

LA TRANSFORMACIÓ DEL MODEL DE LA TELEVISIÓ LOCAL PÚBLICA DE CATALUNYA: LA TELEVISIÓ PER INTERNET

Laura Jiménez Sierra- 1274789

Tutora: Maria Corominas Piulats

Setembre 2015

Treball de Fi de Màster

Màster Oficial en Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB)

RESUM

La present recerca “La transformació del model de la televisió local pública de catalunya: La televisió per internet” analitza el fenomen de les televisions locals públiques per internet a Catalunya. Se n’analitzen els motius de la seva creació i els factors que ho han derivat. El fracàs de la TDT-L i l’evolució de la tecnologia digital i d’internet es mostren com els principals elements en aquest aspecte.

El sorgiment de les televisions locals públiques per internet té lloc en els últims anys, d’acord amb el desenvolupament d’internet i de les tecnologies mòbils. Aquests han configurat un panorama general en què el web i els dispositius mòbils han aclaparat els mitjans de comunicació. En aquest sentit, s’investiga com influeixen aquestes característiques i elements generals en la l’oferta que presenten aquests mitjans locals a Internet, i si hi ha diferències.

En tant que televisions locals públiques, la recerca posa èmfasi en les missions de servei públic en aquest sector. Es pretén veure quina és l’aplicació que fan aquestes televisions, pel que fa al caràcter municipal i a les característiques de servei públic, plural, divers i participatiu. Amb tot, la recerca presenta tota una sèrie d’elements i de factors concrets que convergeixen en la configuració d’un propi model de televisió.

Paraules clau: televisió local, internet, servei públic, proximitat

ÍNDEX

1.	INTRODUCCIÓ	
1.1.	Justificació i delimitació de l'objecte d'estudi.....	1
1.2.	Objectius.....	8
1.3.	Marc teòric.....	9
1.4.	Metodologia.....	13
2.	LA TELEVISIÓ LOCAL PÚBLICA PER INTERNET A CATALUNYA: SORGIMENT I MOTIUS DE CREACIÓ.....	16
3.	LA TELEVISIÓ LOCAL PÚBLICA PER INTERNET A CATALUNYA: CONTINGUTS I CONSUM ADAPTAT AL WEB.....	37
3.1.	Presentació del contingut i tendència del consum al web.....	37
3.2.	Audiència.....	54
4.	LES XARXES SOCIALS I LA TELEVISIÓ LOCAL PÚBLICA PER INTERNET A CATALUNYA.....	61
5.	OBJECTIUS I FUNCIO DE SERVEI PÚBLIC DE LES TELEVISIONS LOCALS PÚBLIQUES PER INTERNET.....	70
5.1.	Gestació del concepte de <i>servei públic</i>	
5.2.	Objectius i funció de servei públic de les televisions locals públiques per internet.....	72
6.	CONCLUSIONS.....	83
7.	REFERÈNCIES	
7.1.	Bibliografia.....	88
7.2.	Webs consultades.....	92
7.3.	Fonts personals.....	94

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Justificació i delimitació objecte d'estudi

El punt de partida d'aquesta recerca se situa en la investigació realitzada per la mateixa autora com a «treball de fi de grau» durant el curs acadèmic 2013-2014, titulada *La incidència de la crisi econòmica en els mitjans locals i comarcals del Maresme (2008-2013)* (Jiménez, 2014). Aquest treball va permetre conèixer, entre d'altres trets característics dels mitjans analitzats, la situació dels prestadors de televisió digital terrestre local (TDT-L) a la comarca, que segons els estudis previs, era la mateixa que en el conjunt de Catalunya. *L'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014* assegura que “amb la transició a la TDT, la crisi publicitària i la crisi dels pressupostos públics, s’han produït tancaments de canals i s’ha cancel·lat la posada en marxa de molts operadors (Guimerà i Orts, Alborch Gil, 2011), factors que han pressionat a la baixa el pes dels operadors locals públics en el mercat televisiu i publicitari local” (Bergés, L., Puig, N. 2015: 92).

Pel que fa als prestadors públics, la implantació de la TDT-L ha comportat, per una banda, la distribució de canals per demarcacions i, com a conseqüència, la gestió dels prestadors a través dels consorcis. Així doncs, segons assenyala el CAC, “entre els anys 2004 i 2007, les polítiques públiques de comunicació espanyoles i catalanes van establir les línies principals de la implantació de la TDT-L a Catalunya, amb un disseny que parteix d’una unitat d’organització anomenada demarcació” (CAC, 2009: 6). Cada una està integrada “per conjunts de municipis que no constitueixen una unitat administrativa o política reconeguda” (CAC, 2009: 6).

En aquest sentit, al Maresme, es van planificar dos prestadors públics i dos de privat. “A partir de la implantació d’aquesta tecnologia digital [TDT-L], en l’àmbit públic es van crear el Consorci Teledigital Maresme Nord, de l’Alt Maresme, i el Consorci Digital Mataró-Maresme, relatiu a les poblacions del centre-sud de la comarca. (...) El 2011, però, el consorci [Nord] es va dissoldre” (Jiménez, 2014). Segons el diari *El Punt*, els motius d’aquest tancament són que “els municipis responsables del seu funcionament veuen inassumible el cost que representa”¹.

L'existència d'una línia de recerca sobre la televisió local (TVL) de Catalunya des que el fenomen va començar a funcionar a la dècada dels vuitanta del segle XX ha permès conèixer una sèrie de canvis i de transformacions en el model de televisió local pública, dels quals nombrosos investigadors n'han

¹ Notícia publicada l’11 de novembre de 2011 a El Punt. En línia: <http://www.elpuntavui.cat/article/13-comunicacio/20-comunicacio/474049-el-maresme-renuncia-al-segon-canal-public-de-la-tdt-perque-es-inassumible.html> Consulta: 03/09 2015

parlat (Prado i Moragas (2002), Corominas (1992, 2009), Domingo (2011), Guimerà (2006, 2010, 2011), Montagut (2013)...).

La televisió (analògica) local “neix a Catalunya en els anys vuitanta del segle passat, a partir de RTV Cardedeu, primerament de manera experimental (juny de 1980) i després amb periodicitat setmanal (març de 1982)” (Corominas, 2009: 6). Es caracteritzava per ser municipal i estar arrelada a la localitat a la qual pertanyia. La TVL, doncs, estava “estretament lligada a la idea de municipi”, ja que “es vincula a les nocions de participació ciutadana, democratització de la comunicació i exercici de les llibertats recentment recuperades, sobretot la d'expressió” (Guimerà, 2006: 142). El mateix Guimerà recalca que la TVL “es concep com un mitjà popular i amb unes grans potencialitats de vertebració del territori, de creació d'identitats col·lectives locals i de reconstrucció nacional de Catalunya” (Guimerà, 2006: 142).

Però “les polítiques públiques que han gestionat la digitalització de la televisió a Catalunya i al conjunt de l'Estat han comportat una transformació en profunditat de la televisió local (TVL) catalana” (Guimerà, 2010:13), que el mateix Guimerà ha qualificat de «refundació del sector de TVL». En aquest sentit, la TDT-L s'ha constituït “a partir d'una nova «unitat d'organització» denominada demarcació”, formada “per més d'un municipi”, factor que fa “trencar l'estreta relació que la TVL analògica havia mantingut amb el municipi fins a l'arribada de la TDT” (Guimerà, 2010:13).

Els canvis no acaben aquí, perquè l'apagada analògica i el pas cap al model de TDT-L s'han mostrat com un fracàs. De fet, “els consorcis són un dels grans problemes de la implantació de la TDT-L catalana (...). En aquest sentit, l'òrgan regulador de Catalunya [Consell Audiovisual de Catalunya] ja parlava la tardor de 2009 d'una «crisi de la televisió pública»” (Guimerà, 2010:17), atès que el nombre d'emissores analògiques s'havia vist reduït en aquest procés de canvi. Així, “la desaparició de la majoria de les televisions municipals es deu a l'organització en demarcacions i la necessitat de molts ajuntaments de compartir un programa si volen prestar el servei” (Guimerà, 2010:19).

A més, els factors com “l'elevat cost de la TDT-L, la falta de tradició en televisió pública a zones del país, passant per desencontres entre ajuntaments o la falta d'interès dels consistoris implicats” (Guimerà, J.À., et al 2009:220) han desembocat en «l'estancament dels consorcis». De fet, “la transició cap a la TDT ha estat «complexa i difícil», entre d'altres coses perquè hi ha (...) consorcis que no tenen cap intenció d'engegar. Així, el sector local sortit de la TDT no té gairebé res a veure amb l'analògic que el va precedir” (Domingo, David et al, 2011: 221).

El panorama, però, és més complicat. “Les raons que expliquen la delicada situació de la TDT local catalana són, d’una banda, la persistència de la crisi econòmica general i la seva mutació en crisi financera de les administracions públiques a partir de 2010” (Montagut, M., et al. 2013:202). Les condicions esmentades han conduït cap a una nova conjuntura: Internet es conforma com una plataforma adequada per engegar nous projectes de televisió local pública.

La present recerca analitza les televisions locals públiques per internet a Catalunya, un fenomen recent en la comunicació local en aquest territori. “La creació de canals locals per internet és una realitat que cada cop agafa més pes dins el sector” (Domingo, David, et al 2011: 222).

La televisió per internet es caracteritza per permetre la visualització dels continguts en temps real o a través del vídeo sota demanda (a la carta). Per una banda, ofereix “un ampli ventall de serveis de difusió de TV sobre xarxes IP, Internet fonamentalment, que utilitza tecnologies de video streaming” (LocalRet, 2008: 16). I, per l'altra, la funció sota demanda es tracta d'un “servei de comunicació audiovisual televisiva a petició, que es presta per al visionat de programes i contingut en el moment elegit per la persona espectadora i a petició pròpia sobre la base d'un catàleg de programes seleccionat pel prestador del servei de comunicació” (art. 2.2.b de la Llei 7/2010²).

Les novetats generades en l'àmbit de la televisió –entesa com a televisió tradicional- sorgeixen com un dels principals canvis propis de la Societat de la Informació. En aquest sentit, “les tendències apunten que, en el futur, la televisió es veurà a través dels ordinadors”, que “es convertirà en un dispositiu convergent més, especialitzat en presentar els continguts audiovisuals, però capaç de ser utilitzat per moltes altres funcions³” (Pérez Dasilva, J.A. y Santos Díez, T. 2009: 193).

Aquestes iniciatives aprofiten “la xarxa telemàtica per a la transmissió, amb l'avantatge evident de poder utilitzar com a dispositiu de consum no únicament l'ordinador sinó també el televisor” (Prado, Emili., et al. 2007: 76). És a dir, “aquest tipus de televisió de banda ampla, pensada per ser consumida a través d'ordinadors, tablets, mòbils o televisió connectada, ofereix una major flexibilitat en temps d'emissió i de continguts, ja que els usuaris consumeixen els vídeos sota demanda” (Martori, 2014: 20). De fet, es tracta d’una possible “opció de futur un cop superats els problemes tècnics i la cultura d’hàbits de consum de televisió” (Martori, 2014: 17-18).

Pel que fa a la televisió local pública, la televisió per internet “possibilita desenvolupar projectes en solitari i més econòmics” (Martori, 2014:17), respecte del context de TDT-L, on els projectes

² La Llei 7/2010 de 31 de març, General de Comunicació Audiovisual.

³ Els autors es basen en l'estudi *La Sociedad de la Información en España 2007* (Fundación Telefónica, 2007).

suposaven grans inversions econòmiques i molts no han estat viables, en gran part, per problemes de coordinació i de desacord entre els ajuntaments membres dels consorcis (Guimerà 2010, CAC 2009). Així, “Internet s’ha consolidat com una plataforma de creixement de la comunicació local pel seu baix cost estructural” (Montagut, Marta, et al 2013:197).

Les televisions locals públiques per Internet apareixen en diverses circumstàncies: en municipis que han abandonat el consorci de TDT-L, en d’altres que han vist com el canal de TDT-L tancava o en localitats que directament no s’han adherit a cap consorci. Així ho constata la publicació *Tendències i solucions per a la comunicació audiovisual local*, elaborada per LocalRet i amb la col·laboració del Consorci Administració Oberta de Catalunya: “Internet s’ha convertit en una bona oportunitat per (...) aquelles [televisions] que no han arribat a un acord amb altres poblacions o aquelles que han decidit no passar a la TDT. Crear un canal de televisió propi a la xarxa ha permès a moltes televisions continuar emetent, avançar en proximitat i participació i fomentar un espectador més actiu” (LocalRet, 2012: 22).

És el cas, per exemple, de Calellatv.cat (<http://www.calellatv.cat/>) o VdM'tv (<http://vimeo.com/vilassardemar>), les iniciatives de televisió per Internet de Calella i Vilassar de Mar, respectivament (Jiménez, 2014). La primera es crea després del tancament del canal de TDT-L m2tv com una mostra de la inesgotable creença en la comunicació per part d’aquest municipi (bressol de la televisió local analògica). Segons l’alcaldessa de Calella, Montserrat Candini, “quan [el 2012] es va dissoldre el Consorci Teledigital Maresme Nord (M2TV) va ser molt difícil tornar a unir els municipis per incloure’ls al canal M1TV perquè no tenen cultura de comunicació. Des de Calella no renunciem al que estem fent [televisió per internet], però ens agradaria tenir una major sinergia amb una televisió molt més territorial” (Jiménez, 2014: 70).

A l’altre costat de la comarca, l’ajuntament de Vilassar de Mar, que en el seu moment no es va adherir al consorci de TDT-L corresponent, ha creat una televisió local pública per internet. “Ha aprofitat l’embranzida de l’era digital per començar una televisió local per internet [VdM'TV]. El 2011 la regidoria de Comunicació, Atenció al ciutadà i Noves tecnologies de l’Ajuntament de Vilassar de Mar engega aquesta pàgina com a opció de canal de TV per Internet” (Jiménez, 2014:70).

En aquesta línia, Martori assenyala que “alguns ajuntaments han sortit dels consorcis per impulsar projectes de televisió per Internet, sense costos de distribució del senyal ni la necessitat d’arribar a acords entre municipis” (Martori, 2014: 17-18). Això s’explica, en part, perquè en el context de la TDT-L “el cost de difusió de la televisió digital és massa elevat i fora de la lògica del mercat” (CAC, 2009: 24).

Els nous projectes de televisió per Internet s'allunyen de les dificultats de coordinació entre ajuntaments, que es van fer evidents durant la implantació de la TDT-L, un model que “no era gens simple” (Martori, 2014: 12). La majoria de consorcis estaven formats per més d'un municipi (d'acord amb Guimerà, 2010); i la diversitat d'actors complicava la presa de decisions. “En trenta-tres casos, els programes han de ser gestionats per «agrupacions de municipis», ja que si bé totes les demarcacions de Catalunya són supramunicipals, quatre programes es reserven per a un sol ajuntament (Barcelona, l'Hospitalet de Llobregat, Badalona i Reus). De manera molt majoritària, doncs, un nombre variable d'ajuntaments s'ha de posar d'acord per gestionar el programa públic local” (Corominas, 2009: 16).

En aquest context, “la televisió digital terrestre conviu amb el fenomen emergent de la televisió per Internet, que està tornant a la municipalització de les televisions de proximitat” (Martori, 2014: 9). Els nous projectes de televisió per internet entronquen amb el caràcter municipal distintiu de les televisions locals analògiques. De fet, intenten “recuperar l'espai comunicatiu local que oferia la televisió analògica, en què els ciutadans se sentien representats amb els continguts projectats a la pantalla i es reforçava la identitat municipal” (Martori, 2014:20). Aquestes emissores difonen “informacions considerades d'interès pels responsables de l'administració local o faciliten la connexió entre la població i el govern local” o la “promoció dels temes d'interès cívic i cultural” (Prado i Moragas, 2002: 17).

Emili Prado i Miquel de Moragas defineixen, a *Les televisions locals a Catalunya: De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat* (CAC, 2002), el grau mínim a partir del qual consideren els projectes com a televisió local o els exclouen de tal denominació. En el límit que els autors estipulen, s'hi troben els casos de Cadaqués TV, Mura TV o Aitona TV, que són “serveis d'informació al poble” (Prado, Moragas, 2002: 24) de localitats de molt pocs habitants, però que compleixen amb els requisits suficients per ser considerades televisió: no ofereixen programació de manera constant ni tenen una graella establerta, sinó que emeten un o dos cops a la setmana. Però en tot cas, compleixen amb una emissió setmanal fixa, independentment del dia que sigui i de les hores en què ho facin.

D'aquesta manera, Prado i Moragas (2002) consideren que no superen el grau mínim aquelles televisions que només emeten “textos fixos, sense oferir programació convencional, amb l'excepció d'alguna difusió esporàdica de vídeos”. Per tant, reconeixen que “es tracta més aviat de canals d'informació local que de televisions” (Prado i Moragas, 2002: 24). Tot i que Prado i Moragas se centren en la televisió analògica i aquesta anàlisi ho fa en el de televisió per internet, “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 (...), entenent per regularitat un període de programació preanunciat i permanent” (Prado i Moragas, 2002: 18).

En aquest sentit, en aquesta recerca s'ha considerat la freqüència d'actualització de continguts com el criteri per establir el grau mínim. Concretament, s'inclouen les televisions locals per internet que incorporin continguts nous, almenys, un cop per setmana. Aquest grau mínim serveix tant pels projectes que emeten en temps real com a la carta, com els que ho fan en ambdós formats. Per tant, s'exclouen de ser analitzats aquells projectes multimèdia que, tot i poden ser anomenats “televisió local” pels mateixos responsables, no arriben a la freqüència setmanal pel que fa a la renovació de continguts. En definitiva, aquelles televisions que publiquen nous continguts de manera irregular i amb un espai temporal entre actualitzacions superior a la setmana.

Quant als projectes que no es consideren televisions per internet, parlem de casos com TV Tordera (<http://tv.tordera.cat/>) o La Local de Tiana (<http://lalocal.tianat.cat/category/la-localtv/>). Aquest últim és un portal multimèdia que reuneix els serveis de ràdio municipal, informació local escrita i televisió a la carta. En ambdós projectes es penjen vídeos de manera puntual i en moments importants per la localitat. És a dir, no hi ha una actualització de les peces de manera regular i, quan es fa, ha passat bastant més temps d'una setmana respecte l'anterior publicació.

De fet, en el sector de la comunicació local pública, nombrosos municipis han creat projectes de televisió a la web, normalment relacionats amb l'emissora de ràdio municipal, que s'introdueixen directament a la mateixa plataforma online de la ràdio⁴. Martori ho corrobora: “La producció de continguts es desenvolupa per mitjà de personal que habitualment treballa en altres mitjans de comunicació locals com la ràdio” (Martori, 2014:20). No obstant, part d'aquestes “televisions” no arriben a ser-ho, a efectes d'aquesta recerca, perquè no segueixen una actualització setmanal dels continguts. En general, les peces s'incorporen al web de manera espaiada en el temps i corresponen a esdeveniments importants pel municipi, o a fets noticiables, però no conformen un servei de televisió com a tal.

Aquesta falta de regularitat en l'actualització dels continguts de les televisions per internet s'explica perquè “la regulació actual tampoc estableix mínims de programació pròpia a aquestes iniciatives, pel que es poden generar vídeos de forma no regular que l'usuari pot visionar sota demanda” (Martori, 2014:17-18). En tot cas, es converteixen en una plataforma més de l'espai multimèdia on estan situades.

⁴ Els mateixos treballadors de l'ens radiofònic porten a terme la nova plataforma de televisió per internet. En són casos representatius: Argentona Comunicació, Ràdio Calella i Calellatv.cat, Ona Malgrat, Ràdio Arenys, Ràdio Tordera i Torderatv, Vilassar Ràdio i VdM'tv (Jiménez, 2014), Cugat.cat o La veu de Montcada...

Aplicant aquests criteris s'han identificat vint-i-set televisions locals públiques per internet el 2015: Aran TV, Barcelona TV, Blanes TV, Calella TV, Canal Blau TV, Canal 10 Empordà, Canal Terrassa Vallès, Castelldefels TV, Cugat.cat, elprat.tv, Gavà TV, L'H TV, Maricel TV, m1TV, Matadepera TV, Molins.tv, Penedès Televisió, Ràdio i TV El Vendrell, Tac12, Televisió de Badalona, Vallirana TV, Vallès Visió, VdM'TV, Viladecans TV, Vilanova del Vallès i VOTV⁵.

En el procés d'identificació d'aquestes televisions es van trobar elements que permeten configurar-ne diversos tipus. Per una banda, les 11 televisions de proximitat en emissió [a la TDT-L] el 2014, distribuïdes en 7 demarcacions (CAC, 2014: 91): Barcelona TV, Canal Blau TV, Canal 10 Empordà, Canal Terrassa Vallès, L'H TV, m1TV, Penedès Televisió, Tac12, Televisió de Badalona, Vallès Visió, VOTV; per l'altra, projectes televisius per internet que provenen d'una experiència no reeixida a la TDT-L, com Blanes TV, Calella TV, Lloret TV, Maricel TV o Gavà TV; i també televisions locals públiques que neixen directament a la xarxa, sense pas previ per la TDT-L. En són exemples Aran TV, Castelldefels TV, Cugat.cat, El Prat TV, Matadepera TV⁶ o VdM'tv.

La televisió local ha complert els trenta anys d'història, però en una situació delicada, ateses les circumstàncies derivades de les polítiques públiques d'implantació de la TDT-L i d'altres factors, com la incidència de la crisi econòmica en els prestadors de televisió locals (Jiménez, 2014). En aquest punt, on el model de televisió digital terrestre és fràgil i debilitat, l'interès per aprofundir en les noves formes de televisió i conèixer les noves iniciatives de televisió local pública a Internet es reafirma més que mai.

⁵ En l'estadi inicial de la recerca s'havia identificat també Despí TV, però aquest cas s'ha descartat més endavant perquè l'actualització dels continguts no coincideix amb el grau mínim establert en la investigació. En aquest sentit, la periodicitat amb què publiquen al web és de quinze dies, i no una setmana.

⁶ En aquest cas, Matadepera va formar part del Consorci de TDT-L Terrassa-Vallès Oest, però el projecte Matadepera TV està en marxa des del 2007, abans de l'inici de les emissions de TDT-L.

1.2. OBJECTIUS I PREGUNTES DE RECERCA

En aquest apartat es plantegen els objectius i les preguntes de recerca als quals s'intenta donar resposta durant la investigació:

- Elaborar l'estat de la qüestió de les televisions locals públiques a internet el 2015 a Catalunya. És a dir, fer una aproximació quantitativa del nombre que hi ha en funcionament i classificar-les segons característiques rellevants i pertinents del mateix conjunt (motiu de creació o trajectòria, continguts...)⁷.
- Detectar els factors que han motivat la creació dels projectes de televisió local pública per internet per part dels ajuntaments o ens locals. Es parteix de la doble hipòtesi que les dificultats de la implantació de la TDT-L i la digitalització en el camp dels mitjans de comunicació esdevenen dos factors determinants pel sorgiment d'aquestes iniciatives.
- Conèixer les raons per les quals les diverses tipologies de televisions (les TDT-L amb presència a la xarxa, les televisions per internet que prèviament van passar per una experiència de TDT-L que no va reeixir i les íntegrament digitals) estan presents a la xarxa i comprovar si són motius semblants o, pel contrari, responen a causes diverses.
- Analitzar l'oferta que tenen a la xarxa els televisions detectades i conèixer des de quan hi tenen presència. Segons la hipòtesi inicial, entre les diverses tipologies identificades hi ha diferències respecte allò que ofereixen i com ho ofereixen.
- Es pretén conèixer què és i com entenen les televisions locals públiques per internet les missions de servei públic (especialment en termes de participació, pluralisme, informació) a partir dels seus continguts. En aquest sentit, es formula la hipòtesi que les televisions locals públiques per internet identificades entronquen amb el caràcter municipal propi de les televisions analògiques, atès que es van convertir en un espai de servei públic per a la participació democràtica i la identitat cultural de les poblacions (Corominas, 2009: 11).
- Tenint en compte els canvis de model de la televisió pública local (analògic- TDT-L), un objectiu concret consisteix en apuntar les característiques de la televisió per internet com un nou model.

