: lagranadatv@mixmail.com  
Web: connect.to/lagranadatv  
Director: Josep Maria Colomer

#### 41. La Palma de Cervelló

TV de la Palma  
Ajuntament de La Palma  
C./ de Sant Cristòfol, s/n  
09756 La Palma de Cervelló  
Telèfon: 936 83 40 19  
Director: Ricard Pascual

#### 42. La Selva del Camp

Televisió La Selva  
C/ de Tarragona, 10  
43470 La Selva del Camp  
Telèfon: 977 84 48 08  
Fax: 977 84 41 42  
E-mail: tlaselva@datalogic.es  
Director: Joan Vilà

#### 43. La Sénia

Televisió La Sénia  
Carrer de Tortosa, 1  
43560 La Sénia  
Telèfon: 977 71 30 00  
Fax: 977 57 01 68  
E-mail: mfonellosa@senia.altanet.org  
Director: Miquel Fonellosa

**44. Lleida**

Lleida Televisió  
Carrer del Riu, 6  
25007 Lleida  
Telèfon: 937 72 51 93  
Fax: 937 22 46 88  
Director: Joan Cal

Carrer de Pere Aldavert, 4  
08230 Matadepera  
Telèfon: 937 30 01 32  
Fax: 937 30 06 00  
Director: Libert Badal

**45. Llinars del Vallès**

RTV Llinars  
C/ d'Enric Prat de la Riba, 17  
08450 Llinars del Vallès  
Telèfon: 938 41 07 95 / 636 10 25 40  
Fax: 938 41 28 14  
Director: Tomas Nogueras

**50. Mataró**

Televisió de Mataró  
Carrer de Colom, 69  
08301 Mataró  
Telèfon: 937 55 11 12 / 937 90 40 71  
Fax: 937 90 60 70  
E-mail: direccio@tvmataro.com  
Web: www.tvmataro.com  
Director: Josep Lluís Lligonya

**46. Malgrat de Mar**

TV de Malgrat  
Apartat de correus 112  
08380 Malgrat de Mar  
Telèfon: 937 61 17 78  
Fax: 937 65 42 91  
Director: Obdulia Cuatrecases

**51. Moià**

TV Moià  
Plaça de Sant Sebastià, 5  
08180 Moià  
Telèfon: 938 30 08 64  
Director: Juanjo Martín

**47. Manresa**

TV Manresa  
Pl. de Fius i Palà, 1, esc. Esq. 3r 2a  
08240 Manresa  
Telèfon: 938 75 13 31  
Fax: 938 75 14 34  
Director: Jordi Luque

**52. Molins de Rei**

TV Molins  
Plaça del Mercat, 4  
08750 Molins de Rei  
Telèfon: 936 68 08 45  
Fax: 936 68 52 11  
E-mail: vbipass@cataloniamail.com  
Director: Miquel Armengol

Canal Bages  
Pl. de Fius i Palà, 1, esc. Esq. 3r 2a  
08240 Manresa  
Telèfon: 938 75 13 31  
Fax: 938 75 14 34  
Director: Jordi Luque

**53. Mollet del Vallès**

Televisió de Mollet  
Rambla Nova, 8  
08100 Mollet del Vallès  
Telèfon: 935 93 01 30 / 629 93 23 62  
Fax: 935 93 01 30  
E-mail: joseprebull@tvmollet.com  
Web: www.tvmollet.com/  
Director: Josep Rebull

**48. Masquefa**

Masquefa Televisió S.L.  
C/ de Sant Antoni, 1 1r  
08027 Masquefa  
Telèfon: 937 72 81 09  
Director: Paolo Perenette

Canal Mollet  
Mollet Comunicació, S.L.  
Canal Mollet  
Av. Jaume I, 32, 6è  
08100 Mollet del Vallès  
Telèfon: 935 71 95 00  
Fax: 935 71 95 09  
E-mail: molletcom@lamalla.net  
Director: Ana Maria Vallcorba