⁷ Veure Apartat 1: "Justificació i Objecte d'estudi".

1.3. MARC TEÒRIC

Aquest estudi s'inscriu en una línia de recerca sobre polítiques i estructura de la comunicació que porten a terme des de fa diverses dècades investigadors catalans (Corominas, Fernández Alonso, Guimerà, Moragas, Prado...). La televisió local ha passat per diferents etapes i models des de la seva creació a Catalunya els primers anys de la dècada de 1980, quelcom que ha estat el focus d'interès de les recerques realitzades, les quals han tractat de buscar respostes a les circumstàncies del moment, traçar correlacions entre canvis o interpretar les situacions.

La incidència de la crisi econòmica en els mitjans locals i comarcals del Maresme (2008-2012) (Jiménez, 2014) és el treball de fi de grau realitzat durant el curs acadèmic 2013-2014 per la mateixa autora que el present. Aquesta investigació ha permès corroborar, a la comarca del Maresme, el que expliquen els estudis previs (CAC 2009, Guimerà 2010,2011, Monedero 2012, Civil 2013, Domingo 2011...), així com adquirir experiència en profunditat sobre el terreny: la situació dèbil i fràgil de la TDT-L, diversos anys després de la implantació de la TDT-L i de l'apagada analògica.

En la mateixa línia, treballa el fenomen de la digitalització, que tant ha incidit en les televisions locals públiques de Catalunya. En aquest sentit, ha aprofundit en els canvis soferts en les televisions analitzades al llarg d'aquests últims anys, quan s'ha accelerat el procés digital en els mitjans locals i comarcals. A més, la recerca de 2013-2014 ja va identificar i estudiar alguns projectes de televisió local pública per internet a la comarca, fenomen que també s'extrapola arreu del territori català com podem comprovar en aquesta recerca.

En el context de televisió analògica, l'extensa recerca *Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat* (Prado i Moragas, 2002) s'ha distingit com un pilar pel present estudi. Els autors elaboren una exhaustiva investigació sobre la televisió local analògica on aprofundeixen sobre els aspectes determinants del fenomen, sobretot l'històric, el seu valor per a la democràcia, les tipologies que se n'han establert, les funcions i el servei que fan a la comunitat catalana, la situació (a)legal que el caracteritza, les vies de finançament que existeixen, entre d'altres.

En general, la recerca de Prado i Moragas (2002) permet comprendre en què ha consistit la TVL des de les primeres emissores i en què es va constituir en el context de comunicació català. Concretament en el sector de les televisions locals públiques, la recerca n'identifica les funcions principals i el servei que desenvolupen com a mitjà públic. A més, ha servit de pauta i de referència per establir el «grau mínim» que decideix quins projectes es consideren televisió per internet i quins no. Per tot, s'erigeix com un element teòric indispensable per a la formació de la present recerca.

Els treballs de l'investigador Josep Àngel Guimerà analitzen i interpreten el model analògic, l'apagada analògica i la implantació de la TDT-L, així com el fracàs d'aquestes polítiques públiques de la televisió digital. En aquest sentit, l'article "La televisió local a Catalunya: un model en profunda transformació" (Guimerà, J.À. 2006) proporciona les claus interpretatives i les referències sobre les primeres emissores analògiques -associatives, municipals-, la professionalització del model que va tenir lloc als anys noranta i apunta les novetats que suposa el model de TDT-L, que es començava a visualitzar llavors. A mode d'exemple d'aquest tipus de televisió, Guimerà recalca que "s'entén que la comarca és la unitat mínima que permet la viabilitat i es trenca la relació entre municipi i emissora existents en el naixement de la TVL" (Guimerà, 2007: 145-146).

A "Polítiques de televisió, canvi tecnològic i proximitat a Catalunya" (2010), Guimerà se centra en l'apagada analògica i la implantació de la TDT-L per continuar amb la seva línia de recerca i destacar els canvis que es produeixen en la televisió local. Aquest article és una font remarcable per aquest treball ja que dóna a conèixer les polítiques públiques que van establir la consecució del model de TDT-L, la profunda transformació que aquest model ha suposat respecte la televisió analògica i els problemes per aplicar el model de TDT-L.

L'estudi *Diagnòstic de la Televisió Digital Terrestre Local a Catalunya*, realitzat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC, 2009), se centra en l'estat de la implantació del model digital de televisió a data de setembre-octubre de 2009. Per tant, esdevé una font important pel context de la TDT-L, ja que descriu i analitza les dificultats sorgides en el procés d'implantació de TDT-L, aporta informació sobre la distribució de programes (respecte el model analògic) i la situació (encesos, apagats...). A més, detalla les qüestions tècniques que apareixen amb aquest nou model. En general, és un document clau per entendre com s'implanta la TDT a Catalunya.

Dues publicacions elaborades per LocalRet⁸ han estat d'interès per aquesta recerca, atès que se centren en els models de televisió que aquí es consideren. En primer lloc, *La televisió digital terrestre (TDT). Guia per al desenvolupament de la societat del coneixement* (2008) descriu, amb una connotació tècnica, el canvi digital que suposa l'entrada del model digital respecte l'analògic, les possibilitats d'aquest nou model, les quals també concreta en l'àmbit de proximitat (TDT-L) i aprofundeix en els detalls tècnics que el caracteritzen.

I, en segon lloc, *Tendències i solucions per a la comunicació audiovisual. Guies per al desenvolupament de la societat del coneixement* (2012) incideix en què ha representat el canvi digital de la TDT i presenta alternatives a la TDT, les quals es relacionen amb el fenomen de televisió

⁸ LOCALRET és el Consorci local per a l'impuls de la societat del coneixement i el desenvolupament de les xarxes de telecomunicacions i de les noves tecnologies als municipis de Catalunya (<http://www.localret.cat/>).

per internet. En aquest sentit, concreta que hi ha una nova manera d'entendre la comunicació audiovisual, més enllà de les televisions convencionals: el model de televisió en línia. Aquest concepte es treballa en la present recerca, per tant, la publicació de LocalRet és adequada perquè ajuda a crear un teixit de coneixements sobre la televisió per internet.

El capítol “La televisió” de l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2005-2006* (De Moragas i Spa, M. et al, (eds). 2007) és un element documental útil en el sentit que informa sobre el procés de l'apagada analògica i sobre els nous models que es proposen a partir de llavors, on ja apareixen els termes televisió digital terrestre, televisió per internet, sistema tècnic IPTV, als quals dedica apartats corresponents, per tal de presentar-ne les característiques o els serveis pels què destaquin.

Els capítols “La comunicació local” de l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2009-2010 i 2011-2012* (De Moragas i Spà, M. et al, (eds). 2011; Civil i Serra, M. et al, (eds). 2013) i 2013-2014 (Civil i Serra, M, et al (eds). 2015) detallen el panorama general -a nivell català- del període establert. Però, sobretot, la última edició aprofundeix en Internet com a plataforma per a desenvolupar projectes de comunicació local, entre els que s'inscriuen les televisions que s'analitzen en aquesta recerca. Ambdues edicions configuren una visió actualitzada i esdevenen un estudi necessari per començar a entendre els canvis en el sector i la situació que se'n deriva.

L'article “Televisión pública y era digital: las emisoras de proximidad en Cataluña como caso paradigmático en su adaptación a Internet” (Martori, 2014) tracta i contextualitza els nous canals de televisió a la xarxa. Al mateix temps, aprofundeix en la situació fràgil de la TDT-L a Catalunya a partir del recull dels problemes estructurals d'aquest model. Aquest treball és idoni per la present recerca ja que permet tenir informació recent (del 2014) sobre els nous projectes televisius locals a la xarxa i els defectes del model de TDT-L. No obstant, l'article de Martori se centra en les televisions locals públiques «únicament» per internet a Catalunya, a diferència d'aquesta recerca, que també engloba les TDT-L que s'han posat a la xarxa i les televisions que han passat per un període de reconversió.

En el context d'internet i les televisions locals, els investigadors Jesús Á. Pérez Dasilva i Teresa Santos Díez han realitzat l'estudi “Las televisiones locales del País Vasco en Internet” (2009), el qual ha contribuït al coneixement de les noves possibilitats d'Internet en l'escenari de la comunicació local. El salt que fan les emissores locals cap a la xarxa esdevé un dels elements centrals de l'article, pel fet que les emissores locals (públiques o privades) que es tracten tenen similituds amb una de les tipologies que s'analitzen en la present recerca, les TDT-L amb presència a Internet. Un apunt enriquidor d'aquest text (2009) és que porta a terme una anàlisi (quantitativa) a partir d'una fitxa i

de tres variables importants per conèixer la presència a internet de les emissores analitzades (usabilitat, informació i participació).

Detecto que no hi ha treballs previs que posin èmfasi en la missió de servei públic de les televisions locals per internet. Les investigacions de Prado i Moragas (2002) i Guimerà (2006, 2010, 2011), entre d'altres, concreten aquests aspectes en la televisió analògica i en la televisió digital, quelcom que conforma una base de la qual partir. Conseqüentment, la falta d'anàlisi i de coneixement respecte el servei públic en l'entorn estudiat [tvI públiques a internet] es converteix en un repte per a la present recerca, que pretén establir un primer diagnòstic respecte la situació i les missions de servei públic de les televisions objecte d'estudi.

1.4. METODOLOGIA

Els pilars d'aquesta recerca són la documentació bibliogràfica i la recerca empírica a partir d'un primer rastreig de televisions i amb el consegüent treball de camp corresponent. La investigació s'ha plantejat amb un disseny quantitatiu perquè es treballa amb factors numèrics i qualitatiu per tal de captar la complexitat de l'objecte d'estudi -recent i poc estudiat. El primer pas ha consistit en la tasca de recopilació i recerca inicial de les televisions per internet, la qual s'ha realitzat a partir de quatre vies que es detallen a continuació:

En primer lloc, *La incidència de la crisi econòmica en els mitjans locals i comarcals del Maresme entre 2008 i 2013* (Jiménez, 2014), el treball de fi de grau realitzat durant el curs acadèmic 2013-2014 per l'autora d'aquesta recerca va permetre conèixer la situació de la TDT-L en aquesta comarca, (així com també la de les altres tipologies de mitjans estudiades, com la ràdio municipal o la premsa gratuïta).

En aquest sentit, es va constatar el tancament del segon canal de TDT-L creat al múltiplex de la demarcació del Maresme, el Consorci Teledigital Maresme Nord (M2TV) el 2012. I, al mateix temps, es va comprovar la presència de només una televisió pública en aquest MUX, el Consorci Digital Mataró Maresme, m1tv. A partir de la recerca sobre la mateixa es va conèixer el portal web d'aquest canal des d'on es proporciona contingut en temps real i la carta.

Les entrevistes personals fetes pel mateix estudi van permetre descobrir la creació d'algunes televisions online. És el cas, per exemple, de Calella.tv. L'Ajuntament de Calella s'havia erigit com la font econòmica principal del Consorci Teledigital Maresme Nord i un ferm creient de la comunicació local. Per això, un cop finalitzada l'etapa a m2tv, Calella aposta ara per la finestra de la televisió local per internet, la qual suposa una nova via per a una televisió que ha viscut ja dues generacions (analògica, TDT-L i ara Televisió per internet) (Jiménez, 2014: 69).

Altres projectes que van ser coneguts a partir del treball de fi de grau són: VdM'TV, la televisió local pública per internet de l'Ajuntament de Vilassar de Mar, Tordera TV o Amunt TV (tot i que en els dos últims casos l'actualització dels continguts no és setmanal, sinó mensual).

La lectura del capítol de "La Comunicació Local" de les edicions 2007-2008, 2009-2010 i 2011-2012 i 2013-2014 de l'*Informe de la Comunicació a Catalunya* (2009, 2011, 2013), ha permès identificar una sèrie de televisions per internet. Aquestes són: Cugat.cat, Aran TV, Vallirana.tv, Gavà TV, L'H TV, Calellatv.cat.

Altres televisions, com la de Castelldefels TV, Molins.tv, Penedès Televisió, RTV Ametlla de Mar, Ràdio i TV El Vendrell s'han identificat a partir d'una recerca per la xarxa.

La plataforma Xiptv.cat⁹ (<http://www.xiptv.cat/>) ha esdevingut una eina útil per aquesta tasca de recopilació de projectes de televisions per internet ja que ha permès identificar algunes de les televisions que formen part de l'objecte d'estudi i, a més, s'associen a la Xarxa de Televisions Locals: Despí TV, elprat.tv, Maricel TV i TV Vandellòs.

En aquesta línia, el *Diagnòstic de la Televisió Digital Terrestre Local a Catalunya* (CAC, 2009) ha servit per identificar les 11 TDT-L que estan presents a la xarxa, algunes de les quals, també són a Xiptv.cat: Barcelona Televisió, Canal 10 Empordà, Canal Blau TV, Canal Camp, Canal Terrassa Vallès, Televisió de Badalona, L'H TV, m1TV, Tac12, Vallès Visió i VOTV.

A partir de la consulta a la pàgina web del grup d'investigació El Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP) (<http://labcompública.info/es/>), de la UAB, s'ha descobert una eina útil per a la recerca de televisions per internet: el Mapa Interactiu de Mitjans de Catalunya¹⁰. Aquest ha permès conèixer canals i també identificar-ne la titularitat d'altres, ja que quedava dubtosa en el propi web. En aquest cas, el mapa ha servit per aclarir els casos de Blanes TV, Matadepera TV, Penedès TV, Viladecans TV i Vilanova del Vallès TV.

El procés de detecció de les televisions locals públiques per internet ha anat acompanyat d'un procés de documentació extens i variat¹¹, en què s'han estudiat els articles i textos que han tractat a fons el context de les televisions locals públiques analògiques, el model i la implantació de la TDT-L.

Les 22¹² entrevistes personals dutes a terme han esdevingut una de les principals eines per tal d'aconseguir informació en aquesta recerca, ja que és un treball empíric. Per una banda, perquè han permès obtenir informació de primera mà dels canals de televisió local pública per internet. Aquestes s'han realitzat en tots els casos als directors/gerents dels canals de televisió local pública per internet identificats. En el cas de L'H, però, com que no s'ha pogut aconseguir la font del responsable, s'ha fet entrevista a un periodista que hi treballa.

⁹ Plataforma de distribució de continguts audiovisuals a la carta de la Xarxa Audiovisual Local, destinada a l'ús de les televisions de proximitat a Catalunya, als consorcis de TDT i als ajuntaments que no estiguin inclosos dins de cap d'aquests consorcis per a que puguin tenir un portal de televisió a Internet.

¹⁰ <http://labcompública.info/es/innovacion/mapa-de-medios-de-cataluna/>

¹¹ Veure apartat 3: Marc Teòric.

¹² S'ha entrevistat també el responsable de Despí TV, Pere-Josep Pérez, encara que després no s'hagi inclòs aquest projecte.

En un principi es van detectar tres tipologies d'entrevistes, que ja s'han esmentat. La idea era aconseguir, en aquest sentit, un nombre representatiu de fonts de cada cas. El resultat final són 21 de 27 projectes identificats. (no comptant Despí TV).

La investigació compta amb les entrevistes de la responsable de Lloret TV, el director tècnic de Calella TV, el director de programació de Vilanova del Vallès TV i la tècnica de la Regidoria de Comunicació de l'Ajuntament. En el cas de Castelldefels, l'entrevista ha estat amb el tècnic de la televisió. Es compta amb les entrevistes al director d'Aran TV, Cugat.cat i de Gavà TV, així com a la responsable del Servei de Comunicació de l'Ajuntament de Blanes i de Blanes TV. De Matadepera TV s'ha aconseguit la font de la directora, com també en el cas de Maricel TV, d'El Prat TV, de Vallirana TV i VdM'TV. En el cas de Viladecans TV la informació de primera mà s'ha obtingut a partir de l'entrevista a l'editor.

De les TDT-L amb presència a Internet, es parteix de les fonts dels directors de Canal 10, Penedès TV, RTV El Vendrell, Tac12, Vallès Oriental TV. Pel que fa al portal BTV Notícies, l'entrevista ha tingut lloc amb el coordinador del portal. En el cas de L'H, la font ha estat un treballador.

2. LA TELEVISIÓ PER INTERNET: SORGIMENT I MOTIUS DE CREACIÓ

El creixement de projectes de televisió local per internet va començar a proliferar els primers anys 2000, però en el decurs dels últims cinc anys s'ha afermat com un fenomen. El principal motiu i punt en comú dels projectes nascuts a internet és el baix cost econòmic que suposen i que han sabut encaixar en temps de crisi econòmica. Tal i com apunta l'Informe de la *Comunicació a Catalunya 2009-2010*, "en el bienni 2009-2010 han sorgit múltiples projectes de portals informatius a internet, l'àmbit més efervescent de la comunicació local a Catalunya" (Domingo, D., et al. 2011: 221). La següent edició d'aquesta publicació confirma que: "Internet s'ha consolidat com una plataforma de creixement de la comunicació local pel seu baix cost estructural" (Montagut, Marta, et al 2013:197).

Les innovacions tecnològiques destacades d'aquests darrers anys expliquen, en part, el fort arrelament que ha tingut la plataforma de televisió per internet a Catalunya. L'estudi *Tendències i solucions per a la comunicació audiovisual local*, realitzat per Localret, determina que "fa uns anys, semblava impensable veure la televisió des d'algun lloc que no fos el menjador de casa. Des de fa temps, ja és habitual veure persones consumint audiovisuals a través d'Internet i en dispositius mòbils com ara els telèfons o les tauletes tàctils (...). Tots aquests factors estan provocant una revolució i una ràpida transformació del mitjà audiovisual. Ens trobem en un moment de canvi que, des de la vessant de la comunicació local i de proximitat, s'ha d'entendre com una oportunitat per apropar-se encara més al ciutadà i per explorar noves vies de comunicació institucional" (Localret, 2012:4).

En aquest sentit, "el sector [de les televisions locals] no pot perdre de vista els nous hàbits de consum audiovisual, vinculats a plataformes com internet i els dispositius mòbils, si vol ser competitiva. [Els] usuaris valoren poder accedir als programes que més els agraden des del lloc i en l'horari que desitgen. El consum de continguts a la carta a través d'internet és, sens dubte, una tendència a l'alça, com revela l'èxit del portal de vídeos Youtube"¹³.

No obstant, hi ha més causes que han propiciat el sorgiment i la consolidació de les televisions locals públiques per internet. Així, el fracàs de la implantació de la TDT-L i la crisi econòmica han marcat el sector de la comunicació local a Catalunya en els últims anys, incloent-hi l'àmbit televisiu. En particular en el sector local, "en el context de crisi econòmica, (...) la implantació de la TDT s'ha completat amb molts problemes i menys operadors dels previstos inicialment" (Domingo, D., et al. 2011: 221). De fet, els números són clars el 2010: "De les 21 demarcacions de TDT planificades a

¹³ Notícia publicada a Blogs La Xarxa el 16 de desembre de 2009. En línia: <http://blogstv.laxarxa.com/xarxacom/2009/12/la-televisio-a-la-carta-per-internet-ara-a-l%E2%80%99abast-dels-canal-local-amb-xiptv/> Consulta: 02/09 2015.

Catalunya, només a quatre (Reus, Vilanova i la Geltrú, Igualada i Tarragona) s'han posat en marxa tots els projectes de televisió local inicialment previstos. (...) Quan ja han passat més de sis mesos de l'anomenada «apagada analògica»¹⁴. A data de 2015, a més, l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014* recapitula: "D'una banda, amb la transició a la TDT, la crisi publicitària i la crisi dels pressupostos públics, s'han produït tancaments de canals i s'ha cancel·lat la posada en marxa de molts operadors (Guimerà i Orts, Alborch Gil, 2011), factors que han pressionat a la baixa el pes dels operadors locals públics en el mercat televisiu i publicitari local" (Bergés, L; Puig, N. 2015: 92).

El canvi de model de televisió ha anat més enllà de la novetat de la tecnologia. Les polítiques d'implantació de la TDT formulades des del Govern estatal van determinar l'organització de la televisió local digital "a partir d'una unitat bàsica que s'anomena demarcació (...) [integrada] per conjunts de municipis que no constitueixen una unitat administrativa o política reconeguda" (CAC, 2009: 7). Per tant, s'ha configurat "l'aparició d'un model de gestió completament nou a la televisió pública local, ja que en l'era analògica cada ajuntament podia disposar del seu propi canal. Són precisament aquests nous canals de gestió conjunta [a través de consorcis] els que han causat més problemes en la implantació de la TDT a Catalunya: dels 25 que no emetien el maig de 2010, 24 corresponien a grups de municipis que no van aconseguir posar-se d'acord" (Guimerà i Orts, J. A., Alborch Gil, F., 2011: 295).

Els canvis pels quals ha passat la televisió local a Catalunya, en el marc de la implantació de la TDT-L, han derivat, per a Guimerà i Alborch, en "una forta reestructuració" d'aquest sector perquè "la transició digital d'aquesta modalitat televisiva no s'ha fet tenint en compte la realitat analògica preexistent, sinó (...) que introdueix un model digital que poc té a veure amb el predominant a l'era analògica" (Guimerà i Orts, J. A., Alborch Gil, F., 2011: 294). En aquest sentit, el panorama televisiu derivat de la TDT-L es conforma ben diferent del que hi havia en l'entorn analògic, tant en nombre d'emissores com en el valor significatiu del fenomen.

Martori destaca a l'article «Televisió pública i era digital: les emissores de proximitat a Catalunya com a cas paradigmàtic en la seva adaptació a Internet» que "l'elevat nombre de projectes que no s'han posat en marxa, juntament amb les iniciatives que s'han clausurat, són símptomes evidents que el model de TDT-L pública ha presentat serioses dificultats de desenvolupament a Catalunya. De les 54 televisions locals públiques existents abans de la digitalització, s'ha passat a 11 iniciatives en l'actualitat" (Martori, 2014: 16). Aquesta xifra d'onze prestadors de televisió local pública en TDT-L

¹⁴ Maza, S. (2010: "Foto final o redefinició del mapa?", a *Antena Local. La revista de la Comunicació Local*, n. 71. P, 10. [En línia]: <http://www.radiolocal.cat/docs/71.pdf> Última consulta: 15/06/2015.

continua exacta el 2015, ja que de la recerca realitzada per aquesta anàlisi¹⁵ es constata que segueixen les emissions de les mateixes TDT-L.

Així doncs, l'apagada analògica que va donar pas a l'entrada en funcionament del nou model de Televisió Digital Terrestre Local (TDT-L) no ha estat sinó un agreujant pel conjunt de televisions locals, que coincideixen en la idea que el procés de digitalització ha derivat en la pèrdua del model de televisió analògica. Miquel Herrada, director de Cugat.cat (<http://www.cugat.cat/>), és un dels defensors d'aquest raonament, ja que assegura: "El mapa de TDT-L va desdibuixar el panorama comunicatiu que havia consolidat la televisió analògica"¹⁶.

Segons confirma Josep Àngel Guimerà, "les noves polítiques públiques que determinaven la implantació de la TDT-L no van tenir en compte els mitjans analògics existents. Per això, [municipis que havien tingut televisió analògica] van haver d'associar-se a d'altres municipis per fer una televisió molt més cara que no es pot pagar" (Jiménez, 2014: 22).

Concretament, la transició cap a la TDT-L ha "comportat una transformació que durant el bienni [2007-2008] ja s'ha deixat sentir en l'estructura del sector amb la desaparició d'operadors històrics, la transformació d'altres i el naixement d'emissores que ja emeten solament en digital" (Guimerà, J.À., et al. 2009: 219). Part dels problemes que deriven de la TDT-L es troben en els alts costos de gestió i en la reestructuració del sector local que ha suposat la TDT-L.

En una entrevista per la present anàlisi, el gerent de Penedès TV, Josep Alsina, incideix que "la TDT-L té els límits que té i les seves dificultats i complicacions, a més dels alts costos econòmics associats. El traspàs total cap a Internet és qüestió de temps, incloent també la possibilitat que les televisions intel·ligents puguin incorporar els continguts sense que es diferenciï si s'està consumint televisió digital terrestre o televisió per internet"¹⁷.

És a dir, ambdues plataformes emeten contingut televisiu, però el resultat d'una i de l'altra es poden diferenciar clarament. Concretament, el director de Tac12, Xavier Abelló, explica: "Apostem per un producte i dues maneres de presentar-ho: televisió i a la carta per internet", en una entrevista per la present recerca¹⁸.

¹⁵ Vegeu "Introducció", apartat "1.4. Metodologia".

¹⁶ Herrada, Miquel. 11 de març de 2015, entrevista telefònica.

¹⁷ Alsina, Josep. 10 de juny de 2015, entrevista telefònica.

¹⁸ Abelló, Xavier. 15 de juny de 2015. Entrevista telefònica. Tac12 és el programa públic de TDT-L al Camp de Tarragona.

Alhora, les circumstàncies econòmiques d'aquests anys arreu de l'Estat han derivat en el tancament de canals que estaven emetent i en el fet que d'altres no arribessin a posar-se en marxa. “La persistència de la crisi econòmica general i la seva mutació en crisi financera de les administracions públiques a partir de 2010” (Civil i Serra, M., et al. 2013: 202) expliquen les dificultats dels ajuntaments per engegar i prosperar els canals de TDT-L. Així, Martori remarca que “des de 2011 s'ha produït el tancament d'iniciatives, fins arribar al mapa actual, conformat per 11 TDT-L públiques, en lloc de les 37 possibles” (Martori, 2014: 15).

Encara que “el disseny del pas a la TDT de la televisió local ha estat fruit d'una intensa activitat normativa dels Govern i Parlament espanyols, que entre 2004 i 2005 aproven un pla tècnic i una Llei¹⁹ (...), prenent com a base la Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres” (CAC, 2009: 7), la TDT-L s'ha constatat com un fracàs. Monedero Morales, en aquest sentit, sentència la delicada situació de la televisió local, no només a Catalunya, sinó també a Espanya. “La televisió local pública a Espanya travessa una situació extrema que podria comprometre la seva existència a mitjà i llarg termini. (...) No ha estat fins la implantació de la TDT en l'espai local quan realment se l'ha ferit de mort” (Monedero Morales, 2012: 1).

Les crítiques són majoritàries quan es parla de TDT-L. En aquest sentit, Aida Martori comenta que “del model de TDT es deriven problemes estructurals importants que, agreujats per la crisi econòmica, han provocat la reducció del nombre de prestadors públics. La televisió digital terrestre conviu amb el fenomen emergent de la televisió per Internet o IPTV, que està tornant a la municipalització de les televisions de proximitat” (Martori, 2014: 9).

En aquesta investigació s'han detectat diferents casuístiques a través dels projectes coneguts. Per una banda, televisions per internet que només emeten al web, i per l'altra, altres canals que tenen presència a ambdues plataformes, és a dir, són a internet i simultàniament emeten a la TDT-L²⁰.

En el consorci Vallès Sud, a la demarcació de Sabadell, Sant Cugat havia de compartir programa de TDT amb Rubí, Cerdanyola del Vallès, Ripollet, Montcada i Reixac, Santa Perpètua de Mogoda, Sant Quirze del Vallès i Castellbisbal (CAC, 2009: 12). A partir de la distribució de canals, la Generalitat pretenia “que aquest nou programa, gestionat entre 8 municipis, arribés a bon port quan, de fet, hi havia més discrepàncies que acords. El canal no va arribar a emetre. Era lògic perquè no hi havia coherència comunicativa entre el conjunt de municipis que havien de formar consorci, no encaixava una única televisió que els abastés a tots. Nosaltres, però, ja havíem descobert internet des de feia

¹⁹ Llei de l'Estat 10/2005, de 14 de juny, de mesures urgents per a l'impuls de la televisió digital terrestre, la liberalització de la televisió per cable i de foment del pluralisme.

²⁰ Vegeu capítol 1: “Introducció”, apartat 1.1: “Justificació i delimitació de l'objecte d'estudi”.

uns quants anys i pel qual vam apostar des del primer moment. A més, la TDT-L no ens semblava viable ni pràctica, i amb una organització problemàtica per sí sola” (Herrada, 2015).

Herrada detalla que “la nostra transformació i entrada a internet es remunta cap a l'any 2002-2003, quan vam fer la migració de ràdio a plataforma multimèdia. En aquest punt situem l'inici a partir del qual posicionem Internet al centre de l'activitat. Ens considerem pioners en aquest aspecte” (Herrada, 2015). L'*Informe de la Comunicació a Catalunya* en l'edició 2007- 2008 va destacar aquest projecte en tant que era partícip d'un fenomen que començava a gestar-se aleshores: “Altres novetats locals a la Xarxa que no han rebut ajuts de la Generalitat són (...) Cugat.cat, el portal multimèdia de Ràdio Sant Cugat, gestionat per una redacció integrada que també produeix vídeo” (de Moragas i Spà, Miquel. et al, 2009: 223).

Amb el pas dels anys i de l'evolució tecnològica, Cugat.cat ha avançat en aquest aspecte i el 2015 se situa com una de les propostes comunicatives a la web més sofisticades a escala de Catalunya. “El punt en què ens trobem ara és resultat d'un progrés molt pautat i lent. Al començament, el projecte era molt diferent i podem destacar dues grans fases: el 2002-2003 comencem a generar vídeos i/o contingut audiovisual, però el 2009 arriba el canvi total. És llavors quan ens definim amb la marca Cugat.cat (<http://www.cugat.cat/>) i alhora amb Cugat.TV (<http://www.cugat.cat/tv>) per la televisió online” (Herrada, 2015).

En la mateixa línia de mitjà visible en diferents plataformes, la televisió local pública de Barcelona s'ha adaptat també a la web, atorgant-li una extraordinària presència i potència. En aquest sentit, Barcelona Televisió (en endavant BTV) ha donat a internet un ús encara més sofisticat, en comparació a la resta de televisions locals públiques catalanes, com també ho és el seu pressupost. El programa públic de TDT-L adjudicat a la capital catalana, BTV, correspon a la demarcació de Barcelona, juntament amb els prestadors L'Hospitalet TV, Badalona TV i TV Besòs (CAC, 2009: 27). Dels quatre prestadors, el 2014-2015 n'emeten tres, tot i que hi ha hagut canvis, sobretot a L'Hospitalet TV. Per aquesta recerca s'ha aconseguit informació de primera mà de BTV Notícies (<http://www.btv.cat/btvnoticies/>), i de L'H TV, però en el cas de Badalona TV, el tercer que queda encès, s'ha sol·licitat entrevista sense obtenir resposta del responsable²¹.

²¹ En els últims anys, Badalona TV ha viscut una situació interna delicada per pressions polítiques i intervencionisme governamental per part del líder del PP a la ciutat i alcalde fins a les eleccions municipals de maig de 2015, Xavier Garcia Albiol. El 2011, just en entrar com a alcalde, va nomenar Alberto Fernández Saltiveri (PP) com a càrrec de confiança del PP i com a gerent de Badalona Comunicació. Segons el diari *directe.cat*, “des que Saltiveri va arribar a Badalona Comunicació, la censura i altres pràctiques èticament reprovables al servei del PP són fets d'allò més habituals i coneguts de la seva línia directiva. Censura, mobbing, manipulació informativa i llistes negres són alguns exemples”. Notícia publicada a *Directe.cat* el

La televisió pública de Barcelona, que també ofereix una plataforma a internet (<http://www.btv.cat/>), va crear el 2009 “BTV Notícies (<http://www.btv.cat/btvnoticies/>)”, el portal web de notícies de BTV. Aquest projecte “és el resultat final de la reconversió del Diari de Barcelona²². Va arrancar el 7 de setembre de 2009”, comenta Rafael Luján, coordinador del portal BTV Notícies. “Es tractava d’un portal de notícies dissenyat pel mateix equip del Diari de Barcelona però clarament vinculat amb la cadena [de televisió]. La nova direcció volia recuperar el terme BTV com sempre s’havia conegut aquesta casa i aquest projecte sumava en aquesta direcció”²³. El fet d’anomenar aquest projecte BTV Notícies s’entén “perquè vam decidir crear una marca pròpia global, ja que l’audiència no relacionava el Diari de Barcelona amb la marca BTV”, detalla Luján en una entrevista pel present estudi²⁴.

Des de llavors, doncs, s’ha reconsiderat la «marca» BTV. Aquest pas ha portat a incorporar el web i la ràdio com dues “de les vies per les que es difon la marca, juntament amb el canal de TDT-L” (Luján, 2015). Aquesta aposta per internet, però, ha evolucionat alhora que ho han fet les innovacions tecnològiques. En aquest sentit, BTV Notícies “ha passat de ser un complement de la televisió a ser una eina més de la marca BTV. Al principi la web era un element perifèric de BTV on es *bolcava* el contingut emès en primera instància a la televisió” (Luján 2015), però amb les millores i els canvis tecnològics, “la TDT-L ha deixat de ser el *centre*, que ara ho és la marca com a tal”, determina Luján.

El projecte de televisió per internet és, també, l’opció que s’ha consolidat a Calella. En aquesta localitat maresmenca, la televisió pública hi ha tingut arrelament des de l’època analògica. Josep Matas, director tècnic i director en funcions de Calella TV (www.calellatv.cat), recorda que “Televisió de Calella va néixer el 1983 i va emetre en analògic fins que ens van imposar la TDT-L. El nou canal de televisió digital, M2TV, que va esdevenir el segon públic del Maresme, no va funcionar. Calella encapçalava el projecte i també era la seu de producció, però hi havia falta de suport per part dels altres municipis de l’Alt Maresme”²⁵ que compartien consorci. En opinió de l’alcadessa de Calella, Montserrat Candini, ~~detalla que~~, “en el cas de M2TV, no tots els municipis creuen en la televisió com

30/12/2014. [En línia]: <http://www.directe.cat/noticia/375100/qui-es-albertofernandez-saltiveri> Consulta: abril 2015.

²² Segons unes declaracions de Luján, que recull Saül Gordillo, “El Diari [de Barcelona] s’havia renovat el 2006 i s’havia convertit en una revista multimèdia en Flash, visualment impactant i un preludi del que podrien ser els productes destinats a les tauletes. El format interactiu permetia el tractament dels temes en profunditat, però la complexitat del Flash el feia un projecte poc flexible i gens pensat per a la cobertura de les notícies de darrera hora. (...) En aquell diari hi havia una secció de mapejat per trobar la notícia als carrers de Barcelona o la possibilitat d’opinar des de casa a través d’una webcam”. En línia: [<http://www.saul.cat/article/4671/rafel-lujan>]. Consulta: agost 2015.

²³ Publicació “Rafael Luján” al web personal de Saül Gordillo (www.saul.cat), el 7 de maig de 2015. En línia: [<http://www.saul.cat/article/4671/rafel-lujan>]. Consulta: agost 2015.

²⁴ Luján, Rafael. 2 de juny de 2015, entrevista telefònica.

²⁵ Matas, Josep. 6 de març de 2015 a Calella, entrevista personal.

a mitjà, és a dir, no l'entenen com un instrument útil i necessari, que és com s'hauria de concebre" (Jiménez, 2014: 22).

Des de Calella TV insisteixen en el fet que "la tradició del municipi vers la televisió local és una realitat i no ens sentíem recolzats en suficient mesura com per poder tirar endavant el projecte" (Matas, 2015). Manca de suport i manca, conseqüentment, de finançament. Aquesta situació ja va fer endarrerir "la posada en marxa [de M2TV] en comparació amb els altres prestadors [de Catalunya], per falta de compenetració entre els municipis i problemes de liquiditat en els mateixos, que agreujaven encara més la viabilitat de M2TV" (Jiménez, 2014: 26). Així doncs, es va inaugurar oficialment el 23 d'abril de 2010, però les emissions del nou canal no van arribar als dos anys de durada²⁶.

L'alcalde de Calella resumia així les causes principals de la dissolució del canal: "Per una banda, entre els municipis socis [del consorci] no hi ha suficient cultura de comunicació" i, per l'altra, "el fet de ser pocs municipis dificulta que aquests puguin assumir el cost global de la televisió" (Jiménez, 2014: 26). Paral·lelament a la trajectòria de TDT-L, Calella TV va apostar per la plataforma web i, abans de tancar les emissions per televisió digital terrestre, "vam crear el nostre canal de televisió per internet el 2011. Volíem una plataforma visual, feta per nosaltres que, evidentment, vam treure rendiment de manera més intensa un cop M2TV es va dissoldre" (Matas, 2015).

En l'altre extrem de la comarca, el projecte de TDT-L M1TV²⁷ no va convèncer a tots els municipis que, en un principi, formaven part de la demarcació. Vilassar de Mar és un dels pobles que va refusar l'entrada al Consorci Digital Maresme. En el seu lloc va crear el projecte televisiu VdM'TV (vimeo.com/vilassardemar), a partir "d'una iniciativa de la Regidoria de Comunicació, Atenció al ciutadà i Noves tecnologies de l'Ajuntament i de la pròpia emissora de ràdio municipal, que se n'encarrega de la direcció i producció", explica el director de Vilassar Ràdio i VdM'TV, Jaume Cabot, en una entrevista per aquesta recerca²⁸. En una entrevista anterior, realitzada el 2014, va reconèixer, a més, que el municipi "no va voler entrar a M1TV [Consorci Maresme Digital TV] perquè no li interessava pagar 20.000€ l'any per sortir a les tres de la matinada" (Jiménez, 2014: 29).

Tot i rebutjar entrar al consorci, l'aposta del municipi per la comunicació local -evident des de la dècada de 1980- i també per internet va convergir en el fet que Vilassar de Mar es plantegés una nova plataforma de comunicació des d'aquest nou àmbit. "Vam aprofitar, també, la inauguració dels

²⁶ Notícia publicada el 28 de febrer de 2012 a Ràdio Pineda.

<http://www.radiopineda.cat/ca/front/noticies/detall/id/1574>. Consulta: maig 2015.

²⁷ No s'ha aconseguit l'entrevista al director de M1TV, Pep Andreu, tot i haver contactat amb ell.

²⁸ Cabot, Jaume. 9 d'abril de 2015, entrevista telefònica.

nous estudis de la ràdio el 2010, on hi vam incorporar un petit plató de televisió. Així, el 2011 ja estàvem disposats i preparats per començar a treballar en format audiovisual” (Cabot, 2015). Més endavant, “el febrer de 2014 [...] es posa en marxa la migració dels continguts audiovisuals de VdM’TV (<http://tv.vilassademar.cat/>) a la plataforma professional de Vimeo (vimeo.com/vilassardemar) [l’actual a data de 2015], que permetrà més compatibilitat i accessibilitat, alhora que suposarà una reducció de despeses (Cabot, 2014)” (Jiménez, 2014: 71).

En relació a aquests dos programes públics del Maresme [m1tv i m2tv], i des d’una visió externa, Xavier Abelló, director de Tac12, menciona que al “Camp de Tarragona es va planificar una televisió pública, Tac 12, la qual “tenia més possibilitats de ser viable que no pas d’altres canals públics programats en d’altres indrets del territori, com ara els dos canals del Maresme [m1tv i m2tv]” per la seva envergadura quant a nombre de municipis socis, és a dir, consorcis com aquests “no es podien mantenir pel seu elevat cost entre tants pocs municipis, d’una sola comarca i, a més, en els temps que corrien. En el nostre cas [Tac12] hi havia un cost més racional”, ja que hi havia més ajuntaments entre els quals “dividir el cost del canal” (Abelló, 2015).

A la comarca de La Selva, l’entrada a la TDT-L també va ser problemàtica a causa de la gestió conjunta entre diversos municipis. Així doncs, el programa públic que es va adjudicar el 2005, corresponent als municipis de Blanes, Lloret i Tossa, “no es va posar en marxa, tot i que sí ho van fer els respectius òrgans jurídics, just abans de les eleccions municipals de 2007. Els motius principals van ser els problemes econòmics que van aflorar a partir de l’any 2008” i que es relacionen amb la crisi econòmica; però també els malentesos sorgits a nivell polític a causa de la rivalitat entre els mateixos “municipis que havien de constituir el consorci, sobretot entre Lloret i Blanes”, remarca Fina Vieta, responsable de la Secció de Participació Ciutadana de l’Ajuntament de Lloret de Mar, en una entrevista per aquesta recerca²⁹.

De fet, “no es va arribar a un acord perquè ambdues poblacions no coincidien amb les necessitats i objectius propis. Tossa de Mar no va ser protagonista d’aquest estira-i-arronsa perquè és un poble molt més petit [5.681 habitants³⁰] i entenia que es podia adaptar en qualsevol decisió”(Vieta, 2015). A banda, però, La Selva és una comarca complicada quant a “l’orografia, perquè té zones aïllades, com urbanitzacions a les muntanyes o penya-segats, que dificulten la transmissió del senyal de la televisió. I això es va veure com un element que entorpiria la correcta transmissió del senyal” (Vieta, 2015).

²⁹ Vieta, Fina. 6 de març de 2015 a Lloret de Mar, entrevista personal.

³⁰ Dada extreta de l’Idescat: <http://www.idescat.cat/emex/?id=172023&lang=es> Consulta: maig 2015.

Per la seva part, en concordança amb l'apagada analògica, el 30 de març de 2010 van acabar les emissions del canal municipal TV Blanes, “en antena des de 1994. Fins arribar a la plataforma actual (<https://www.youtube.com/user/televisioblanes>), que es va engegar el gener del 2012, vam passar per gairebé dos anys d'impàs en què es van portar a terme les negociacions fallides amb Lloret i Tossa pel consorci de TDT-L i l'inici d'una plataforma de pagament de televisió per internet, i gestionada per un equip municipal³¹”, contextualitza Eva Palau, responsable del Servei de Comunicació de l'Ajuntament de Blanes, en una entrevista per aquesta recerca³².

En aquest sentit, segons informa el diari AraGirona.cat, la falta de disposició dels altres dos municipis per encarar els costos de la TDT-L va deixar “l'Ajuntament de Blanes sol per impulsar aquest canal. [Segons l'alcalde], la crisi fa totalment inviable que el municipi pugui desembutxacar més de 600.000 euros. En canvi, ha anunciat que al novembre [de 2010] es posarà en marxa un canal de televisió per Internet que permetrà als internautes descarregar-se vídeos, consultar informació i, fins i tot, emetre en directe”³³.

Al consistori blanenc, la idea d'emetre per internet ha tingut més bona rebuda que no pas la implantació de TDT-L, encara que va implicar-se igualment per aconseguir formar el consorci. En paraules del regidor de Mitjans de Comunicació de Blanes, Joaquim Torrecillas, “el canal [referint-se al primer projecte, no a l'actual] serà molt accessible i permet 'garantir informació' a qualsevol lloc i hora. (...) i descarregar vídeos”³⁴. La mateixa notícia que recull aquestes declaracions apuntava: “Segons ha indicat el regidor, Blanes es convertirà en el segon municipi català després d'El Prat en tenir un canal municipal de televisió per Internet”.

El projecte es va posar en marxa el 2010, però la crisi econòmica va calar de tal manera al consistori que “a finals de 2011 una reestructuració de personal em va deixar a mi sola dins el departament i, en conseqüència, aquesta primera incursió a Internet es va veure abocada al tancament. Després de la retallada, tant en personal com en despeses, la continuïtat d'un canal de televisió per internet a

³¹ Aquesta primera aposta de televisió per internet del consistori blanenc tenia un cost mensual de 1.200 euros, segons informa la notícia publicada el 26 d'octubre de 2010 a *Aragirona*. En línia: [\[http://www.aragirona.cat/noticia/2010/10/26/blanes-impulsa-un-canal-de-televisio-per-internet-perque-cap-altre-ajuntament-posa-diners-\]](http://www.aragirona.cat/noticia/2010/10/26/blanes-impulsa-un-canal-de-televisio-per-internet-perque-cap-altre-ajuntament-posa-diners-) Consulta: maig 2015

³² Palau, Eva. 12 de març de 2015 a Blanes, entrevista personal.

³³ Notícia publicada el 26 d'octubre de 2010 a *Aragirona*. En línia: [\[http://www.aragirona.cat/noticia/2010/10/26/blanes-impulsa-un-canal-de-televisio-per-internet-perque-cap-altre-ajuntament-posa-diners-\]](http://www.aragirona.cat/noticia/2010/10/26/blanes-impulsa-un-canal-de-televisio-per-internet-perque-cap-altre-ajuntament-posa-diners-) Consulta: maig 2015

³⁴ Notícia publicada el 26 d'octubre de 2010 a *Aragirona*. En línia: [\[http://www.aragirona.cat/noticia/2010/10/26/blanes-impulsa-un-canal-de-televisio-per-internet-perque-cap-altre-ajuntament-posa-diners-\]](http://www.aragirona.cat/noticia/2010/10/26/blanes-impulsa-un-canal-de-televisio-per-internet-perque-cap-altre-ajuntament-posa-diners-) Consulta: maig 2015

Blanes passava per situar-nos a la plataforma Youtube, que és de cost zero” (Palau, 2015) i que és la que actualment [2015] està en funcionament.

Lloret de Mar, per la seva banda, també ha optat per Youtube pel que fa a canal municipal de televisió per internet. Tot i que en un principi (i fins el març de 2015) estava en una pàgina web, ara el servei està disponible a la nova eina on-line (<https://www.youtube.com/channel/UCz8Pi-6i45THSdUku7poHyA>). En l'àmbit privat, “a Lloret existeix Miramar TV i fins fa 2-3 anys també Canal Català Selva (Televisió de Lloret, SL), que va tancar les emissions a la comarca. Un cop desapareix aquest canal, l'equip que en formava part passa a treballar per Lloret TV, que pertany a l'ajuntament i, per tant, és pública. El que fem els tècnics del consistori des de 1999 és decidir els continguts a publicar (la temàtica o la notícia rellevant). L'Ajuntament subcontracta una productora perquè s'encarregui de la producció en format audiovisual d'aquestes peces. L'equip del que va ser Canal Català Selva se'n va responsabilitzar des que aquest va tancar, però a mitjan febrer s'ha fet un concurs públic, i a partir d'ara se n'encarregarà una empresa d'Olot” (Vieta, 2015).