**49. Matadepera**

Matadepera TV  
Patronat Municipal de Cultura

**54. Móra la Nova**

Tele Masos  
Ateneu Cultural, s/n  
43770 Móra de la Nova  
Telèfon: 977 40 24 03  
Fax: 977 40 32 34  
E-mail: eblanch@tinet.org  
Web: www.terra.es/personal3/asesor.blanch  
Director: Ernest Blanch

43593 Paüls  
Telèfon: 932 37 15 42 / 977 49 22 10  
Fax: 977 49 22 10 / 932 17 34 73  
Director: Isidre Gracià

**55. Mura**

Mura RTV  
Centre Civic La Fàbrica  
C./ de la Montanya, 19  
08279 Mura  
Telèfon: 938 74 39 01  
Fax: 938 31 72 26  
Director: Josep Miravet

**61. Piera**

Piera TV. PTV  
C/ de Folch i Torras, 32  
08784 Piera  
Telèfon: 937 72 93 27 / 689 52 83 89  
Fax: 937 76 09 51  
Director: Miquel Jové

**56. Navas**

Canal N-TV Navas  
Plaça de l'Ajuntament, 8, 3r 2n  
08670 Navas  
Telèfon: 938 39 12 36 / 938 20 47 85  
Fax: 938 39 12 36  
Director: Albert Obradors

**62. Pobla de Claramunt**

TV Pobla  
Ajuntament de la Pobla de Claramunt  
Av. De Catalunya, 16  
08787 La Pobla de Claramunt  
Telèfon: 938 08 71 27  
Fax: 938 08 61 06  
E-mail: tvp@ole.com  
Director: Josep Eloi Coromines

**57. Olot**

Olot Televisió  
Plaça del mig s/n  
17800 Olot  
Telèfon: 972 26 83 62  
Fax: 972 26 13 57  
Web: www.garrotxa.net/olotv  
Director: Francesc Rubió

**63. Reus**

TV Reus  
C./ de Sant Jaume, 29  
43201 Reus  
Telèfon: 977 31 82 11  
Fax: 977 31 82 11  
Director: Xavier Pastor  
  
Canal Reus TV  
Centre Internacional de Negocis,  
Camí de Valls, 81-87  
Reus  
Telèfon: 977 30 05 09  
Fax: 977 30 05 99  
Director: Xavier Bas i Sarrà

**58. Palafrugell**

TV Festes de Primavera  
Telèfon: 972 30 42 12  
Director: Grup de Festes

**64. Riba-Roja d'Ebre**

TV Riba-Roja d'Ebre  
Ajuntament de Riba-roja d'Ebre  
Pl. De la Vila, 1  
43790 Riba-Roja d'Ebre  
Telèfon: 977 41 60 03  
Fax: 977 416404  
Director: Francesc Garrido

**59. Palamós**

TV Palamós  
C/ de Sta. Bàrbara, 5  
17230 Palamós  
Telèfon: 972 31 59 88  
E-mail: tvpalam@teleline.es  
Director: Miquel Figueres

**60. Paüls**

TV Paüls  
Plaça Major, 11

**65. Ripoll**

Televisió del Ripollès  
C/ de Núria, 10

17500 Ripoll  
Telèfon: 972 70 33 52  
Fax: 972 70 33 52  
Director: Eudald Teixidor

43540 Sant Carles de la Ràpita  
Telèfon: 977 74 45 50  
Fax: 977 74 28 04  
Director: Julio González

#### 66. Roquetes

Canal 21  
Carrer de Hierro Labèrnia, 2 baixos  
43520 Roquetes  
Telèfon: 977 58 04 21  
Fax: 977 58 00 40  
E-mail: canal21tv@readysoft.es  
Director: Xavier Braña

#### 67. Roses

TV Roses  
Carrer de la Pujada del Puigrom, 9  
17840 Roses  
Telèfon: 972 15 17 44  
Fax: 972 15 19 74  
E-mail: tvroses@ddgi.es  
Director: Enric Badosa

#### 68. Rubí

Canal 10 - TVRubí  
Carrer de Marconi, 8  
08191 Rubí  
Telèfon: 935 88 45 07  
Fax: 935 88 52 98  
E-mail: canal10@eresmas.com  
Director: David Osuna