Un seguit de circumstàncies similars al cas de La Selva han ocorregut al Garraf. La distribució de concessions dels programes públics de la TDT-L, duta a terme el 2005, va adjudicar a la demarcació de Vilanova i la Geltrú dos programes públics: Consorci TV Digital Garraf i Consorci Penedès TV. La singularitat del primer passava perquè “va unir en un mateix consorci les dues televisions locals públiques (analògiques) de la comarca, ambdues molt arrelades als municipis corresponents: Maricel TV a Sitges i Canal Blau a Vilanova i la Geltrú; i on també hi figuraven els municipis de Sant Pere de Ribes, Cubelles, Canyelles i Olivella”, explica Carola Fernández, directora de Maricel TV, en una entrevista per aquesta recerca³⁵.

Així mateix, “l'entrada a la televisió digital terrestre de Canal Blau i Maricel Televisió va permetre recordar els orígens de dos canals nascuts fa gairebé vint i deu anys, respectivament, amb una vocació de servei local que s'ha estès a l'àmbit comarcal”³⁶. Concretament, el canal públic a Sitges es va crear “el 1999 i va emetre en analògic fins el 2009” (Fernández, 2015).

El Consorci TV Digital Garraf va estar integrat per Sitges “des de 2009 fins el 2013, quan decideix sortir per independitzar-se i tornar a l'entorn estrictament local, ara des d'internet” (Fernández, 2015). Tal i com es recull a la pròpia pàgina web (<http://mariceltv.xiptv.cat/>), “des de març de 2013 emet de manera íntegra per internet convertint-se així en una televisió IP i mantenint intacta la voluntat d'informar i ensenyar tot el que passa a Sitges dia a dia”.

³⁵ Fernández, Carola. 17 de març de 2015, entrevista telefònica.

³⁶ Notícia publicada el 25 d'abril de 2009 a *El Punt Avui*: <http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/lliure/13-comunicacio/20-comunicacio/30286-llibres-roses-i-tdt.html> Consulta: maig 2015.

La sortida d'aquest municipi del consorci va estar provocada per “motius estrictament polítics i econòmics, ja que el projecte comarcal no es va creure des de les altes esferes, quan a nivell periodístic sí que es va fer. Ens ho vam creure fins al punt que, per exemple, tot i tenir els estudis a Vilanova i la Geltrú, buscàvem opinions als diferents pobles del consorci, sempre i quan fos pertinent fer-ho. Així, elaboràvem peces informatives amb diversitat d'opinions i reforçàvem la identitat de comarca” (Fernández, 2015). En aquesta direcció, Rafael Roig, regidor delegat de Comunicació de l'Ajuntament de Sitges, remarca que: “Ens hem convertit en un model de televisió a seguir per altres experiències públiques perquè hem sabut superar el localisme en benefici de tots”³⁷, en referència al vincle comunicatiu [de TDT-L] que, segons Roig, hi havia entre Sitges i Vilanova i la Geltrú.

No obstant la bona entesa a nivell professional, les desavinences polítiques en la gestió eren tals que TV del Garraf “no va arribar a tenir logotip propi sinó que es van mantenir tant el de Maricel TV com el de Canal Blau, l'un al costat de l'altre”. L'experiència a la TDT-L, en opinió de Carola Fernández, en representació de Maricel TV, “va ser un fracàs”. Tot i això, “el canal comarcal encara emet i nosaltres hi col·laborem en dates puntuals, com ara Carnaval o Reis” (Fernández, 2015).

El segon prestador públic de la demarcació l'ha liderat Vilafranca del Penedès. Aquesta localitat, en principi, compartia multiplex i, per tant, també consorci, amb “Sant Sadurní d'Anoia, Santa Margarida i els Monjos, Gelida, la Granada, El Vendrell i Calafell” (CAC, 2009: 12); però a l'hora de la veritat, davant la negativa de la resta de municipis a col·laborar amb el projecte, “Vilafranca ha esdevingut el soci únic del consorci i, en conseqüència, la gestió del programa de TDT-L s'ha delegat a RTV Vilafranca” (Alsina, 2015). En aquest sentit, el gerent de Penedès TV es refereix al fet que aquesta “és l'emissora pública del Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès, constituït l'any 2007 i integrat en exclusiva per l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès” (Alsina, 2015).

Així doncs, Vilafranca del Penedès continua la seva aposta i tradició per la televisió local pública, que es remunta a l'època analògica. El 2003, Vilafranca obria horitzons a Internet amb una plataforma web pròpia (<http://www.rtvvilafranca.cat/penedes-tv>). Llavors “teníem una web estàtica. Però des de 2009, els canvis implementats al llarg dels anys permeten que a través de la pàgina web es pugui veure el mateix contingut que pel canal de TDT-L”. Efectivament, després de l'apagada analògica, “les primeres emissions de TDT-L de forma oficial amb el nom de Penedès TV es van començar coincidint amb la Diada de l'11 de setembre del 2009. Des d'aleshores, Penedès TV ofereix les

³⁷ Notícia publicada el 17 de febrer de 2011 al web de l'Ajuntament de Sitges. En línia: [\[http://www.sitges.cat/jsp/noticies/detall.jsp?id=45153944\]](http://www.sitges.cat/jsp/noticies/detall.jsp?id=45153944) Consulta: maig 2015.

emissions en digital per una població de més de 300.000 habitants de l'Alt, Baix Penedès i Garraf"³⁸. En relació a les noves oportunitats a Internet, "la web ha estat un camí molt oportú per moltes televisions locals que no es poden permetre emetre per TDT i, consegüentment, han trobat en la web una solució per continuar fent televisió" (Alsina, 2015).

Durant un període, El Vendrell compartia consorci amb Vilafranca del Penedès. El director de RTV El Vendrell, Pep Vinyes, ho contextualitza en una entrevista per aquesta recerca: "Vam emetre en TDT-L durant un any, fins l'abril de 2013. En aquell moment no vam continuar per problemes polítics, que no tant tècnics". Des de 2013, "un acord amb el canal privat *El 3 de Vuit* ens permet estar presents a la TDT-L, ja que hem establert unes franges horàries on s'emet el contingut produït per RTVE El Vendrell i una altra franja on la producció corre a compte seu" (Vinyes, 2015). Joan Vila recollia aquesta situació a *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*: "Es dona també el cas curiós de l'Ajuntament del Vendrell, que es va retirar del consorci de l'Alt Penedès i que des de l'abril de 2013 té llogada la freqüència que va guanyar en concurs l'editora del setmanari *El 3 de Vuit*" (Vila, Joan 2015: 67).

Vinyes confirma que "de fet, abans que hi hagués TDT-L ja vam crear la pàgina web, però òbviament era molt més bàsica que l'actual (<http://www.rtvvelvendrell.cat/>). Només hi havia algun tipus d'informació, les vies de contacte i poca cosa més. Després, amb el temps, s'ha pogut anar millorant la pròpia web i ampliant continguts, fins al dia d'avui" (Vinyes, 2015).

A la demarcació de Cornellà es van planificar 4 programes públics. Begues, Castelldefels, El Prat, Gavà, Sant Boi, Sant Climent i Viladecans van acordar la constitució del "Consorti de la TDT, que s'encarregarà de gestionar la televisió digital local de la demarcació del Delta del Llobregat"³⁹. Però el 2009, el canal encara no estava en marxa. De fet, aquesta era la situació en què es trobaven la majoria dels programes públics de TDT-L previstos. Concretament, "dels 37 programes públics que s'han de posar en marxa a Catalunya, només 11 estan emeten el setembre de 2009: 3 corresponen a programes unimunicipals, 7 –dels 33 que s'han de crear- a consorcis que agrupen diversos municipis i [1 correspon] l'emissió de continguts que realitza l'Ajuntament de l'Escala" (CAC, 2009: 27).

Fins i tot el 2007 *Antena Local* ja va constatar que "els responsables polítics de la Generalitat estan preocupats per la lentitud amb què els ajuntaments constitueixen consorcis per (teòricament)

³⁸ Notícia publicada el 25 de febrer del 2010. En línia: [<http://www.rtvvilafranca.cat/2010/02/a-les-9-daquest-mati-sha-fet-lapagada-analogica-del-montgros-el-principal-centre-emissor-de-televisio-de-les-comarques-del-lalt-penedes-i-garraf/>]. Consulta: juliol 2015.

³⁹ Notícia publicada el 20 de setembre de 2007. [En línia]: <http://www.vilaweb.cat/noticia/2559087/20070920/constituit-consorci-tdt-delta-baix-llobregat.html> Consulta: maig 2015.

gestionar un canal televisiu i, encara més, per l'escàs entusiasme que en molts d'ells els desperta la idea de fer una televisió que suposa un sacrifici important per les seves arques municipals" (Comunicàlia, 2007: 3)⁴⁰.

Al respecte, el director de Gavà TV, Josep Antoni Moreno, retreu en una entrevista per aquesta anàlisi que, en la formació de les demarcacions, el "Govern pretenia que ciutats i municipis de realitats diverses es posessin d'acord per fer un canal de televisió comú a través dels consorcis, i això no ha funcionat. En el cas del Consorci Delta TV, havien de convergir ciutats molt grans, cadascuna amb les seves especificitats i, a banda, teníem el handicap que ja hi havia dues televisions analògiques entre els municipis consorciats: Gavà TV i Viladecans TV"⁴¹. I, de manera incisiva, afegeix que "aquell projecte de TDT-L va fracassar perquè no hi havia forma humana d'arribar a un acord entre els municipis. Era un problema de lideratge, de la mateixa manera que no es poden posar cinc galls en un galliner, sinó un gall i cinc gallines"⁴² (Moreno, 2015).

En el cas del Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta, on hi havia Gavà, els ajuntaments integrants van decidir a finals de 2008 "prioritzar altres temes de caire més social" i suspendre "transitoriament l'evolució del projecte de Delta TV (...)"⁴³. Més endavant, el factor econòmic va motivar la dissolució d'aquest consorci el 2011, atès que "les emissions serien inviables"⁴⁴. De fet, "fonts municipals [de Gavà] han descartat que pugui assumir en solitari els costos de funcionament d'un canal de televisió en TDT. La intenció de l'Ajuntament de Gavà és fer una televisió més barata a la web"⁴⁵

Segons Moreno, "va arribar un punt en què la crisi econòmica no afluixava i l'Ajuntament va decidir prescindir del servei. Si no hi hagués hagut crisi, el projecte de TDT-L potser hauria estat més satisfactori o menys dramàtic, però no va ser així" (Moreno, 2015). Sergio Medina, tècnic de comunicació de l'Ajuntament de Castelldefels, detalla en una entrevista per la present anàlisi que, a

⁴⁰ Extret de "L'editorial", publicat a *Antena Local*. La revista de la Comunicació Local, n. 57; pàg. 3. En línia: [\[http://www.radiolocal.cat/docs/57.pdf\]](http://www.radiolocal.cat/docs/57.pdf) Consulta: maig 2015.

⁴¹ Moreno, Josep Antoni. 10 d'abril de 2015, entrevista telefònica.

⁴² En referència al fet que els consorcis que comptaven amb diversos municipis/ciutats mitjans/grans tenien més dificultats que no pas els que estaven formats per un de més gran, amb més habitants i més lideratge que la resta de municipis consorciats.

⁴³ Notícia publicada el 10 de desembre de 2008 al web de l'Ajuntament d'El Prat: http://www.elprat.cat/noticies/detallNoticia/_ZCZRBU1Qu4chuvn2OwPJaeGiRVWJrJN3ZPRUMelAXiVyx_XZRxd_b_g Consulta: maig 2015.

⁴⁴ Notícia publicada el 6 de desembre de 2011 a *La Premsa del Baix*: <http://www.laprensadelbaix.es/societat-1/4gava-tanca-la-seva-televisio-per-tdt-i-emetra-per-internet.html> Consulta: maig 2015.

⁴⁵ Notícia publicada el 6 de desembre de 2011 a *La Premsa del Baix*: <http://www.laprensadelbaix.es/societat-1/4gava-tanca-la-seva-televisio-per-tdt-i-emetra-per-internet.html> Consulta: maig 2015

partir del moment en què s'atorguen les llicències de TDT-L, “va néixer un projecte conjunt de fer televisió digital entre diversos municipis, però amb la crisi es va quedar en projecte”⁴⁶.

Aquests municipis van apartar-se del projecte de TDT-L en comú, però a nivell individual, el terreny internet es va veure com una solució. Dels 6 municipis que formaven part d'aquest consorci, quatre van apostar en el seu moment per potenciar la televisió local per internet i, el 2015, encara hi són presents (El Prat, Gavà, Castelldefels i Viladecans). Tenir la informació pertinent de totes quatre, com és el cas d'aquest treball, permet una visió profunda i contrastada de la situació.

El projecte El Prat TV (elprat.tv) va resultar d'una “proposta integradora dels mitjans de comunicació locals públics el 2008 i, per tant, contempla una redacció integrada juntament amb l'equip de Prat Ràdio”, apunta Òscar Sánchez, el seu director, en una entrevista per aquest estudi⁴⁷. El resultat és “una plataforma audiovisual a través d'Internet (web-tv o TV IP) que combina el millor del món de la televisió amb les possibilitats de la xarxa. Del món de la televisió pren la força dels mitjans audiovisuals i d'Internet pren la facilitat d'accés al canal on i quan es vulgui, la interactivitat i la possibilitat d'oferir serveis multimèdia”⁴⁸. L'aposta de Gavà al web -Gavà TV (<http://www.gavatv.cat>)- va transcórrer al mateix temps de “l'acomiadament del 75% de la plantilla que conformava la televisió digital, és a dir, 7 persones. Ara, formem part directament de l'Ajuntament (departament) i som quatre persones treballant per la televisió IP” (Moreno, 2015). En xifres, el finançament de la televisió “abans de la crisi era de 600.000€ l'any, però aquest es va veure reduït fins a 150.000€, pertanyents al projecte web, que donen per sous i poc més”, afegeix Moreno.

En el cas de Viladecans, la web tv local pública Viladecans TV (<http://www.viladecanstv.tv/>) “ha iniciat la seva activitat [el 2009] amb la voluntat de convertir-se en el mitjà de comunicació audiovisual de referència del municipi per a tothom i, així, complementar els mitjans municipals existents”⁴⁹. El mateix Ajuntament afirma en la mateixa notícia que “VTV és una plataforma a través d'Internet (web tv o televisió per IP) que combina la força d'un mitjà com la televisió amb les possibilitats de la xarxa”, és a dir, “facilitat d'accés al canal des d'on i quan es vulgui, interactivitat i possibilitat d'oferir serveis multimèdia”.

Segons corrobora l'actual editor d'aquest projecte, Lluís Àngel Ouro, en una entrevista per aquest treball, Viladecans TV “es crea a finals de 2009 després que Localia – Televisió de Viladecans- cessi la

⁴⁶ Medina, Sergio. 15 de juny de 2015, entrevista telefònica.

⁴⁷ Sánchez, Òscar. 19 de març de 2015, entrevista telefònica.

⁴⁸ Informació extreta del propi web televisiu d'El Prat: <http://elprat.tv/> Consulta: juny 2015.

⁴⁹ Informació extreta de la web de l'Ajuntament de Viladecans: http://www.aj-viladecans.es/Plantilles/presentacio_m/btmjmZn3513F_2Pe_gFRyDp4PE8Wj0dJXLjsELGC-EA

seva activitat a començaments d'aquell mateix any, coincidint amb el tancament de les televisions locals agrupades sota la seva marca"⁵⁰. *El País* va recollir en el seu moment la notícia: "El consell d'administració de Pretesa, societat propietat del Grup PRISA, ha decidit el tancament de la xarxa de televisió Localia, que agrupa al voltant de 80 emissores locals i regionals. (...) PRISA ha justificat el cessament de l'activitat de Localia davant 'les dificultats i incoherències que presenta el marc regulador actual', la 'saturació de llicències' de televisió digital terrestre (TDT) i 'el desordenat desenvolupament del sector, que impossibiliten la viabilitat del projecte'⁵¹.

Explica Ouro que, "en el cas de Localia, el seu tancament va ser una mica posterior a l'inici de les emissions de Cuatro substituïnt a Canal+. El grup empresarial que les sustentava a totes dues va optar per centrar-se en Cuatro i prescindir de Localia" (Ouro, 2015), i afegeix: "Abans de ser web tv, Viladecans TV corresponia a LOCALIA i era, per tant, una televisió privada que pertanyia a Prisa. En l'etapa analògica, el municipi li donava suport quant al lloguer d'espais. Entre finals de 2008 i principis de 2009 és el moment en què Prisa aconsegueix la llicència per Cuatro, el canal de cobertura estatal. Arribats a aquest punt, el conglomerat multimèdia va decidir desfer-se de les emissores locals (Localia) per centrar-se només en la cadena estatal (Cuatro)" (Ouro, 2015).

En part per l'herència analògica i en part per les noves oportunitats a Internet, després de marxar Localia, "l'ajuntament decideix continuar amb la televisió local. I el setembre de 2009 comença a emetre Viladecans TV com a web tv", recorda Ouro. I afegeix: "Vam començar un nou projecte des de 0. L'equip som 3, subcontractats per Lavinia: 2 persones a jornada completa i 1 persona a mitja jornada el cap de setmana" (Ouro, 2015).

El 2009 també va ser l'any en què Castelldefels va fer el pas cap a la televisió per internet, amb la creació del projecte Castelldefels TV (<http://www.castelldefelstv.org/tv/actualitat/>). És la primera aposta de televisió en aquesta localitat, ja que "no hi havia hagut televisió analògica al poble. Castelldefels mai ha tingut televisió abans de l'era internet" (Medina, 2015).

En aquest sentit, Medina explica que "Internet va facilitar la posada en marxa d'una televisió al nostre municipi. Amb la crisi econòmica just a sobre, es va valorar com una opció *low cost* per tenir televisió i continguts audiovisuals locals públics" (Medina, 2015). Una alternativa viable que redueix els costos i permet elaborar continguts també d'una manera més senzilla. Així, el mateix Medina detalla que "mantenir una televisió tradicional és molt costós per l'encariment que suposa tenir programació, platós i el corresponent manteniment...", quelcom que, "amb només un treballador,

⁵⁰ Ouro, Lluís Àngel. 1 de juliol de 2015, entrevista via correu electrònic.

⁵¹ Notícia publicada a *El País* el 14 de novembre de 2008. En línia:

[http://elpais.com/diario/2008/11/14/sociedad/1226617204_850215.html] Consulta: juliol 2015.

no és viable. En canvi, amb l'opció d'internet, amb una persona, una càmera i un ordinador pots anar fent. De fet, és el que fem aquí a Castelldefels", puntualitza (Medina, 2015).

Encara a la demarcació de Cornellà, la planificació de TDT-L hi va reservar un altre programa públic, que havia de gestionar el Consorci Teledigital del Baix Llobregat Centre. Hauria d'estar format per "Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Sant Joan Despí i Sant Just Desvern" (CAC, 2009:12). D'aquests quatre municipis, trobem Sant Joan Despí en un projecte web, després que el consorci de TDT-L no arribés a emetre. En relació a aquesta TDT-L fallida, el responsable tècnic de Despí TV (<http://www.despi.tv>), Pere-Josep Pérez, explica en una entrevista per aquest treball que "formàvem part del MUX de Cornellà. En aquell moment es van seguir els passos corresponents per posar en marxa el consorci, però en veure els números vam tirar-nos enrere perquè era una quantitat inassumible i, de fet, mai ens vam plantejar fer una inversió d'aquestes dimensions, i més, per un poble de 38.000 habitants. Vam renunciar, doncs, a emetre en TDT-L"⁵².

Pérez reconeix que "només el transport de la senyal era molt car". Explica que "vam fer els càlculs però de seguida ho vam descartar i encara no havia arribat la crisi. Més endavant encara hagués estat més clar que no era viable" (Pérez, 2015). Com a alternativa, aquest espai de televisió a internet va "començar a funcionar el setembre de 2010, ara farà 5 anys. Tot va venir perquè pujàvem vídeos a la web municipal sense cap regularitat i, arran de l'arrancada del projecte Xip TV (<http://www.xiptv.cat>) de la Diputació de Barcelona, en una reunió vam plantejar apuntar-nos-hi. D'aquesta manera tenim accés a la xarxa sense cost", perquè a dia d'avui "només som 2 persones, corresponents al Departament de Premsa del consistori i tot ho fem amb recursos propis ja que no disposem de finançament ni pressupost" (Pérez, 2015).

Aquesta experiència web que neix el 2010 és, doncs, la primera "aposta de televisió local pública que fa Sant Joan Despí" perquè anteriorment "no hi va haver ni TDT-L ni televisió analògica" (Pérez, 2015). En relació a aquest projecte web, per "les televisions locals, fer aquest pas de forma individual els pot representar costos difícils d'assumir. Per això, la Xarxa Audiovisual Local, obeint els seus principis cooperatius, ofereix a les televisions adherides xip/tv, una plataforma de distribució per internet de continguts audiovisuals sota demanda"⁵³.

Encara a la demarcació de Cornellà, Vallirana, un dels municipis amb una llarga tradició per la televisió local, constava com a municipi soci en un tercer programa públic. Amb l'entrada de la TDT-

⁵² Pérez, Pere-Josep. 6 de maig de 2015, entrevista telefònica.

⁵³ Notícia publicada a Blogs La Xarxa el 16 de desembre de 2009. En línia: <http://blogstv.laxarxa.com/xarxacom/2009/12/la-televisio-a-la-carta-per-internet-ara-a-l%E2%80%99abast-dels-canal-local-amb-xiptv/> Consulta: juliol 2015.

L, la continuïtat en antena es va veure afectada, però “no ens van treure les ganes de seguir fent televisió. De fet, Vallirana TV és la segona televisió més antiga de Catalunya a nivell local i la primera a nivell municipal, ja que el 1983 ja es va constituir de manera oficial”, apunta Carles Cabilla, responsable del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Vallirana, en una entrevista per aquesta anàlisi⁵⁴.

En relació al projecte TDT-L, afegeix: “No ens acabava d'entusiasmar la idea. Si s'hagués configurat un projecte millor podria haver sortit una televisió de TDT-L, però ho vèiem amb recança perquè col·laborar amb municipis més grans ens faria perdre protagonisme dintre d'una televisió semi-comarcal”. El problema, especifica Cabilla, “es va centrar en les converses polítiques amb la resta de municipis, que no van quallar. A més, l'acord [per endegar el consorci] no es va fer efectiu en part a causa del cost econòmic, ja que algú havia d'assumir tenir els estudis amb un plató i el cost del senyal”.

Un cop descartada la possibilitat d'emetre per TDT-L, Internet va donar una oportunitat, un cop més. “En el moment en què vam tenir clar que per TDT-L no podíem continuar, vam buscar alternatives. Vam creure que tenir la web Vallirana TV (<http://www.vallirana.tv/TVRVallirana.html#>) on pujar continguts era una bona opció per mantenir viva la televisió local, tot i que amb unes condicions molt més limitades a nivell de producció, a diferència d'altres èpoques” (Cabilla, 2015). En aquest sentit, el mateix responsable de la televisió detalla que “per fer la inversió de la web tv el 2009, ens vam afegir a les ajudes que facilitava el Govern espanyol, els coneguts plans locals de Zapatero” (Cabilla, 2009). Concretament, “el Fons Estatal d'Inversió Local (FEIL) es va crear en el marc del ‘Pla E’ per afavorir aquelles inversions d'execució immediata que contribuïssin, alhora, a dinamitzar a curt termini l'activitat econòmica i influïssin directament en la creació de treball”⁵⁵.

Com ha passat a Vallirana, al Baix Llobregat, la recepció del senyal de TDT-L ha estat difícil en municipis urbanitzats en zones muntanyoses o en comarques amb una orografia complexa, com a Matadepera, al Vallès Occidental. Aquest últim va acordar el 2006, de manera conjunta amb Terrassa i Viladecavalls, “el conveni de col·laboració per constituir el Consorci que gestionarà el canal

⁵⁴ Cabilla, Carles. 18 de maig de 2015, entrevista telefònica.

⁵⁵ Notícia publicada l'1 de maig de 2013 a *El Confidencial*. [En línia: http://www.elconfidencial.com/espana/2013-05-01/el-70-de-las-obras-del-primer-plan-e-de-zapatero-no-eran-necesarias-para-los-municipios_202733/] Consulta: agost 2015.

Terrassa-Vallès Oest, un dels tres canals públics de TDT assignats al Vallès Occidental”⁵⁶. El 2007 ja estava en funcionament, però els problemes de recepció es van fer notar en diverses ocasions.

Així ho va recollir la revista municipal Matadepera, *La Gazeta*, el 2013: “La Televisió Digital Terrestre torna a ser motiu de polèmica. Després dels problemes de cobertura i recepció que van aparèixer al poble amb el canvi de la televisió analògica a la digital, semblava que la situació s’havia normalitzat després d’habilitar un nou repetidor a Can Prat. Des de fa uns mesos, però, alguns veïns tornen a patir una recepció deficient i, en aquest cas, també al centre del poble”⁵⁷ [les dificultats per veure la TDT-L no es limitaven al canal comarcal, sinó a l’oferta general].

Sobretot, l’agreujant de la crisi econòmica va portar als responsables polítics locals a desvincular-se d’aquest projecte. Atès que els pressupostos municipals de 2009 “es van tancar amb un dèficit de 650.000 euros”, es va fer efectiva “la renúncia de l’Ajuntament de Matadepera a formar part del consorci de la TDT de la subcomarca de Terrassa potenciant la televisió per internet”⁵⁸. De fet, aquest projecte ja existia des de 2007. La televisió municipal, que venia d’una trajectòria en analògic des de 1985, ja va començar aquest camí a Internet amb la creació de la plataforma de televisió (<http://www.matadepera.cat/tv/contents/info>), vinculada al mateix web de l’Ajuntament, concreta Míriam Vila, responsable de Matadepera TV, en una entrevista per aquesta anàlisi⁵⁹.

En aquest sentit, en l’àmbit de la TDT-L, els costos econòmics de la gestió del canal van provocar una situació curiosa al consorci de la demarcació de Figueres, que havia de gestionar Canal 10. Miquel Pagès, director de Canal 10, contextualitza, en una entrevista per aquesta recerca que, en un primer moment, “s’hi van apuntar 5 municipis: [Figueres, Roses, Castelló d’Empúries, L’Escala i Vilafant (CAC, 2009: 12)], però quatre es van fer enrere en veure les quantitats econòmiques que s’havien de pagar”⁶⁰. Així, davant la retirada de tots els municipis excepte un, “l’Escala és l’única localitat amb intenció de fer TDT-L en aquesta demarcació. I ho continuem fem – a nivell únic a Catalunya- gràcies a una autorització realitzada pel Consell Audiovisual de Catalunya” (Pagès, 2015). En relació amb això, l’*Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014* apunta que “el consorci de l’Alt Empordà és gestionat en solitari per l’Ajuntament de l’Escala” (Vila, Joan; 2015: 67).

⁵⁶ Notícia publicada el 27 d’octubre de 2006 a la pàgina web de CCMA: <http://www.ccma.cat/324/Terrassa-Matadepera-i-Viladecavalls-creen-el-Consorci-de-TDT-Terrassa-Valles-Oest/noticia/153500/> Consulta: maig 2015.

⁵⁷ Notícia en l’edició de l’abril de 2013: <http://www.matadepera.cat/files/presstabloid/gasetta-abril-2013-web.pdf> (pàg. 4). Consulta: maig 2015.

⁵⁸ Notícia publicada el 2 de juny de 2010: <http://www.matadepera.cat/news/view/1677> Consulta: maig 2015.

⁵⁹ Vila, Míriam. 18 de març de 2015, entrevista telefònica.

⁶⁰ Pagès, Miquel. 24 d’abril de 2015, entrevista telefònica.

Quan es va planificar la TDT-L a l'Alt Empordà, es va preveure un canal públic, relatiu a la demarcació de Figueres, en el qual, detalla Pagès, "hi podien intervenir diferents ajuntaments com a socis del consorci". De fet, cap dels altres quatre ajuntaments va apostar per aquest canal "però nosaltres, l'Escala, com que ja veníem de la televisió local analògica, per fer TDT-L només vam haver d'incorporar el cost del senyal. La resta ja ho teníem més o menys muntat" (Pagès, 2015).

A banda d'emetre per TDT-L, Canal 10 té presència a internet, amb una pàgina pròpia. L'aposta per estar a internet (<http://www.canal10.cat/>) no es fa amb la "intenció d'acompanyar la TDT-L, sinó que li donem la mateixa importància ja que ho considerem com una altra opció de comunicació" (Pagès, 2015).

A principis de 2015, Canal 10 ha implementat "una redacció conjunta entre els informatius de ràdio i televisió", mentre que abans "treballàvem cada un per la seva banda". De manera pràctica, això es constata en el fet que determinats "programes que abans pertanyien només a la graella de la ràdio, ara posem la càmera als estudis i així també tenim imatge per utilitzar-ho a la televisió. També ho fem al revés, és a dir, passem els àudios de notícies emeses per televisió als programes de ràdio pertinents" (Pagès, 2015). S'esperen nous canvis per a Canal 10, previstos per el setembre de 2015, quan "incorporarem la redacció conjunta també a la secció d'esports, per complementar el servei. Estem construint una sola casa mare amb 2 parts [la ràdio i la televisió]", afegeix el propi director.

També a la TDT-L trobem Vallès Oriental Televisió (en endavant VOTV), un dels dos canals públics de la demarcació de Granollers. El 2012, el Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Granollers (Consorci Teledigital Granollers) estava integrat per 11 ajuntaments de la comarca i va iniciar les emissions del canal públic de TDT-L el 14 de gener de 2009⁶¹. "Des de fa quatre anys, però, hem passat a ser 9 socis", informa el director de VOTV, Albert Jordana, en una entrevista per la present recerca⁶². Aquests municipis són "Granollers, Aiguafreda, Caldes de Montbui, La Roca del Vallès, La Garriga, Canovelles, Cànoves i Samalús, Bigues i Riells i Les Franqueses del Vallès"⁶³.

En aquest sentit, VOTV emet tant per TDT-L com per internet (<http://votv.xiptv.cat/>), però, l'equip no ha atorgat el mateix pes de la televisió digital terrestre a la web, a diferència d'altres prestadors com Canal 10, "sinó que té [el web] un paper complementari. És una segona finestra a través de la qual exposem els continguts" (Jordana, 2015). El principal consum, apunta, ve per la TDT-L, quelcom

⁶¹ Informació extreta de la notícia-vídeo «Constitució VOTV», publicada el 19 de desembre de 2012. En línia: [\[http://votv.xiptv.cat/consorci-votv/capitol/constitucio-votv\]](http://votv.xiptv.cat/consorci-votv/capitol/constitucio-votv) Consulta: juliol 2015.

⁶² Jordana, Albert. 5 de maig de 2015, entrevista telefònica.

⁶³ Informació extreta de la pàgina: <http://consorci.votv.cat/qui-som>

que influeix l'equip de VOTV en “aquesta visió secundària que tenim de la web. Encara que li donem menys pes, els continguts es poden veure per televisió a la carta i per streaming. De fet, des del primer dia ara farà cinc anys i mig, ja vam penjar continguts a la web” (Jordana, 2015).

En relació a aquesta qüestió, Xavier Abelló, de Tac12 (<http://tac12.xiptv.cat/>), opina que “la TDT-L encara funciona perquè és el mitjà on es consumeix més televisió”. I afegeix: “Hem de ser sensibles per captar tant els espectadors que estan adaptats a la televisió tradicional com el consumidor d'internet, ja que, en aquests moments, ambdós coexisteixen”. A diferència de VOTV, però, Tac12 fa una aposta ferma per la web. Com comenta Abelló, “vam néixer ara fa sis anys [2009], arrel de la implantació de la TDT-L”. Des d'un primer moment, “hem treballat amb internet sota el concepte de televisió a la carta, no pas amb el concepte de televisió amb graella [de programació]”.

En una mateixa direcció que Abelló es posiciona Miquel Herrada, de Cugat.cat. L'opció Internet, cada cop més recurrent en els municipis, permet crear contingut d'una manera sostenible, sense perdre el servei públic, i sense grans problemes de gestió. Com a projecte de televisió “realment el motor principal que ens interessava era internet i és el que vam prioritzar en el seu moment, perquè ens permetia arribar millor al nostre públic de Sant Cugat, jove, altament connectat i amb poder adquisitiu. Ahora, comportava uns costos assumibles”. En aquest sentit, apunta que “el model internet ens donava l'oportunitat de dimensionar la producció en funció dels ingressos. I, per suposat, vam apostar per una visió de futur” (Herrada, 2015).

En canvi, la TDT-L és un projecte que ha comportat tot “tipus de dificultats”, confirma Abelló: Per exemple, “per posar-se d'acord, hi ha hagut més diferències marcades per les divergències territorials que no tant pels desacords polítics en els consorcis. En el nostre cas, entre vuit localitats hem de consensuar una programació en què tothom se senti còmode, que és el tema més delicat” (Abelló, 2015). En aquest sentit, Abelló es refereix a qüestions sovint complicades d'entendre, com la ‘quota de pantalla’: “Altafulla ja sap que Tarragona sortirà més; però hem de fer que Altafulla surti quan toca i hem de donar a conèixer el que passa a la localitat”, sentència Abelló.

De fet, aquesta qüestió va comportar moltes complicacions. Pel que fa al tema econòmic, Abelló determina que “el declivi de la TDT-L [a escala de Catalunya] es fa evident quan les corporacions municipals comencen a tenir dificultats de gestió econòmica. El nostre cas és un projecte sostenible pel fet que ens hem consorciat molts ajuntaments per portar endavant un sol canal; Granollers n'és un altre exemple. Mataró va fer alguns reajustaments per poder continuar” (Abelló, 2015) en aquesta línia de televisió digital terrestre.

Un dels trets distintius de les plataformes de televisió local pública a Internet es concreta en el fet que les despeses econòmiques que suposen són bastant assumibles, fins i tot en temps de crisi, a diferència dels canals de TDT-L. La incursió de les noves tecnologies va convergir amb aquest nou nínxol de *mercat* que s'obria un cop molts ajuntaments van veure impossible l'entrada o seguiment a la TDT-L.

En aquest punt, Eixtic Local, que es defineix al seva web corporatiu (<http://tv.eixtic.cat/#>) com un “Eix publico-privat de Tecnologies de la Informació i Comunicació Local de Catalunya”, s'ha centrat en potenciar la comunicació local a través d'Internet: “Eixtic Local ve d'un projecte, sinergia de tres empreses tecnològiques, que ara ha quedat aparcad. En un primer moment va néixer amb la intenció de dotar els ajuntaments de menys de 20.000 habitants d'un departament de comunicació. De fet, el 2010, molts ajuntaments comencen a deixar els consorcis de TDT-L, com és el cas de Vilanova del Vallès, que va trobar en aquesta plataforma una alternativa molt més econòmica que la televisió digital”, explica Joan Naveros, director tècnic de VdV Eixtic i un dels responsables d'Eixtic Local, en una entrevista per aquest estudi⁶⁴.

El canal VdV Eixtic (<http://vdv.eixtic.cat/>), de Vilanova del Vallès, va començar a “operar en proves a mitjan 2012 i el febrer del 2013 es va inaugurar oficialment” (Naveros, 2015). A efectes pràctics, “Vilanova del Vallès i l'empresa EixTic han signat un acord de col·laboració per posar en marxa la nova televisió per Internet de la localitat. L'Ajuntament no ha de fer inversió inicial i el cost d'aquest servei és d'uns 480 euros al mes”⁶⁵.

⁶⁴ Naveros, Joan. 10 de març de 2015, entrevista telefònica.

⁶⁵ Notícia publicada el 9 de febrer de 2013 a *Ara Vallès*:

<http://www.aravalles.cat/noticia/107499/vilanova-presenta-la-nova-televisio-per-internet> Consulta: maig 2015

3. LA TELEVISIÓ PER INTERNET: CONSUM I CONTINGUT ADAPTATS AL WEB I AUDIÈNCIA

3.1. PRESENTACIÓ DEL CONTINGUT I TENDÈNCIA DEL CONSUM A LA WEB

La connexió a Internet és una realitat a Catalunya. Així ho constata l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*: "L'any 2014 el 75,3% dels enquestats per l'EGM Baròmetre Catalunya [...] afirmava haver-se connectat a internet en els darrers 12 mesos, amb un increment del 4,1% respecte a 2013. Del total d'usuaris anuals, el 85,2% afirmava que s'hi connectava de manera diària o quasi diària, la qual cosa significa que el 64,2% de la població de Catalunya major de 14 anys és assídua a la xarxa. Es pot dir —ara sí— que l'accés a internet és generalitzat" (Vidal Villoria, Miquel; 2015: 34).

Els dispositius a través dels quals s'hi accedeix són ben variats. L'ordinador de taula ja no és l'única eina, sinó que l'habitual avui en dia és disposar de diversos punts d'accés. En aquest sentit, "en l'actual context mediàtic de convergència digital i difusió multipantalla, els dispositius mòbils estan adquirint un creixent protagonisme com a punt d'accés a continguts audiovisuals i televisius" (Adelantado, Eulalia; Martí, José; 2011: 99).

La constant evolució de la telefonia mòbil en particular i del sector tecnològic en general han transformat aquests dispositius "en poc temps en una *nova pantalla* que facilita l'accés a tot tipus de continguts audiovisuals. D'aquesta manera, la denominada *quarta pantalla* o *quarta finestra* (Vacas, 2007, Aguado i Martínez, 2010) permet accedir a serveis d'Internet com el correu electrònic [...], visionar una pel·lícula o un programa de televisió" (Adelantado, Eulalia; Martí, José; 2011: 100). Gumersindo Lafuente va designar el 2012 aquests forts canvis com a "nova era" a l'article "¿Cómo hemos llegado hasta aquí?"⁶⁶: "A principis de 2012 la revolució digital va entrar en una nova era. L'era d'allò mòbil —aquella en la qual la gent està connectada a la xarxa des de qualsevol lloc— ha aterrat de ple" (Franco, 2012:9).

Aquesta multiplicitat de pantalles i de possibilitats d'entrar a la xarxa ha permès la proliferació de projectes de televisió local pública per internet. En aquest sentit, hi ha tant televisions web que també estan a la TDT-L com noves experiències nascudes la xarxa, que només emeten els seus continguts per aquesta via. Alhora, les noves maneres d'accedir al web -que van més enllà de la

⁶⁶ Lafuente, Gumersindo. "¿Cómo hemos llegado hasta aquí", en *Cuadernos de Comunicación Evoca*, nº 7 *El futuro del periodismo*, pg. 9. [En línia: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf>] Consulta: juliol 2015.

televisió i es basen en els nous dispositius mòbils- es relacionen amb un determinat consum, el qual ha marcat la manera de presentar els continguts en aquestes noves plataformes.

Així és, la tecnologia ens ha portat un canvi. En relació a les noves possibilitats i adaptacions tecnològiques, Localret (2012: 4) apunta que “l’espectador demana qualitat, especialització, immediatesa i disponibilitat dels continguts les 24 hores”. De fet, a BTV, “l’etapa que s’inicia amb la transició de la televisió analògica a digital també es caracteritza per les noves maneres de consumir televisió a través dels dispositius mòbils i la irrupció de les xarxes socials com a noves formes de comunicar-se i interactuar amb l’espectador”⁶⁷.

En aquesta línia, Manel Moga⁶⁸, director d’Aran TV, destaca que “els espectadors del canal Aran TV per TDT-L són habituals i estan marcats per un horari estricte d’emissió. En canvi, la televisió per internet permet més flexibilitat al públic perquè li atorga llibertat per veure la peça quan pugui i, molt important, des d’on vulgui [en relació als dispositius mòbils]”. I a això hi afegeix: “A més, internet també permet visionar-ho tantes vegades com es vulgui”, cosa que l’espectador de la televisió convencional no ho fa en tant que és “més passiu” (Moga, 2015).

En el cas particular d’Aran TV, la televisió pública del Consell Generau d’Aran, “la web existeix des del primer moment que es va crear el canal, ja que es tracta d’un projecte va néixer en plena època digital” (Moga, 2015). És a dir, “la TDT-L no va anar abans”, afegeix. Per això, la convergència digital es va implantar ja en el punt inicial. “A la web pengem el mateix que surt a la TDT-L, tota la programació, sencera. En funció de l’època, les temàtiques varien. Per exemple, amb les eleccions municipals la política ha ocupat gran part de la nostra atenció, en el sentit que la producció de peces estava enfocada a temes relacionats amb aquesta qüestió. A l’estiu potser hi ha més cultura, esports...” (Moga, 2015). De manera precisa, l’equip de producció d’aquest canal “som dos periodistes que ens encarreguem d’elaborar els vídeos informatius o reportatges i d’actualitzar el contingut periodístic de la pàgina web cada dia fent un programa”. Per tant, “cada dia hi ha una peça nova també a la web” (Moga, 2015).

Tal i com passa a la televisió per internet del Consell General d’Aran, els pocs recursos humans de què disposa Vallirana TV marquen el gruix dels continguts que s’hi publiquen. El seu director, Carles Cabilla (2015) destaca que “teníem un equip de 8 persones que es dedicava exclusivament a la televisió analògica”. Amb la crisi, el personal es va reduir fins arribar només “a 2 persones, que som els que a dia d’avui ens encarreguem del Departament de Comunicació de l’Ajuntament de

⁶⁷ Informació consultada a BTV.cat: <http://www.btv.cat/info/quisom/historia>

⁶⁸ Moga, Manel. 15 de juny de 2015, entrevista telefònica.

Vallirana”. En aquest sentit, Cabilla especifica que la televisió web no és l’única tasca a la qual “ens dediquem, sinó que ens portem també la web municipal i la revista mensual” (Cabilla, 2015).

Pel que fa a la producció de continguts, mentre que, en l’etapa analògica, la televisió local pública de Vallirana podia “preparar 15 notícies en un informatiu, l’actual equip de la televisió per internet només podem cobrir 1 o 2 peces a la setmana, lamentablement. El mes de maig, però, va ser especialment prolífic, ja que vam penjar 17 vídeos. Hi ha mesos que en fem 10 o, d’altres, com el mes d’agost, en què gairebé no actualitzem la web perquè el poble tampoc té massa activitat” (Cabilla, 2015). En aquest sentit, el que recalca és que “la capacitat de crear continguts es disminueix en tant que l’ajuntament ha reduït els recursos econòmics⁶⁹” (Cabilla, 2015).

Atesa la situació i les possibilitats, “intentem prioritzar per una qüestió de recursos. Per aquesta raó hem decidit cobrir els actes on l’ajuntament hi col·labora. En funció de la nostra capacitat, fem una tria de les activitats. A totes no hi podem anar però intentem donar visibilitat a Vallirana bàsicament a nivell d’entitats”, destaca Cabilla. I apunta: “No fem molta notícia on tingui cabuda l’opinió de l’oposició. Recentment, per les eleccions municipals hem donat espai a tots els partits polítics a Vallirana TV, però en el dia a dia, fem la notícia del què passa i ja està”. És a dir, “informem sobre el fet o l’activitat, fent una peça curta i concreta” (Cabilla, 2015).

A Vallirana TV, els programes, com es coneixen a la televisió *convencional*, han deixat pas a “a les pastilles informatives, que contenen notícies o petits reportatges d’actualitat local”, és a dir, “no produïm programes”. En aquest sentit, “hem creat sub-canals de Cultura, Esports, Promoció Econòmica, Obres, Formació, Turisme, Sant Sebastià (Festa Major), Infants, Joventut... que funcionen com a dipòsits de continguts per temes”. De fet, els experts expliciten a *La prensa local ante el reto digital. Oportunidades y riesgos en un escenario cambiante* que “la web permet un accés lliure des de qualsevol suport, en el què, a més, es pot consultar una hemeroteca en la que els continguts no caduquen sense necessitat d’un emmagatzematge físic que se substitueix per l’entorn” (Casero Ripollès, A; González Molina, Sonia i Fernández Beltrán, Francisco (eds.), 2012: 337).

La televisió per internet comporta, a parer del director de Canal 10, “un espectador més actiu i més selectiu [respecte el de la TDT-L], en tant que fa una ullada i visiona només el contingut que li genera interès” (Pagès, 2015). En el cas de la televisió local pública de l’Escala, l’evolució del web s’ha intensificat en el període 2014-2015. Segons explica Pagès, “al principi només servia com a punt de

⁶⁹ La major part del pressupost del Departament de Comunicació de l’Ajuntament de Vallirana se’n va en les impressions dels fulletons i de la revista trimestral, en les reparacions de càmera o en la compra de càmera de so... No hi ha inclosa la despesa de personal, 18.000 euros per tot l’any, així que la inversió per televisió és mínima. (Cabilla, 2015).

contacte i com a servidor de vídeos, però actualment hi pengem tota la producció pròpia que s'emet per TDT-L⁷⁰: les notícies corresponents de la jornada, presentades en vídeos individuals d'entre dos i quatre minuts, i entre un i dos programes diaris, dels quals seleccionem cada notícia o temàtica i en fem una peça. No els programes sencers", afegeix (Pagès, 2015). Quant a temàtiques amb més incidència a Canal 10, "estem molt a sobre de les festes, actes o notícies on la mainada és protagonista". Com a anècdota, remarca: "Anirem a les festes de fi de curs de totes les escoles. Per tant, pares, mares, tietes i derivats ens miraran. També cobrim bastant els temes esportius i no deixem de banda la política. En definitiva, som locals 100%" (Pagès, 2015).

Atesa la immediatesa que impera a internet, a Canal 10 "pengem el contingut diari normalment al vespre o com a màxim a l'endemà. Encara que estem limitats per l'equip de treball, ja que només som quatre persones⁷¹, sempre ho tenim actualitzat" perquè el web d'un mitjà de comunicació "que no estigui al dia no té sentit" (Pagès, 2015).

En la mateixa línia es pronuncia el tècnic de la televisió per internet de Castelldefels, Sergio Medina. En aquest cas, "la producció de peces varia en funció de la setmana i està limitada pels escassos recursos humans". Concretament, "l'equip del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Castelldefels està format per dues persones: el Director de Premsa i un tècnic que, en aquest cas, m'encarrego de la televisió per internet, del diari digital i la web municipals" (Medina, 2015). Així doncs, "aproximadament es pengen entre quatre i cinc vídeos al mes, encara que algunes setmanes poden ser més fluïdes perquè he d'atendre els tres mitjans i el que *mana* és el diari digital" (Medina, 2015).

Les peces "majoritàriament són informatives: notícies - reportatges d'esdeveniments que tenen lloc a la ciutat o d'altres vídeos, de tarannà més corporatiu. No tenim capacitat ni estructura pròpia per fer programes", apunta (Medina, 2015). En aquest sentit, el tècnic concreta que "ens regim per l'agenda municipal, sobretot ens centrem en actes que organitza el propi ajuntament. No podem cobrir més perquè no tenim recursos humans". Tot i això, la cultura i les festes populars esdevenen "un pilar bàsic de la nostra televisió, ja que fem èmfasi en la diada, la cavalcada de Reis, el Carnaval; així com en l'actualitat, el turisme o els esports" (Medina, 2015).