#### 69. Sabadell

Canal 50 - TV de Sabadell  
Carrer de Pere Rodes, 2  
Oficines i redacció  
08201 Sabadell  
Telèfon: 937 24 04 34  
Fax: 937 26 98 75  
Director: Nicola Pedrazzoli

#### 70. Sant Andreu de Llavaneres

RTV Llavaneres  
Pl. de la Vila, 1 2n  
08392 Sant Andreu de Llavaneres  
Telèfon: 93 795 28 58  
Fax: 93 795 25 58

#### 71. Sant Carles de la Ràpita

Ràpita TV  
Sant Isidre, 15

#### 72. Sant Cugat del Vallès

Televisió Sant Cugat  
C/ d' Anselm Clavé, 20, 1r 5a  
08190 Sant Cugat  
Telèfon: 935 89 53 66  
Fax: 935 89 53 60  
E-mail: tvsantcugat@hotmail.com  
Web: www.tvsantcugat.com  
Director: Romà Ventura

#### 73. Sant Esteve de Sesrovires

Tele Sesrovires - TV 10  
Pl. de la Vila, 7 baixos  
08635 Sant Esteve de Sesrovires  
Telèfon: 937 71 47 61  
Fax: 937 71 47 86  
E-mail: rtv10@infonegocio.com  
Director: Joan Pomar

#### 74. Sant Fost de Campsentelles

Canal Cent TV  
Plaça de la Vila, s/n  
08105 Sant Fost de Campsentelles  
Telèfon: 935 70 61 66  
Fax: 935 79 69 82  
E-mail: canal100tv@cfdti.com  
Director: Joan Santjoan

#### 75. Sant Pere de Ribes

Televisió de Ribes  
Carrer del Pi, 25  
08810 Sant Pere de Ribes  
Telèfon: 938 96 29 19  
Fax: 938 96 73 01

#### 76. Sant Pere de Torelló

Sant Pere Televisió (SPTV)  
C./ de Verdaguer, 18  
08752 Sant Pere de Torelló  
Telèfon: 938 58 40 24  
Fax: 938 50 91 30  
Director: Joan Guix

#### 77. Santa Eulàlia de Ronçana

Canal SET-S. Eulàlia de Ronçana  
C/ del Mestre Joan Batlle i Rosa s/n

08187 Santa Eulalia de Ronçana  
Telèfon: 938 44 67 43  
Fax: 938 44 93 80  
Director: Josep Ciurans

Telèfon: 937 88 70 62  
Fax: 937 33 16 75  
Web: [www.ajterrassa.es/ajuntament/tvt\\_ter](http://www.ajterrassa.es/ajuntament/tvt_ter)  
Director: Joan Rovira

## 78. Sitges

Maricel TV  
C/ Gabriel Pallares, 12  
08870 Sitges  
Telèfon: 938 11 18 44  
Fax: 938 11 16 71  
E-mail: [sittv@sitgestur.com](mailto:sittv@sitgestur.com)  
Web: [www.sittv.com/](http://www.sittv.com/)  
Director: Sira Puig

Tele FOT-TV Sitges  
Telèfon: 936 94 72 50  
Director: Josep Maria Alegre

## 79. Súria

Ràdio Súria Televisió  
C/ d' Ernest Solvay, 13  
08260 Súria  
Telèfon: 938 69 63 90  
Fax: 938 69 61 14  
E-mail: [rsuria@ole.com](mailto:rsuria@ole.com)  
Web: [www.lanzadera.com/rsuria](http://www.lanzadera.com/rsuria)  
Director: Francesc Garriga

## 80. Tarragona

Tarracovisió  
Carrer Major, 22  
Tarragona  
Telèfon: 977 22 92 99  
Fax: 977 23 53 35 / 977 21 62 29  
E-mail: [tvi@tinet.fut.es](mailto:tvi@tinet.fut.es)  
Director: Josep Maria Pagés