Alhora, el tècnic de Castelldefels TV explica que "aprofitem els moments per optimitzar els recursos", en tant que "fem col·laboracions amb la ràdio municipal. Per exemple, emetem via

⁷⁰ A la TDT-L "tirem molt de col·laboracions de la Xarxa Audiovisual Local, però això no ho puguem a la web" (Pagès, 2015).

⁷¹ L'equip de Canal 10 està format per quatre professionals, però hi ha un "grup de 8-10 col·laboradors molt fidels, que hi dediquen bastantes hores; i unes altres 15 col·laboracions més que contribueixen fent algun tipus de programa", explica Miquel Pagès.

streaming els partits de futbol dels diumenges i la tertúlia dels dilluns, ja que els mateixos companys de la ràdio posen la càmera de la televisió mentre fan la retransmissió” (Medina, 2015). En d’altres ocasions que “es fa programació especial, la ràdio produeix el programa i l’emetem per streaming a la televisió, com és el cas de ‘La nit de l’Esport’⁷², del ‘Premi ciutat de Castelldefels’⁷³, o de la ‘Presca de possessió de la nova alcadessa’” (Medina, 2015).

En relació a la producció, detalla que “sempre hem tingut en compte que el vídeo ha de ser el més breu possible. Si ho pots explicar en un minut és millor que en tres” (Medina, 2015), perquè “avui en dia, la gent no té paciència per veure el vídeo des de la pantalla com quan es consumeix la televisió tradicional (o TDT-L)” (Medina, 2015). De fet, així ho revela l’*Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*: “Observem com a poc a poc es van començant a generalitzar les pràctiques de consum televisiu que van més enllà de la televisió lineal i que es basen en un accés als continguts en funció de les necessitats i la disponibilitat dels usuaris. No obstant això, es tracta encara de dades marginals si les comparem amb el consum convencional de televisió” (Besalú, R. 2015: 167).

Aquesta pràctica cada cop més generalitzada és, a parer de Josep Alsina (2015), “el futur”. De fet, el mateix Alsina ho corrobora a la notícia “L’audiovisual local públic es reivindica” en afirmar: “El mitjà estrella del futur serà Internet i la televisió per IP i si sap ser el mirall del que passa al seu voltant, la televisió local té una llarga vida”⁷⁴. El gerent de Penedès TV argumenta que “la TDT-L té els límits que té, dificultats i complicacions, a més dels alts costos econòmics associats. El traspàs total cap a Internet és qüestió de temps, incloent també la possibilitat que les televisions intel·ligents puguin incorporar els continguts sense que es diferenciï si s’està consumint televisió digital terrestre o televisió per internet”. A Penedès TV, explica, “intentem configurar la pàgina web per les televisions intel·ligents”, en tant que “ja pugem els vídeos en alta definició” (Alsina, 2015).

Penedès TV és una de les televisions més avançades pel que fa a l’entrada a Internet, ja que “l’any 1997 es va crear la primera pàgina” web pròpia que, “fins el 2003, contenia [només] la graella de programació [de la televisió analògica]. En aquell moment la pàgina era molt estàtica” (Alsina, 2015). Va ser a partir de llavors quan la plataforma web de RTV Vilafranca es va anar convertint en un mitjà més dinàmic: “Poc a poc hi vam incorporar el servei de ràdio en directe, més endavant la televisió en directe i també la televisió a la carta” (Alsina, 2015).

⁷² Peça informativa de l’acte “Nit de l’Esport de Castelldefels”. En línia: [<http://www.castelldefelstv.org/la-nit-de-lesport-guardona-un-any-mes-als-millors-equips-i-esportistes-de-la-temporada/>]. Consulta: agost 2015

⁷³ Vídeos publicats a Castelldefels TV sota l’etiqueta “Premi Ciutat de Castelldefels”. En línia: [<http://www.castelldefelstv.org/tag/premis-ciutat-de-castelldefels/>]. Consulta: agost 2015.

⁷⁴ Notícia publicada el 15 de gener de 2015 a Periodistes.org. En línia: [<http://www.periodistes.org/ca/article/l-audiovisual-local-public-es-reivindica-279.html>] Consulta: agost 2015.

En aquest sentit, Alsina afegeix: “Els continguts emesos per televisió s'adapten al llenguatge web. Els redactors fan les notícies en tres versions: una per televisió, una per ràdio i una per la web. Tot el que emetem per TDT-L es penja a la web; a vegades ho tallem en <<trossos>> per donar comoditat a l'espectador, perquè trobi el que busca de manera més fàcil” (Alsina, 2015). Així doncs, “a la versió web publiquem 15 notícies cada dia. Primer, incorporem la notícia i després les fotos i els vídeos corresponents”, afegeix Alsina. Pel que fa als programes, “com que tots són de màxim 30 minuts, els pengem sencers. N'hi ha alguns que són intemporals que es mantenen a la web, però per exemple, els partits de futbol no. Els mantenim durant una temporada i després es treuen” (Alsina, 2015), quan s'entén que ja han superat el temps d'interès i/o noticiabilitat.

En aquest sentit, l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014 corrobora aquesta pràctica: “Alhora, les cadenes de televisió també ofereixen accés als seus continguts a través de plataformes a internet” (Besalú, R. 2015: 167). Aquesta és la idea que remarca també Albert Jordana, director de Vallès Oriental TV (VOTV). El web de la televisió “és una plataforma que arriba a un tipus de públic determinat, per això els continguts es poden veure per televisió a la carta i per streaming” i contextualitza que “des del primer dia que vam emetre per TDT-L ja vam penjar continguts a la web. Vam néixer fa cinc anys i mig i hem treballat amb i en les dues vies des del principi” (Jordana, 2015)⁷⁵. De manera concisa, però, apunta que Internet és “una plataforma més per ensenyar els nostres continguts”, en el sentit que la TDT-L és la seva finestra “principal” (Jordana, 2015).

Pel que fa al web, “totes les notícies dels informatius de la TDT-L les trossegem per penjar-les en funció de cada poble”, és a dir, les peces es poden trobar diversificades per municipis i es potencia així el consum selectiu. Els usuaris de Granollers o els d'Aiguafreda, per exemple, poden visualitzar exclusivament els continguts pertinents a la respectiva localitat, si així ho consideren. En paraules de Jordana: “A la web hi ha una pestanya per cada poble i allà pengem les notícies pertinents” (Jordana, 2015). A banda de la pàgina web i dels serveis que hi ofereixen [emissió en directe i a la carta], des de VOTV s'ha creat un “canal de Youtube (<https://www.youtube.com/user/VOTVVallesOriental>), on hi pengem peces més curtes que les de les altres plataformes principals on, per criteris de la web tv, no hi encaixen tant” (Jordana, 2015). Les peces, en aquest canal, estan classificades per poblacions. El director de VOTV ve a dir que “a Youtube es visiona diferent, sobretot destaca per les durades de les peces, ja que hi funcionen coses molt curtes” (Jordana, 2015).

Els continguts de VOTV es regeixen principalment per “l'actualitat”. D'aquesta manera, la informació tant és “de política, sobre la vida ciutadana o esportiva (...)”. La temàtica principal de VOTV és el

⁷⁵ Amb la implantació de la TDT-L, “VOTV va començar des de zero i és una estructura empresarial diferent a les que hi havia en analògic, formada per 19 professionals. Només fem televisió” [i no ràdio] (Jordana, 2015).

municipi”. Així, “decidim publicar les notícies sota criteri periodístic”, afegeix (Jordana, 2015). Tenint en compte que VOTV és un canal de TDT-L gestionat per un consorci, el seu director comenta: “Sabem que a Granollers hi passen moltes coses per ser una població més gran que la resta de consorciats, i que a Aiguafreda, per exemple, n’hi passen menys. Però periodísticament intentem donar peu a les notícies més rellevants de totes les localitats” (Jordana, 2015).

Amb el pas de la TDT-L cap a la plataforma internet, a Calella TV “hem hagut de reestructurar els continguts que publiquem a la web. Per una banda, a la televisió digital emetíem obres de teatre que ara no podem penjar perquè les cançons que hi apareixen tenen drets d'autor, i no ens és permès fer-ho. També hem tret de la producció els programes «Retrats» i «De tu a tu»;⁷⁶ mentre que continuem fent el programa cultural i d’entrevista «Magazine» i el programa d’esports «La Banqueta», que s'emet simultàniament per ràdio i televisió⁷⁷”, explica el director tècnic Josep Matas. Aquest és, juntament amb els plens municipals, “l’únic espai que es fa en directe i també es pot consultar a la carta, com la resta de continguts i notícies” (Matas, 2015). A banda dels programes, Calella TV elabora a diari “continguts nous, excepte el cap de setmana. Són peces informatives d'actualitat, d'entre un i tres minuts de durada, tant de temàtica social, cultural, política o esportiva” (Matas, 2015).

Tal i com ha passat a Calella, a Matadepera TV “vam reduir els programes” amb l’entrada de la televisió per internet, apunta la directora de la televisió, Míriam Vila. És a dir, “si abans fèiem més programes i reportatges, ara hem passat a treballar més en format notícia i reportatge. Ens fem ressò de conferències o xerrades, de temes culturals o esportius, de festes i/o concerts i, sobretot, de l’actualitat del municipi” (Vila, 2015).

“Som una televisió petita”, assegura. “Som dues persones i cobrim actes i notícies els dos per igual, gravem i editem”. No obstant, la producció es basa en “una peça al dia, aproximadament, i quan són moments de festes, com ara els mesos de gener i agost, es poden penjar entre tres i quatre peces al dia” (Vila, 2015). En aquest sentit, Matadepera TV destaca com a temàtiques “Ajuntament, Concursos i premis, Conferències, Cultura, Esports, Festa Major 2014, Festes, Gent gran, Infantil, Joventut, Música, Ple Municipal, Sant Sebastià'15⁷⁸” i dintre de les quals es poden trobar els vídeos pertinents.

⁷⁶ En el cas del <<De tu a tu>> es poden consultar a la carta els últims programes emesos, encara que posteriorment s’hagin deixat de fer. [En línia]: <http://www.calellatv.cat/?videocategory=entrevista> Última consulta: 02/09/2015.

⁷⁷ Calella TV compta amb un plató de televisió on realitzen aquests programes.

⁷⁸ Informació extreta del web de Matadepera TV. En línia: <http://www.matadepera.cat/tv/categories/index>. Consulta: agost, 2015

La televisió local pública per internet de Sant Cugat del Vallès, Cugat.cat, ha passat per diverses fases fins arribar a ser la plataforma que és el 2015. En aquest sentit, el director del mitjà, Miquel Herrada, apunta que “la primera aposta de web TV, amb una estètica semblant a la de la televisió de casa, no va ser encertada” pel fet que “visualment remetia a la idea de televisió convencional, quelcom erroni per la nostra part perquè l’usuari entrava a la web per veure alguna cosa diferent, volia canviar” (Herrada, 2015).

Veient com la primera aposta no acabava de convèncer els usuaris, “el segon intent es va centrar en produir continguts concrets en forma de vídeos, obviant la programació típica de la televisió analògica o digital”. La proposta és la que es pot veure encara avui, tot i que s’han realitzat algunes modificacions, pel que fa, per exemple, a “la durada dels vídeos”. Així, segons Herrada, “al principi, els continguts eren llargs i els hem anat escurçant perquè l’usuari no inverteix molt temps en la nostra web. Fer vídeos llargs no té sentit. De manera ocasional, en fem, sempre i quan es pugui justificar” (Herrada, 2015). En conjunt, “la majoria de contingut el fem a la carta. De directes en fem pocs, excepte quan és impossible no fer-ho, com ara quan els plens o el pregó de la Festa Major”, incideix Herrada.

Per al propi director, “la nostra prioritat són les peces d’informació diària”, de les quals n’hi ha entre “tres i quatre per jornada. Al llarg de la setmana, s’han d’afegir dos programes musicals, un reportatge, dos programes d’arts escèniques i uns quatre vídeos més” (Herrada, 2015). Pel que fa al cap de setmana, “es retransmet l’actualitat esportiva en vídeos i també es preparen vuit peces informatives d’actualitat. I mensualment realitzem entre dues i tres entrevistes de caire polític, que es fan a l’alcalde i als regidors; així com una tertúlia i la retransmissió del Ple Municipal” (Herrada, 2015).

La producció de Cugat.cat s’incrementa durant la Festa Major, en les mateixes proporcions amb què ho fa la “la mobilització al municipi. És brutal, tota la ciutat està en dansa i tots els col·lectius hi prenen part. Fem entre 25 i 30 peces diàries, i potser no tots els vídeos tenen la mateixa repercussió, però està bé fer aquesta cobertura per conèixer i ensenyar totes les perspectives i activitats” que s’hi fan, concreta Herrada.

Dels programes i reportatges que es realitzen (o realitzaven) a Cugat.cat, n’hi ha alguns de caire històric. Segons el mateix director, aquests continguts “tenen la intenció de contribuir a la memòria històrica, ja que recorden tradicions o emplaçaments històrics amb molt de calat al poble⁷⁹. També hem apostat pels programes especialitzats de música o d’economia; i vam crear el canal

⁷⁹ Un exemple és la sèrie de reportatges “Parlen les Dones”. En línia: [\[http://www.cugat.cat/especials/parlenlesdones\]](http://www.cugat.cat/especials/parlenlesdones) Consulta: agost, 2015.

<<Escoles>>⁸⁰, on hi tenen cabuda programes relacionats amb l'aprenentatge infantil, la lectura, les activitats escolars de Sant Cugat..." (Herrada, 2015).

Amb una producció molt més modesta que Cugat.cat, Lloret TV es fa ressò del més important que passa a la localitat. "Fa sis anys vam crear la web de Lloret TV per emetre els plens per internet i amb el temps hem incorporat el servei a la carta", explica Fina Vieta. Així, actualment "recollim el més important de la setmana en una peça d'entre 25 i 30 minuts, que informa dels actes més destacats que han tingut lloc durant els últims dies. A banda, les càpsules informatives que conformen aquest reportatge s'envien de manera individual als nostres subscriptors; alhora que elaborem una agenda d'activitats setmanal i un cop al mes fem el ple municipal en streaming" (Vieta, 2015).

L'activitat de Lloret TV augmenta considerablement per Carnaval i la Festa Major [27 de juliol], ja que "són les dates més assenyalades a Lloret i, evidentment, això es veu reflectit en la producció de Lloret TV. El 18 de novembre, que és Sant Romà, Nadal, Reis i la celebració del Rally Costa Brava, són diades igualment rellevants, i també "ocupen gran part de la nostra producció" (Vieta, 2015).

Vilanova del Vallès TV coincideix amb Lloret TV pel que fa a les temàtiques que cobreix. El canal de televisió local pública de Vilanova del Vallès tracta, "gairebé en un 85% temes culturals i socials, que es presenten en càpsules de notícies *on demand*". Normalment, "es preparen tres peces mensuals en format de notícia i, el mes que hi ha Ple Municipal, es fan dues notícies més la retransmissió íntegra del ple. A banda, s'escull una temàtica per fer-ne un reportatge -amb funció documental- i també es produeixen càpsules informatives, que anomenem *infoserveis*, que se centren en donar a conèixer els serveis municipals que hi ha a disposició dels ciutadans. Per exemple, n'hem fet un sobre la Brigada municipal, o un altre sobre el SOC, el Servei d'Ocupació de Catalunya", recorda el tècnic Joan Naveros (Naveros, 2015).

En el cas de Vilanova del Vallès, el projecte de televisió per internet és "un model públic-privat" que "es basa en què l'Ajuntament dissenya el volum de continguts en funció dels paquets informatius, calculats en base als habitants del municipi que oscil·la entre 0,05 i 0,14 cèntims d'euro per habitant al mes"⁸¹. Naveros detalla: "Fem un catàleg de serveis i l'Ajuntament decideix mensualment o trimestralment quins serveis compra" (Naveros, 2015).

⁸⁰ "Canal Escoles" a Cugat.cat. En línia: [<http://www.cugat.cat/tv/escoles>]. Consulta: agost 2015

⁸¹ Notícia publicada el 9 de febrer de 2013 a l'Ara Vallès.cat. [En línia]: [<http://www.aravalles.cat/noticia/107499/vilanova-presenta-la-nova-televisio-per-internet>] Consulta: agost 2015.

Les temàtiques socials són el punt fort també a Blanes TV. Eva Palau, responsable del canal, explica que “arran de la reestructuració que va patir el mitjà el 2012⁸², va passar a ser una ‘televisió’ institucional”. En aquest sentit, Palau especifica que des de llavors es cobreixen bàsicament “notícies que genera el propi ajuntament i actes culturals i socials que es fan al poble” [organitzats tant per l’ajuntament com per les entitats] (Palau, 2015). En aquest sentit, afegeix que no es cobreixen “actes polítics⁸³” (Palau, 2015).

Els primers mesos de trajectòria de Blanes TV a la nova plataforma Youtube van ser intensos quant a producció. “Actualment no cobreixo tants temes ni actes com al principi. Sóc més selectiva escollint-los” ja que l’elaboració de cada peça “comporta molta feina”⁸⁴, corrobora Palau; qui afegeix que la durada de cada una varia, “en funció del que tracta i de la gent que mogui l’acte o l’esdeveniment”. Així doncs, com més interès i/o moviment generi l’acte, més llarg és. Amb tot, la quantitat de peces “també va en funció de cada mes. Al febrer, només per Carnaval, vaig fer tres vídeos per setmana i d’altres setmanes només en faig un” (Palau, 2015).

De manera puntual, la Festa Major de Blanes “és un no parar d’actes populars i institucionals; i es preparen tants vídeos com actes es fan⁸⁵” perquè “fer resums no serveix de res. La gent vol veure el moment i lloc concret on ha anat i revivre-ho. La nostra tasca, important per tenir visites, és titular cada peça amb el nom de l’esdeveniment corresponent” (Palau, 2015). A banda de la vessant més informativa, Blanes TV elabora també “muntatges audiovisuals-musicals” de destacats esdeveniments de Blanes. Aquest contingut està “enfocat al públic turístic perquè els qui no són de Blanes coneguin el que es fa al nostre poble” (Palau, 2015). Dos exemples d’aquest tipus de peces són, el “5è Birrasana, Festival de Cervesa Artesana de Blanes”⁸⁶ i “Blanes 12, cap de setmana farcit d’activitats”⁸⁷.

En tres anys de funcionament de Blanes TV s’han enregistrat “534 vídeos”, confirma Palau. Aquest nou canal comporta una “manera de treballar” diferent respecte a la televisió convencional en tant

⁸² Veure Capítol 2: “La televisió per internet: sorgiment i motius de creació”.

⁸³ No es cobreixen actes polítics, com per exemple, manifestacions o esdeveniments relacionats amb la celebració del dret a decidir, com la Via Catalana.

⁸⁴ La responsable de Blanes TV elabora sola tota la producció. La seva tasca principal, però, és preparar les notes de premsa que puguin generar tots els departaments de l’Ajuntament i les entitats; i actualitzar les notícies [en format escrit o audiovisual] al web de l’Ajuntament (Palau, 2015).

⁸⁵ En l’edició de 2014 es van fer 16 vídeos. [En línia]: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLYXBC5GBG6k-7b3sikgmEDU1Bj-YFaw-O>; i en la Festa Major 2015, 7. [En línia]: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLYXBC5GBG6k9ZqZdSMI3GtzgDy59JZky> Consultes: agost 2015.

⁸⁶ “5è Birrasana, Festival de Cervesa Artesana de Blanes”. En línia: <https://www.youtube.com/watch?v=Bi1bsgwKKy0>. Consulta: agost 2015

⁸⁷ “Blanes 12, cap de setmana farcit d’activitats”. En línia: <https://www.youtube.com/watch?v=leOfIpQ9o9M>. Consulta: agost 2015

que “no hi ha una pauta de periodicitat [com sí passa amb la programació a les TDT-L]”. En aquest sentit, Palau insisteix en el fet que: “Tens més llibertat perquè no tens l’obligació de cobrir sis notícies o les que calguin al dia per emplenar l’informatiu” (Palau, 2015). És diferent. És una altra manera de fer i de consumir.

En aquest punt, Carola Fernández, directora de Maricel TV [Sitges], destaca que aquesta nova manera de fer televisió i el nou entorn tecnològic i comunicatiu han incidit en el fet que el concepte de l'*exclusiva* hagi perdut la rellevància que tenia: “Abans era molt important ser el primer en donar una notícia, tots els mitjans volien fer-ho. Ara, tothom ja ho ha dit abans que la televisió se’n faci ressò [xarxes socials] i ha deixat de ser prioritat per nosaltres”. En aquesta nova conjuntura, Fernández opina que els periodistes “hem de donar valor periodístic a totes aquelles notícies/tweets que es publiquen, hem de buscar-li el valor afegit” (Fernández, 2015).

El projecte que dirigeix Fernández és dels més recents [entre els que s’analitzen en aquest estudi]. “Després de marxar del consorci el 2013⁸⁸, el projecte que arranquem de zero a Sitges s’implanta definitivament el 2014, després d’estar a la plataforma Youtube en el moment d’impàs”, apunta Fernández, qui defineix Maricel TV com “un canal de notícies (vídeos) i d’entrevistes” on “publiquem una peça al dia com a mínim i tres màxim. Si tenim molt de material intentem distribuir-ho entre els altres dies per tenir un equilibri” (Fernández, 2015). Així doncs, principalment, el gruix de “publicacions es fa en podcast, però fem streaming pels actes importants”, explica Fernández (2015).

Quant als continguts de Maricel TV, Fernández argumenta que “intentem donar una volta als temes per presentar un enfocament diferent de l’habitual, o per donar una òptica protagonista als ciutadans⁸⁹, encara que la iniciativa (premi, reconeixement...) sigui de l’Ajuntament”. El sentit d’això és “sortir de la monotonia de les rodes de premsa de l’Ajuntament, de les que la televisió en depèn molt sovint” (Fernández, 2015).

Això és el que destaca també Òscar Sánchez, director d’El Prat TV: “Seguim l’actualitat política i de la gestió municipal, els actes que organitzen les entitats i/o associacions i també ens fem ressò de molta cultura i esports”. Amb tot, apunta, “intentem tenir un equilibri” (Sánchez, 2015) entre temàtiques. Setmanalment, “fem entre sis i set vídeos. Les notícies referents al cap de setmana, ja que es concentra molta vida cultural, ho publiquem dilluns”, afirma Sánchez. A banda de la

⁸⁸ Veure Capítol 2 + **títol**, pàg. ~~27-28~~

⁸⁹ Com és el cas de la notícia: “Sitges distingeix els comerços més antics”. En línia: [\[http://mariceltv.xiptv.cat/noticies/capitol/sitges-distingeix-els-comercos-mes-antics\]](http://mariceltv.xiptv.cat/noticies/capitol/sitges-distingeix-els-comercos-mes-antics). Consulta: agost 2015.

producció diària, un cop per setmana es penja una peça en format resum ‘La setmana en 5 minuts’⁹⁰. La presentació d’aquests continguts en càpsules informatives es fa, “cada vegada més, en vídeos de curta durada” en tant que “pretenem ser una plataforma àgil perquè la gent pugui trobar i consumir la notícia en cinc minuts” (Sánchez, 2015).

En relació a aquest apunt, en aquest entorn cibernètic “els lectors esdevenen el que Jane Singer (2013) anomena “seleccionadors secundaris” (secondary gatekeepers), amb la capacitat de rejerarquitzar les notícies prèviament seleccionades pels periodistes” (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 187).

Des dels inicis d’El Prat TV fins ara “hi ha prop de 4.000 vídeos publicats, tenint en compte que el 2014, quan vam fer el canvi de plataforma per una qüestió tècnica i econòmica, n’hi havia 3.300”⁹¹ (Sánchez, 2015). Sánchez remarca que a El Prat TV “comptem amb dos esdeveniments molt importants, la Festa Major i la Festa del Pollastre, dels quals fem molts més vídeos del que és habitual i es crea un subdomini a la pròpia web⁹², on pengem els vídeos específics d’aquestes celebracions per tal de no ‘embrutar’ la pàgina d’actualitat” (Sánchez, 2015). Seguint el mateix estil, per les eleccions municipals del maig de 2015, també es va crear la categoria “Municipals 2015”, en la qual es van aplegar 28 peces⁹³.

La presentació dels vídeos al web no és l’única via per la qual El Prat TV emet els seus continguts. “Hi ha pantalles instal·lades a parcs i espais culturals, a l’estil de les que hi ha al metro de Barcelona, on es van reproduint també els vídeos que pengem a la web, amb la intenció d’arribar a més gent” (Sánchez, 2015).

A la mateixa comarca del Baix Llobregat, Viladecans TV ha apostat també per aquest tipus de servei, a l’estil del que fan a El Prat TV. La informació local “de Viladecanstv.tv també es pot veure als principals equipaments de la ciutat, on s’hi han instal·lat pantalles televisives de 50 polzades que emeten tots els vídeos informatius de la televisió subtitolats i una agenda d’activitats”, afirma l’editor de la televisió, Lluís Àngel Ouro (Ouro, 2015). De moment n’hi ha “a Atrium Viladecans, a la biblioteca municipal, a l’Auditori Pablo Picasso, al Centre Municipal Edèlia Hernández i a Can Calderón, però també es preveu instal·lar-les a Can Xic, Can Batllori, els ambulatoris i a l’hospital”,

⁹⁰ “La setmana en 5 minuts”. En línia: [<http://elprat.tv/2015/07/30/resum-de-la-setmana-del-24-al-30-de-juliol/>]. Consulta: agost 2015.

⁹¹ En el web vigent hi consten 435 vídeos d’actualitat, 181 de cultura i 139 d’esports. [En línia]: <http://elprat.tv/> Consulta: agost 2015.

⁹² Subdomini a El Prat TV per la Festa Major 2014, que inclou 17 vídeos. En línia: [<http://elprat.tv/seccio/festa-major-el-prat-2014/>]. Consulta: agost 2015.

⁹³ Categoria “Municipals 2015” a la web d’El Prat TV. En línia: [<http://elprat.tv/2015/07/30/resum-de-la-setmana-del-24-al-30-de-juliol/>]. Consulta: agost 2015.

detalla (Ouro, 2015)⁹⁴. Tal i com es posa en pràctica al lloc web, les corresponents pantalles “poden emetre programació diferent en cadascun dels terminals per tal de segmentar-la de cara al públic de l’equipament on es troba”, justifica (Ouro, 2015).

Des del moment en què el canal comença a emetre per internet fins el 2015, “la web i l’activitat que hi hem plantejat ha estat una evolució”. En aquest sentit, Ouro comenta les implementacions que s’han posat en pràctica: “Bàsicament hem limitat la durada de les peces a un temps inferior a 1.40” en la majoria dels casos, evitem els formats massa estàtics, treiem més partit a les infografies senzilles que no pas abans, i establim certes seccions fixes que ajuden, d’aquesta manera, a fidelitzar l’espectador” (Ouro, 2015). Pel que fa a la duració de cada notícia, però, Ouro incideix en el fet que “hi ha un marge [variable] de temps, ja que hi ha varietat de temes i/o esdeveniments a destacar”. Per això, oscil·len entre “un mínim de 40 segons i un màxim de 2.30 minuts, depenent de la peça i el tractament que se li doni” (Ouro, 2015).

La periodicitat a Viladecans TV és diària. “Actualitzem cada dia amb un mínim de dues peces informatives i una previsió del temps, sempre amb la ciutat com a temàtica principal”, en tant que “informem sobre el govern local, les associacions, els ciutadans, fem notícies culturals i d’informació de servei”, explica (Ouro, 2015). El format habitual “és la videonotícia (càpsula informativa), però també treballem entrevistes i reportatges; i mensualment fem la retransmissió realitzada en directe del ple i de manera extraordinària actes molt concrets”. De manera puntual, “fem programació especial (que en el nostre cas vol dir augmentar el número de peces) de les Festes Majors d’Estiu i Hivern, Sant Isidre, Fira de Teatre al Carrer i Nadal” (Ouro, 2015).

Per contra, apunta, “no tenim programes informatius ni d’entreteniment” (Ouro, 2015). Tota l’activitat audiovisuals de Viladecans TV s’elabora entre un equip format per “un editor, una redactora a temps complet i un redactor a temps parcial, així com un estudiant en pràctiques”, puntualitza Ouro.

En un estil similar, Gavà TV recopila “a la setmana unes dotze notícies d’actualitat i unes dues més d’esports. De les peces informatives, que es recullen al canal <<GTV Notícies>> [n’hi consten 2.399 l’agost de 2015], algunes són més institucionals, ja que intentem cobrir tots els actes relacionats amb el consistori. Un altre gran gruix són prèvies d’activitats, fires o esdeveniments diversos que es fan al municipi” (Moreno, 2015) i que estan classificades a <<Agenda>>. En esports, “l’actualitat s’inclou a la categoria <<El Marcador>> i cada setmana s’actualitza, tot i que ens agradaria fer-ne més.

⁹⁴ Informació extreta del web de l’Ajuntament de Viladecans. En línia: [http://www.aj-viladecans.es/Plantilles/presentacio_m/btmjmZn3513F_2Pe_gFRyDp4PE8Wj0dJXLjsELGC-EA]. Consulta: juliol 2015.

Per exemple, els partits de futbol no els transmetem en directe perquè només disposem d'una càmera i prefereixo fer una bona crònica, abans que un directe en condicions que no siguin òptimes" (Moreno, 2015).

A més, Gavà TV compta amb diversos "canals d'entreteniment i servei", que ofereixen contingut culinari, històric, musical⁹⁵, entre d'altres. A més, la categoria <<No t'aturis>> serveix com un repositori de videocurrículums; i <<La Ciutat>> és "un espai per als reportatges i tot tipus de produccions audiovisuals on el protagonista [...] és la ciutat de Gavà i, evidentment, els gavanencs i gavanenques"⁹⁶. Del conjunt de continguts, Moreno puntualitza que "les notícies d'actualitat duren quatre minuts com a molt, la majoria estan entre 1.30' i els 2 minuts, mentre que els reportatges de caire "històric" s'allarguen fins als 10-12 minuts" (Moreno, 2015).

Pel que fa a esdeveniments destacats de Gavà, com ara "la Festa Major i la Fira de l'Espàrrec, creem un canal propi⁹⁷ dins de la web per a cada un, on hi pengem els vídeos pertinents. La realització d'aquests vídeos és especial, en comparació amb el que és habitual, en el sentit que van retolats d'una manera concreta i porten la mateixa careta identificativa", confirma Moreno.

Aquest tipus de presentació de les peces coincideix també amb la producció de la televisió local pública per internet de Vilassar de Mar (VdM'TV), que està present a la xarxa social Vimeo (<https://vimeo.com/vilassardemar>). En relació a aquesta plataforma, és "accessible des de qualsevol dispositiu: mòbil, tablet o smartphone (...) "⁹⁸. En declaracions del propi director -que també ho és de la ràdio municipal-, "apostem per Vimeo perquè s'han de tenir bons materials i tècniques perquè des de les televisions de casa es vegi la televisió municipal de manera professional (Cabot, 2014)" (Jiménez, 2014: 71).

Pel que fa a aspectes més tècnics, les peces "estan realitzades amb careta a l'inici perquè es puguin passar per televisió (convencional) si s'escau. De fet, des que vam començar aquest projecte de televisió per internet, el format i durada de les peces ha estat el mateix" (Cabot, 2015), destacant que la duració mitjana de les notícies és de "dos minuts". En general, "l'actualitat i els programes d'entrevistes són les temàtiques més recurrents" a VdM'TV; i també es fan espais "de cuina, resums

⁹⁵ Un dels continguts que produeix Gavà TV són videoclips a grups i formacions de la zona (Moreno, 2015).

⁹⁶ Canal "La Ciutat", En línia: [<http://www.gavatv.cat/laciutat>]. Consulta: agost 2015.

⁹⁷ El canal "Estem de festa". En línia: [<http://www.gavatv.cat/estem-de-festa>] i el canal "62ª Fira d'Espàrrecs" (edició 2015) [<http://www.gavatv.cat/62a-fira-desparrecs>]. Consultes: agost 2015.

⁹⁸ Notícia publicada el 23 de gener de 2014 a Maresme360.cat. [En línia: <http://www.maresme360.cat/4002/la-televisio-per-internet-de-vilassar-de-mar-es-trasllada-a-la-plataforma-professional-de-vimeo.html>] Consulta: juliol 2015

d'exposicions...". Al principi de començar amb el projecte, "fèiem dues notícies per setmana, més algun programa i/o reportatge i ara podem estar fent entre 3-4 peces màxim a la setmana i un programa d'entrevistes. Tot el contingut està presentat en forma de càpsules perquè "a Vimeo no es permet fer directes", afegeix Cabot (2015).

BTV Notícies ha evolucionat d'una manera notable a mesura que també ho ha fet l'equip de treball i els recursos que s'hi han destinat. Rafael Luján, el coordinador del portal web, ho explica: "Al principi de posar en marxa la web, teníem menys recursos i això es veia reflectit en el contingut que hi pujàvem. Depeníem més de la televisió (TDT-L), de la qual érem repositors dels seus continguts, mentre que ara podem treballar amb llenguatges propis del web" perquè es disposa de "més recursos, començant per personal" (Luján, 2015).

En aquest sentit, "actualment, entre jornades parcials i completes som 9 persones a l'equip de BTV Notícies. Set redactors, alguns venim de la televisió i d'altres s'han agafat *nous*, i hem incorporat un dissenyador gràfic i un programador que permeten fer continguts interactius adaptats al llenguatge web. Per exemple, per les últimes eleccions municipals (24M 2015) vam elaborar un mapa de resultats de vots per cens i districtes" (Luján, 2015). L'equip actual "som més polivalents", en tant que produeix contingut tant escrit com audiovisual, "però no podem oblidar que el nostre punt fort és la televisió", incideix (Luján, 2015).

En termes quantitatius, BTV Notícies compta amb "25 peces al dia entre les d'elaboració pròpia i les de districte. Les televisions 'de districte', en total 10, ens nodreixen d'entre quatre i cinc notícies al dia, que ens permeten oferir informació més propera dels barris", apunta Luján (Luján, 2015). Les publicacions tenen diferents formats. En aquest punt, Luján recalca que "no ens tanquem a un format concret. Igual que una televisió presenta reportatges i notícies, a BTV Notícies no ens cenyim a una entrada amb text i fotografia", sinó que "ens agrada la varietat: tenim els flashos, les notícies en format vídeo i també els interactius. A vegades, simplement *tuitegem* fotos i ho donem per explicat. Fins i tot fem *QUIZZ*, enquestes. Recentment n'hem publicat una pensada per comprovar el que sabem dels nous regidors de l'Ajuntament de Barcelona" (Luján, 2015).

En definitiva, el que remarca Luján és que "la qüestió està en el fet que la temàtica de les notícies o reportatges sigui barcelonina. Dins d'aquest àmbit, tractem informacions de mobilitat, d'esports, de cultura... La nostra especialitat és Barcelona" i, per tant, "entra tot el que vulguem, fins i tot com es parla de Barcelona als mitjans europeus" (Luján, 2015).

Xavier Abelló, director de Tac12, és directe i clar: "Apostem per un producte i dues maneres de presentar-lo: televisió (TDT-L) i a la carta per internet. Encara que ara per ara no es disposa del servei

d'streaming, tenim intenció de fer-ne més endavant". Els continguts de Tac 12 a internet són "gairebé el 95% del que s'emet per TDT-L" i que es puja "automàticament al web. Els programes es penjen tots complets", mentre que els informatius passen per una revisió: "de cada un agafem notícia per notícia i les incorporem a internet. També es penja sencer, però per aquells que vulguin productes concrets, d'aquesta manera els trobaran fàcilment" (Abelló, 2015).

Referint-se a les plataformes web, estan indicades per la gent que "vol consumir la televisió d'una manera diferent [respecte la TDT-L]. Ja fa temps que estem en aquest procés de treballar a la web. Tard o d'hora arribarà un moment que no es faran graelles, sinó que les televisions dipositaran el producte i els espectadors hi accediran en el moment que vulguin". Abelló reafirma que "és el concepte de televisió a la carta. I probablement tot passi a aquest sistema, malgrat tot, encara no és així completament" (Abelló, 2015). L'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014* esmenta que "el consum de televisió lineal disminueix i nous agents basats en l'accés a continguts televisius a la carta es van fent un lloc a la dieta televisiva dels espectadors" (Besalú, R. 2015: 155).

Seguint en aquesta línia, Andreu Casero argumenta que "el paradigma del *broadcasting*, on el mitjà era obert i massiu, i la seva posterior evolució cap a la difusió de pagament (*narrowcasting*), està anant cap a una televisió organitzada entorn l'individu i basada en un consum en qualsevol lloc i qualsevol moment que respon a la lògica d'*always on* (sempre connectat)" (Casero, Andreu 2011: 29).

En aquesta direcció de "dipositar el producte", al web de Tac 12 s'ha incorporat una secció especialitzada per cada municipi. Tac 12 és la televisió local pública del Camp de Tarragona, en la qual "Altafulla, Constantí, Montblanc, Salou, Tarragona, Torredembarra, Valls, Vila-seca"⁹⁹ consten com a municipis socis. En aquest sentit, al web "tenim una divisió per poblacions, que la considerem un contenidor de notícies per població. Així es més fàcil que cada espectador trobi els continguts del seu poble" (Abelló, 2015).

Abelló adverteix, però, que "quan parlem de temàtiques, no oblidem que el fet de ser un projecte informatiu d'informació de proximitat ja és en si mateix la nostra principal temàtica, que ens regeix el tipus de contingut que hi emetem" (Abelló, 2015). Concretament, els continguts principals de Tac 12 es basen "en programes contenidors que treballen l'actualitat informativa. En temàtica esportiva cobrim totes les activitats esportives que involucren el nostre territori; i també apostem molt pels esdeveniments de cultura popular i de carrer" (Abelló, 2015).

⁹⁹ Informació extreta de la pàgina web de Tac 12, dins la secció "Municipis". En línia: [<http://tac12.xiptv.cat/>]. Consulta: agost 2015.

Més enllà d'això, “ens hem especialitzat en d'altres productes que tenen ressò i que poques televisions tracten, com els castells. Fem programes propis i també col·laborem amb d'altres de la XAL i de TV3. Aquest tipus de contingut es consumeix molt per internet perquè la gent que està fora de Catalunya li agrada veure-ho i sentir-se més a prop de casa. I si, a més, som dels pocs que ho potenciem, encara té més repercussió” (Abelló, 2015).

Així, les modificacions que s'han aplicat al web de Tac 12 s'han fet en funció “de l'interès de la gent i del consumidor habitual. Ara hi ha espais molt temàtics atès que hi ha un públic específic que hi va a buscar estrictament això” (Abelló, 2015), i afegeix que les possibilitats d'internet es diferencien de les que té la TDT-L: “Amb internet arribem a tot arreu i, en canvi, per TDT-L només ens televisen al Camp de Tarragona, és a dir, a quatre comarques: l'Alt i Baix Camp, el Tarragonès i la Conca de Barberà” (Abelló, 2015).

Pel que fa a les possibilitats d'Internet, el director de RTV El Vendrell, Pep Vinyes, glossa: “La pàgina web demana dinamisme, actualització constant, i per nosaltres, i entenc que per moltes televisions locals, el ‘problema’ està en el fet que la pàgina web necessita que algú li pugui dedicar temps. Si no tens ningú fent aquesta funció no serveix de res tenir-la, perquè la pàgina poc actualitzada no té gaire sentit” (Vinyes, 2015). Fa un temps –afegeix Vinyes– teníem poca capacitat de fer aquesta tasca; però en un moment donat, els mateixos redactors vam decidir que cadascun de nosaltres hàviem d'anar actualitzant els continguts a mesura que els anéssim publicant, per donar funcionament i vivacitat a la web i, en definitiva, donar-li sentit” (2015). L'estricta immediatesa a Internet ja és prou contundent: “Al cap de tres dies, màxim una setmana, les notícies que penges ja no es miren, a no ser que sigui quelcom especial. La noticiabilitat es perd molt de pressa, per això és important publicar-ho en el moment exacte perquè tingui sentit”, apunta (Vinyes, 2015).

Quant a continguts que RTV El Vendrell presenta al web hi ha “els programes que elaborem i peces individuals. Fem un informatiu diari, que emetem al migdia i al vespre, i una edició de programa del temps també cada dia de dilluns a divendres. En general comptem amb un hora de producció diària” (Vinyes, 2015). En total, doncs, la pàgina web de RTV El Vendrell s'actualitza “amb quatre o cinc peces diàries, que resulten unes 45 a la setmana, entre programes i notícies individuals”(Vinyes, 2015). Pel que fa a les temàtiques, hi ha “varietat i equilibri entre cultura, política, esports. A més, ho tenim configurat per tal que els espectadors que només vulguin consumir les notícies referents a

cultura ho puguin fer accedint a la categoria 'Cultura'", així com també s'han afegit les categories "Alerta, Economia, Educació, Festes, Política, Societat"¹⁰⁰.

3.2. AUDIÈNCIA

El consumidor d'internet és un públic jove. La gent gran, a partir d'una determinada edat, no accedeix als continguts de les televisions per internet, encara que s'hi pugui entrar des de diversos dispositius. En aquest sentit, Josep Lluís Micó i Pere Masip detallen que, a Catalunya?, [el bienni 2013-2014] "els usuaris d'internet es van concentrar a les franges d'edat compreses entre els 35 i els 45 anys (25%) i entre els 25 i els 34 anys (19,19%)" (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere; 2015: 177). Així doncs, "entre els joves i els adolescents el nivell de penetració de la xarxa és més elevat. El 2014 rondava en tots dos casos el 90% de la població, entre 4 i 7 punts més que el 2013" (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 178).

Taula 3. Penetració d'internet per franges d'edat a Catalunya, en percentatge (2013-2014)

Franja d'edat	2013	2014
14 a 19 anys	90,03	86,21
20 a 24 anys	91,64	85,43
25 a 34 anys	87,46	80,78
35 a 44 anys	82,53	73,84
45 a 54 anys	70,03	60,47
55 a 64 anys	55,39	48,75
65 i més anys	32,04	28,12

Nota: població de 14 anys o més.

Font: *Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*. P. 178.

Pel que fa a les edats, Miquel Pagès, director de Canal 10, indica que "la gent de fins a 50-60 anys no té cap problema en veure els continguts des d'internet, però quan més gran s'és, el nombre de consumidors és menor". Així, "tot i que la gent gran es posa les piles d'una manera impressionant [pel que fa a les noves tecnologies], encara queda gent que no coneix aquest nou entramat o no s'hi atreveix, però per això hi ha també la TDT-L" (Pagès, 2015), afegeix. "Hi ha milers de visites i vídeos reproduïts cada setmana. Per exemple, si la peça té relació amb les escoles, pot tenir perfectament 9.000 reproduccions per setmana. La publicació que en té menys són 1.000 i la que més 11.000. Els programes d'esport també tenen molt d'interès, en funció del tema" (Pagès, 2015).

En el cas de RTV Vilafranca (TDT-L), el web "és molt important també". Ho explica el seu director, Josep Alsina: "Per mi és el mitjà principal de futur. De fet, per molts joves ja ho és. Arran de fer

¹⁰⁰ Secció Notícies, RTV El Vendrell. En línia: [<http://www.rtveldvendrell.cat/category/noticies/>] Consulta: agost 2015.

enquestes observem que la gent gran ens mira per la TDT-L, mentre que el terreny de molts joves és internet. Per això la valorem tant, no la podem considerar com un complement de la TDT-L" (Alsina, 2015). Aquest aspecte d'estricta rellevància avui en dia també el remarca l'*Informe de l'Audiovisual a Catalunya 2012-2013*: "A més, les noves generacions de joves estan adquirint nous hàbits de consum televisiu, molt més individualitzats i menys dependents de programacions rígides i subjectes a un horari determinat" (CAC, 2014: XV).

En aquest sentit, pel que fa a l'audiència de VOTV, Albert Jordana, director del canal, comenta que "avui en dia encara el consum majoritari el tenim en TDT-L i no a internet", però "potser d'aquí uns anys, quan ja estarà el format internet millor implantat i més integrat en la societat, hi haurà un canvi de preferències" (2015). El que assenyala Fina Vieta, responsable del Departament de Participació Ciutadana de l'Ajuntament de Lloret de Mar, és que el pas de la TDT-L a internet "s'ha notat molt, perquè molt de públic habitual era gent gran", que ara no veu l'actualitat per internet. En aquest sentit, Vieta remarca que "les noves tecnologies estan molt implantades entre els joves, però, per contra, hi ha una part de la població que no hi accedeix, per desconeixement o per desinterès, i que abans era consumidora de la televisió local", tant analògica com digital. "Estem en un període d'impàs", apunta (Vieta, 2015).

Sota aquesta idea de «pèrdua d'espectadors», Josep Matas, de Calella TV, explica: "Perdem audiència respecte la que hi havia a la TDT-L, però l'evolució és que el públic cada cop és més jove i, a més, des d'internet et pot seguir més gent que visqui fora". És a dir, "arribem molt més lluny que no pas amb abans". Matas preveu, en la mateixa línia que Vieta, que "d'aquí a uns anys la situació serà millor perquè la societat estarà més integrada amb les noves tecnologies de la informació i la comunicació [TIC]" (Matas, 2015).

En aquesta línia que apunta Matas, Manel Moga, d'Aran TV, explica: "El fet d'estar presents a internet t'aporta una vessant d'interacció amb gent d'altres indrets, o inclús amb gent de la Vall d'Aran que, pels motius que siguin, resideixen o estan fora. En el primer cas, per exemple, m'han arribat missatges preguntant-me per activitats que es facin a la Vall d'Aran, o interessant-se per visitar determinats llocs de la zona" (Moga, 2015). En aquest sentit, la propagació via internet "permet arribar a molta més gent de la que s'arriba amb la TDT-L" que, en gairebé la majoria de casos, no supera la comarca. En el cas d'Aran TV, el servei de televisió digital terrestre, que executa

el grup Segre¹⁰¹, “s’estén per la província de Lleida i arriba prop d’uns 200.000 habitants” (Moga, 2015), tenint en compte que la població de la Vall d’Aran és de “9.993”, segons Idescat¹⁰².

Una situació destacada es viu a Sant Cugat del Vallès. Per a Miquel Herrada, director de Cugat.cat, l’audiència online “del nostre mitjà, auditada per OJD, està per sobre dels 50.000 usuaris únics mensuals. El 2014 vam obtenir la xifra de 211.000 descàrregues de vídeo” (Herrada, 2015). En aquests termes, el mateix Herrada confirma que “el salt a Internet [abans era una ràdio municipal] ha estat brutal quant a audiència”, en una ciutat en què “la població és jove, altament connectada i amb un alt poder adquisitiu. En part, també ha influït molt positivament el fet que cada cop hi hagi més vies d’accés a la web (des d’ordinadors, dispositius mòbils o smart TV)” (Herrada, 2015).