## 81. Terrassa

TV20 - Televisió de Terrassa  
Carrer de Sant Marià, 122, 3er  
08221 Terrassa  
Telèfon: 937 88 15 88  
Fax: 937 88 15 88  
E-mail: [tv20@drac.com](mailto:tv20@drac.com)  
Web: [www.drac.com/tv20/](http://www.drac.com/tv20/)  
Director: Carme Torrades

Canal Terrassa TV  
Arquímedes, 238  
08221 Terrassa

## 82. Tortosa

Tortosa Televisió  
Carrer dels Mercaders, 11  
43500 Tortosa  
Telèfon: 977 44 55 19 / 977 44 45 10  
Fax: 977 44 45 10  
Director: Dídac Barberà

## 83. Tossa de Mar

TV Tossa  
C/ de l'Església, 4  
17320 Tossa de Mar  
Telèfon: 972 34 08 07  
Director: Maricelli Quatreccases

## 84. Ulldesona

TV Ulldesona  
Carrer Major, 94, 2n  
43550 Ulldesona  
Telèfon: 977 72 02 10  
Fax: 977 72 05 25  
Director: Joan Nadal

## 85. Vallirana

Televisió de Vallirana  
Carrer Major, 329 Baixos  
Vallirana  
Telèfon: 936 83 40 19  
Fax: 936 83 28 87  
E-mail: [tvv@ajuntament.vallirana.net](mailto:tvv@ajuntament.vallirana.net)  
Web: [www.vallirana.net/tvvallirana/tvv.htm](http://www.vallirana.net/tvvallirana/tvv.htm)  
Director: Ricard Pascual

## 86. Vandellòs

Televisió de Vandellòs  
Pl. De l'Ajuntament, 6  
43891 Vandellòs  
Telèfon: 977 82 43 60  
Fax: 977 82 43 59  
E-mail: [jmarco@vandellos.altanet.org](mailto:jmarco@vandellos.altanet.org)  
Director: Jordi Marco

## 87. Vic

Televisió d'Osona - TVO  
Avinguda de Martí Genís, 4  
08500 Vic

Telèfon: 938 89 49 53  
Fax: 938 89 40 61  
E-mail: tvosona@jazzfree.com  
Director: Joan Puig

Telèfon: 938 05 44 22  
Fax: 934 05 42 16  
Director: Josefina Martínez

#### 88. Viladecans

Viladecans TV  
C/ d' Andorra, 64  
08840 Viladecans  
Telèfon: 936 37 80 40  
Fax: 936 37 78 97  
E-mail: vtv@aj-viladecans.es  
Director: Cosme Diez

Canal Blau Informació  
C/ de la Unió, 81-87  
08800 Vilanova i la Geltrú  
Telèfon: 938 14 12 45  
Fax: 938 14 37 27  
E-mail: cbi@jet.es  
Web: www.vilanova.org  
Director: Núria Blanes

#### 89. Vilafranca del Penedès

Vilafranca Televisió  
Plaça del Penedès, 4, 4t  
08720 Vilafranca del Penedès  
Telèfon: 938 17 10 46  
Fax: 938 17 27 51  
E-mail: rtv.vilafranca@alba.es  
Director: Jaume Rius

#### 92. Vilassar de Mar

Vilassar Televisió  
Santa Magdalena, 37  
Vilassar de Mar 08340  
Telèfon: 93 759 18 97  
Director: Joan Fort Marrucat

#### 90. Vilanova del Camí

TV Vilanova  
Pl. dels Horts, 1 3r  
08788 Vilanova del Camí

#### 93. Vinebre

TV Vinebre  
Ajuntament de Vinebre  
C./ de la Torre, 21  
43792 Vinebre  
Telèfon: 977 40 41 45  
Director: Elisa Vila



**Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya**

Entença 321  
08029 Barcelona  
Tel 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78  
E-mail: [audiovisual@correu.gencat.es](mailto:audiovisual@correu.gencat.es)  
Web: [www.audiovisualcat.net](http://www.audiovisualcat.net)



**Generalitat  
de Catalunya**