En relació a les característiques de l’audiència de les televisions per internet, *l’Informe a la Comunicació a Catalunya 2013-2014* remarca el següent: “En les cases amb membres de menys edat (famílies amb nens o amb adolescents, famílies joves), la disponibilitat del telèfon intel·ligent per accedir a la xarxa és gairebé absoluta. En concret, en famílies formades per joves es disposa d’smartphone per accedir a la xarxa en el 84,7% dels casos, i a les llars amb nens, en un 75,4%” (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 180).

La bona rebuda per part dels santcugatencs i les dades optimistes han fet apostar Cugat.cat per les noves tecnologies. “Tenim aplicació mòbil per Samsung i LG i ens estem posicionant en el mercat de les smart TV per quan hi hagi el gran moviment” (Herrada, 2015); tal i com van fer primer amb el salt al web. En aquest punt, el propi Herrada creu que els grans canvis porten molt de temps de feina *invisible*: “L’experiència ens ha demostrat que si no entrem en les noves TIC abans del gran salt [quan ja es popularitza al 100%], després no arribem a temps”. I afegeix: “Has de portar molts anys picant pedra per donar-te a conèixer. Si estàs on la gent et demana [tablets...], la gent et veu” (Herrada, 2015).

L’article “Contenidos audiovisuales y televisivos para dispositivos móviles: una aproximación al mercado español”, d’Adelantado i Martí, glossa les possibilitats que ofereix la tecnologia mòbil per als usuaris i que, alhora, l’han convertit en una eina *imprescindible* aquests últims anys: “La ubiqüitat, la capacitat de connexió permanent i la possibilitat d’arribar a l’usuari de manera personalitzada assenyalen de manera rellevant l’especificitat del mòbil davant d’altres mitjans i situen a la plataforma mòbil en un lloc estratègic per donar cabuda a un ampli conjunt de serveis i continguts relacionats amb la publicitat, la informació i l’entreteniment. Així, el consumidor pot [...]

¹⁰¹ Manel Moga, director detalla: “El pressupost és 100% públic. El grup Segre en fa l’explotació del canal, però està finançat des de les institucions públiques de la Val d’Aran” (2015).

¹⁰² En línia [<http://www.idescat.cat/emex/?id=39#hfffff>]. Consulta: agost 2015

accedir a una notícia que s'està difonent en directe per televisió aprofitant la duració del trajecte en un mitjà de transport públic” (Adelantado, Eulalia y Martí, José 2011: 102).

En una posició propera a Herrada i positiva respecte el nou mitjà digital, Míriam Vila, directora de Matadepera TV, confirma: “L’audiència de la televisió per internet ha tingut un increment molt gran” en comparació amb la TDT-L. “Emetre per internet ens ha permès arribar a un gran i divers públic”, tot i que “el que hem perdut seria la gent gran” (Vila, 2015). De fet, Matadepera va tenir certes dificultats en l’etapa de TDT-L quant a la captació del senyal que, amb la posada en marxa de la televisió per internet han quedat solucionades i, a més, les característiques d’aquest nou mitjà permeten aconseguir més espectadors locals¹⁰³. Al web es detalla que “des de 2009 Matadepera Televisió emet els seus continguts per internet i ha esdevingut un referent de la informació municipal a través de la xarxa”¹⁰⁴.

Seguint la línia d’Herrada (Cugat.cat) i Vila (Matadepera TV), Jaume Cabot, director de VdM’TV, apunta: “La gent de més de 70 anys costa molt que entri a la web. Normalment, les persones de 60 anys ja s’han habituat, però en una part de la població [els més grans] l’accés a la televisió per internet queda limitat” (Cabot, 2015). Així ho corrobora Miquel Vidal a l’*Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*: “Si bé encara existeix una fractura digital, se situa sobretot en la gent gran i no tant per una qüestió de riquesa, sinó principalment per una possible manca d’interès” (Vidal, Miquel 2015: 34).

Per això, Cabot espera que aquesta situació canviï: “Suposo que arribarà un dia en què aquestes barreres desapareixeran” (Cabot, 2015). Tot i aquest apunt pel que fa a franges d’edat, al projecte VdM’TV “hem mantingut un públic molt fidel. La gent et para i et comenta a peu de carrer que t’ha vist [la televisió] o opina sobre temes que tractem. La televisió per internet ha tingut molt bona rebuda al municipi”, apunta Cabot (2015). El 2014 el director de VdM’TV afirmava: “Des de la posada en marxa [de VdM’TV] el 2011 fins a finals de 2013, els accessos al canal municipal han ascendit fins a 115.500”¹⁰⁵. I “durant el 2013, ha rebut 34.000 accessos, essent el canal *Actualitat* el més visitat, amb gairebé 30.000 (Cabot, 2014)” reproduccions (Jiménez, 2014:71).

En xifres, el projecte que supera totes les referències és BTV Notícies. L’audiència del portal BTV.CAT (no només BTV Notícies), “auditada per OJD, és de 257.575 navegadors únics el mes d’abril i 257.500 al maig [de 2015]”, corrobora Luján (2015). Per tot el que Barcelona comporta per Catalunya, la

¹⁰³ Veure capítol 2: “La televisió per internet: sorgiment i motius de creació”.

¹⁰⁴ Informació extreta del web de Matadepera TV. En línia: [<http://www.matadepera.cat/tv/contents/info>] Consulta: agost 2015.

¹⁰⁵ Notícia publicada el 20 de gener de 2014 a la pàgina web de la Federació de Mitjans Locals de Catalunya. [En línia: <http://www.radiolocal.cat/noticia?id=473>] Consulta: maig 2014.

ciutat “transcendeix de la gent que hi viu”. L’actualitat relacionada amb la ciutat interessa molt tant als propis veïns com als habitants d’altres poblacions, que per diferents motius tenen vinculació amb la capital. Luján ho detalla: “Potser hi ha persones d’Igualada que venen a treballar cada dia aquí i els interessa unes afectacions de trànsit concretes, o potser des de Mataró els resulta d’utilitat una informació nostra sobre Rodalies Renfe” (Luján, 2015).

El portal televisiu Gavà TV compta, el 2015, amb “2.000 usuaris habituals i 112.000 visites. El 2014 vam reunir 61.940 usuaris únics”, segons apunta el director de la televisió (Moreno, 2015). Respecte l’experiència en TDT-L, Moreno confirma: “Abans l’audiència era majoritàriament gent del centre, que ara hem perdut. A canvi, hem guanyat un públic jove, que no és fidel, però que si els agrada el contingut que veuen ho viralitzen” (Moreno, 2015). Els vídeos amb més visites a Gavà TV són de temàtica “successos, tant d’alegria com de desgràcia. De fet, la notícia de l’atropellament mortal d’un noi a Gavà va tenir 5.000 visites”; seguida “del videoclip de Festa Major i la notícia del 2n Premi de la Loteria de Nadal 2014” (Moreno, 2015).

Tal i com passa a Gavà, a Blanes també hi ha “tradició de televisió local, que es remunta a la televisió analògica [des de 1989]¹⁰⁶. La gent estava acostumada a veure-la; tot i que en gran mesura, el principal públic era gent gran. En general, teníem molt més audiència [en analògic] que ara. En aquella etapa, Televisió de Blanes comptava amb un servei gratuït de televenda que s’emetia en els espais entre programes. Això tenia molt d’èxit entre els veïns”, remarca Palau, responsable Blanes TV (2015).

En el terreny actual, Palau apunta que “l’única recança d’aquest servei de televisió [per internet] és que -com en totes les televisions homòlogues- no arriba a tota la població, ja que no tothom té accés a la xarxa, o bé no està prou avesat a fer-ho (gent gran, sobretot)” (Palau, 2015). Tot i això, la plataforma Youtube, on està instal·lat el canal de televisió de Blanes, “té facilitats respecte la pàgina web anterior pel que fa a accés i recerca de continguts; i a més, permet tenir subscriptors”, que reben notificacions automàtiques cada cop que hi ha actualitzacions en el canal. Pel que fa a la reproducció de les peces, Palau comenta: “És molt important, també, quan vas a gravar a actes o a qualsevol festa amb càmera de Blanes TV. La gent et veu i sap que ho penjaràs. I llavors, o bé et busquen o bé esperen que ho anunciem” (Palau, 2015), per veure’s i recordar l’acte al qual han assistit. Concretament, les notícies “estrella són les de Carnaval, amb 3.827 visualitzacions, la del Dia d’Andalusia, amb 2.130 reproduccions i la Cavalcada de Reis, amb 1.800” (Palau, 2015). Recentment, la publicació *Caminada Popular Nit de Sant Bonós, Blanes 2015* (<https://www.youtube.com/watch?v=Nv-zbTKUZxw>) ha registrat 2.197 visites.

¹⁰⁶ “De 1989 a 1994 la televisió era associativa; i de 1994 fins a 2010 va ser televisió municipal” (Palau, 2015).

El director de Vallirana TV fa èmfasi en un aspecte central del consum de la televisió per internet. Per Carles Cabilla, la sensació és que “a la zona del centre s’ha perdut una mica d’audiència, respecte als espectadors habituals de la televisió analògica, però en canvi, que surti gent als vídeos influeix molt positivament en el nombre de reproduccions finals, perquè et busquen un cop s’ha produït l’acte o l’esdeveniment” (Cabilla, 2015). Amb tot, “el problema que tenim és que, pel fet de ser una ciutat dormitori, hi ha una limitada activitat local. No volem dir que no n’hi hagi, sinó que no es compensa suficient el nombre d’habitants amb l’acollida dels actes festius i populars”, sentència Cabilla en la mateixa entrevista.

Lluís Àngel Ouro, editor de Viladecans TV, afirma: “Ens movem entre les 50 i les 1.000 reproduccions per cada peça. És un ventall molt ampli. Les màximes reproduccions són sempre les peces sobre la Rua de Carnestoltes, la Fira de Sant Isidre i la Festa Major. La mitjana ronda les 200 reproduccions” (Ouro, 2015). En relació als espectadors de la TDT-L, el mateix Ouro comenta que “no ho puc valorar perquè no dispo de les dades d’audiència que tenia l’emissió analògica¹⁰⁷”, però aclareix que “estem satisfets amb l’audiència actual” (Ouro, 2015).

En relació amb aquest nou espai d’internet, Carola Fernández, directora de Maricel TV, és clara: “Ens ha canviat el públic”. Remarca, en aquest sentit, que “hem guanyat molt públic jove, i en el qual la TDT-L no hi tenia incidència -Sitges tenia la impressió que la TDT-L havia perdut presència. Ara, la gent sent que ha recuperat la televisió local” (Fernández, 2015). *L’Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014* assegura que una de les claus de l’arrelament de les plataformes web amb la ciutadania és que “bona part de la millora en l’accés [a Internet] s’ha degut a l’èxit dels telèfons intel·ligents, que han permès fer arribar internet a molts ciutadans que no podien assumir el cost d’un ordinador i connexió a la xarxa des de casa. És sorprenent com en només un any, de 2013 a 2014, la quantitat de ciutadans que s’han connectat a internet mitjançant el mòbil ha passat del 36,6 al 55,1%” (Vidal, Miquel 2015: 34).

En aquesta direcció, els tipus d’accés al web i d’espectadors determinen cada cop un increment del consum del contingut en diferit. Tant pel que fa a les televisions locals públiques per internet, com en d’altres àmbits del sector televisiu. Ho recull Joan Sabater a *L’Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*: “Els canvis més importants, no només en l’àmbit espanyol, tenen a veure amb el mesurament de l’audiència no lineal, és a dir, el visionat de continguts que no es corresponen amb el moment d’emissió. Aquesta audiència és cada vegada més gran com a conseqüència de l’increment de la diversitat de dispositius amb què consumir aquest tipus de contingut i de

¹⁰⁷ Lluís Àngel Ouro va entrar a treballar com a editor de Viladecans TV el 2013.

l'augment de la seva penetració, afegida a una presència també més gran de la disponibilitat d'internet a les llars" (Sabaté, Joan 2015: 81).

El director de programació i continguts de la televisió per internet de Vilanova del Vallès, Joan Naveros, incideix en aquest punt, afirmant que "hi ha una fractura digital" en tant que "la gent gran no està acostumada a consumir aquest tipus de mitjà. No obstant, quan es comença de zero en una nova plataforma s'ha de fer pedagogia perquè la gent et conegui com a mitjà i, alhora, sàpiga què fas. A Vilanova del Vallès vam optar per fer i distribuir díptics informatius i anunciar la nova televisió local pública a través de Facebook". En mesos on els continguts socials, "com la Festa Major, la Rua de Reis, o Tres Tombs (...) i les peces *d'infoserveis* són els protagonistes, podem tenir 1.200 visionats mensuals, tenint en compte que la població de Vilanova del Vallès està formada per 5.000 habitants" (Naveros, 2015).

La televisió per internet de Castelldefels registra una mitjana d'entre "400 i 500 visualitzacions per cada peça, tot i que també n'hi ha algunes que en reben 200 i d'altres, com les de la Festa Major, arriben a les 3.000 reproduccions. Fins i tot, el vídeo corporatiu de la platja [de 2014] va registrar 7.727 reproduccions al canal Youtube"¹⁰⁸, a les quals s'han de sumar les visites a la pròpia pàgina de Castelldefels TV¹⁰⁹ i les de Vimeo. Segons informa la pàgina de Castelldefels TV a Vimeo, "Com cada any, l'Ajuntament ha preparat un vídeo que mostra els atractius de la platja de la nostra ciutat, un dels principals motors turístics i econòmics de Castelldefels"¹¹⁰.

¹⁰⁸ "Castelldefels. La millor platja a prop teu". En línia: [<https://www.youtube.com/watch?v=VBeDVSIhdCs>] Consulta: agost 2015.

¹⁰⁹ "Castelldefels. La millor platja a prop teu", publicat CastelldefelsTV.org. En línia: [<http://www.castelldefelstv.org/castelldefels-la-millor-platja-a-prop-teu/>]. Consulta: agost 2015

¹¹⁰ Vídeo "Castelldefels. La millor platja a prop teu", publicat al canal de Vimeo de CastelldefelsTV.org. En línia: [<https://vimeo.com/103329491>]. Consulta: agost 2015

4. LES XARXES SOCIALS I LA TELEVISIÓ LOCAL PÚBLICA PER INTERNET A CATALUNYA

Aquestes eines 2.0 han revolucionat el món tecnològic i de la comunicació, tant professional com particular. De fet, la informació d'actualitat circula per la xarxa a través de la utilització d'aquest instrument. En el decurs dels últims anys i concretament en l'últim bienni (2013-2014), a Catalunya, "l'evolució de les xarxes socials és probablement més convulsa que la de qualsevol altra activitat a internet, incloent la dels mitjans de comunicació. Les seves fases i episodis se succeeixen a més velocitat" (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 185).

L'apunt històric l'introdueix Gumersindo Lafuente en concretar que, "en els últims 15 anys, el periodisme es va apropant poc a poc a l'abisme, empès per la revolució digital. Mai abans un canvi tecnològic havia transformat tant el nostre ecosistema. El periodisme va créixer i es va modelar sempre a cavall d'avanços tecnològics", apunta Lafuente, (2012: 7).

Els progressos en la tecnologia mòbil n'han disparat la popularització entre la població. L'evolució en els últims anys s'ha accelerat a nivells màxims. Al capítol "Internet, xarxes socials i noves pràctiques comunicatives" de *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*, els autors comenten: "Des d'un punt de vista tecnològic, l'elevada penetració dels dispositius mòbils entre la població i un ús intensiu i variat de les xarxes socials —Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.— han caracteritzat el bienni 2013–2014 a Catalunya. Aquestes tendències digitals han seguit creixent des de l'anterior edició de *l'Informe de la comunicació a Catalunya*" (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 175).

Estrictament en l'àmbit de la comunicació, aquestes eines interactives han esdevingut una nova dimensió en els mitjans. Feenstra i Casero-Ripollès recullen la idea que internet es caracteritza per una ràpida circulació de les notícies i que les xarxes socials possibiliten la viralització de les mateixes (Feenstra, R. A.; Casero-Ripollés, A. 2012: 130).

Centrant-nos en la televisió per internet, una de les aplicacions d'aquest mitjà és que "també ha de donar servei a gent que estigui a l'altra punta del món i ens vulgui escoltar, per això, les xarxes socials són bàsiques", tal com assenyalava el director de Vilassar de Mar TV (VdM'TV), en una entrevista realitzada el 2014 (Jiménez, 2014: 48). Aquest aspecte el remarca Manel Moga, director d'Aran TV. Pel que fa a les xarxes socials, "tenim pàgina de Facebook i allà hi compartim els programes que pengem a la pàgina web, un cop ja s'han emès per TDT-L. A banda de la gent que viu aquí, també ens segueixen persones que per diversos motius viuen fora de la comarca, inclús de Catalunya, i els interessa veure què fem a Aran TV" (Moga, 2015).

Per una banda, la televisió utilitza aquesta via com a promoció de l'activitat audiovisual més recent i, per l'altra, "els comentaris i la participació de la gent són habituals a la pàgina de Facebook. També n'arriben per correu. Per exemple, ens notifiquen errors que hem pogut cometre en alguna peça, i així els podem corregir; o també ens avisen d'activitats que fan per a que ho anunciem..." En aquest sentit, remarca: "Internet és més pròxim amb la pròpia audiència, ja que es fa més fàcil la relació amb els oients" (Moga, 2015).

La popularitat i la rellevància que han adoptat les xarxes socials s'explica, en part, perquè ambdues bandes de la cadena informativa, emissors i receptors, fan servir el mateix canal. La interacció creix. Així, "Internet no només ha transformat múltiples indústries, per exemple, la dels mitjans, sinó que també ha obert vies inèdites per a la participació dels ciutadans. Els instruments de l'anomenada 'web 2.0' són recents, però la seva aplicació ja és intensiva. L'entorn cibernètic ha propiciat l'aparició d'una audiència més diversa, fragmentada i desperta que en qualsevol altra època. No és que abans el públic estigués adormit, però fins fa poc no disposava dels actuals mecanismes per interactuar" (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 189).

Les xarxes socials formen part de l'aposta de BTV Notícies, de Barcelona Televisió. "Si he de destacar algun impacte positiu del BTVNOTÍCIES en tots aquests anys ha estat la gestió de les xarxes socials, especialment a Twitter. El projecte no ha rebut premis com els del Diari de Barcelona, però la gestió de la informació de proximitat a la xarxa ha estat elogiada i imitada per altres mitjans locals"¹¹¹. Concretament, "Twitter ens ajuda molt a precisar la informació i també a contactar amb fonts. Hem trobat la fórmula" idònia per interactuar amb els espectadors, corrobora Luján. "Fins i tot publiquem vídeos directament a Twitter, en tant que prioritzem el fet de proporcionar informació abans que obtenir visites al web" (Luján, 2015). En aquesta xarxa social "tenim 52.600 seguidors", mentre que a Facebook "només 2.475. L'estratègia a Facebook no ha anat tant bé com a Twitter", apunta Luján.

Seguint la idea de la reciprocitat que comporten les xarxes socials, les aplicacions que se'n fan arriben fins a la creació de contingut des d'ambdues bandes de la cadena informativa. El que asseguren Feenstra i Casero-Ripollés és que la web –i les seves especificitats, com el caràcter horitzontal-, permet tant emissors com receptors d'informació crear continguts, en el sentit que nous participants intervenen en el procés d'elaboració de les notícies (Feenstra, R.A.; Casero-Ripollés, A. 2012: 131).

En aquesta qüestió, BTV n'és un exemple: "Si algú ens diu que a tal lloc passa un determinat fet, intentem esbrinar el que ha ocorregut. De vegades, d'això en surt una notícia. Ens prenem

¹¹¹ Declaracions de Rafael Luján a l'entrada "Rafael Luján" al web personal de Saül Gordillo, el 7 de maig de 2015. En línia: <http://www.saul.cat/article/4671/rafel-lujan>. Consulta: agost 2015.

seriosament la interacció amb els usuaris de les xarxes socials i la nostra tasca”, remarca Luján. En aquest sentit, afegeix: “intentem contestar personalitzadament cada petició o pregunta” (Luján, 2015). De fet, Localret hi al·ludia el 2012 a la publicació *Tendències i solucions per a la comunicació audiovisual. Guies per al desenvolupament de la societat del coneixement*: “A l’espectador, a més, li agrada poder opinar i interactuar amb el mitjà de comunicació a través de les xarxes socials o poder participar directament en l’elaboració dels continguts” (Localret, 2012:4).

“A través de Twitter o del Facebook de BTV Notícies, els espectadors ens poden consumir. [Per aquestes vies] Arribem a més gent de la que ho fa la televisió i, sobretot, a perfils més diferents [i variats]. En el fons, són impactes. Tot suma” (Luján, 2015). En aquest sentit, el coordinador de BTV Notícies clarifica que Internet “fomenta un espectador molt més actiu, que alhora pots arrossegar-lo cap a la televisió i, a més a més, fer que hi participi a través de les xarxes socials, comentant o creant debat” (Luján, 2015).

Per exemple, “a les últimes eleccions [municipals maig de 2015] vam crear l’etiqueta (*hashtag*) #debatbtv¹¹² en relació al Debat Electoral amb els candidats a l’alcaldia de Barcelona¹¹³, que va tenir moltíssim ressò a les xarxes. Es van produir 30.000 tweets, i es van configurar comptadors de tweets i de mencions. Sense dubte, aquesta és una nova dimensió de la televisió i dels debats que abans no contemplàvem” (Luján, 2015), perquè les xarxes ofereixen un nou espai on trobar interacció amb els usuaris.

De fet, l’aplicació que fa BTV de Twitter s’emmarca en una pràctica sostinguda en gran part dels mitjans. “Twitter funciona com ‘una xarxa de difusió’ de nombrosos continguts i accions d’empreses, com les informatives. Els professionals d’aquest sector saben que s’ha convertit en una via privilegiada per distribuir notícies. A més, la seva eficiència està provada en els dispositius mòbils. Les xifres ho reforcen: el 85% dels consumidors d’actualitat via Twitter la reben en els seus telèfons intel·ligents o tauletes, mentre que en el cas de Facebook aquest percentatge és només del 64%” (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 186).

Des d’una perspectiva particular, que es diferencia en alguna qüestió de BTV, Cugat.cat compta amb una producció elevada de continguts i amb una actualització “diària de les xarxes socials. Amb el temps hem anat aplicant estratègies i ens hi hem adaptat. Així ho demana l’audiència”, remarca Herrada, que afegeix: “Pensàvem que les vies de participació (comentaris, debats...) havien de passar

¹¹²[En línia]: <https://twitter.com/search?f=tweets&vertical=default&q=%23BTVe15&src=typd> Consulta: agost 2015

¹¹³ Notícia publicada el 8 de maig de 2015 a BTV Notícies. [En línia]: <http://www.btv.cat/btvnoticies/2015/05/08/tot-a-punt-per-al-debat-electoral-daquest-divendres-a-la-nit-a-btv/> Consulta: agost 2015.

per la nostra web i ara ho fan a les xarxes socials” (Herrada, 2015). D’aquestes eines que aporten interacció, Herrada explica: “El moviment de vídeos a les xarxes socials és molt important. En el nostre cas ens movem a Facebook (<https://www.facebook.com/cugat.cat>)¹¹⁴ i a Twitter (<https://twitter.com/cugatcat>)”. Pel que fa a Youtube (<https://www.youtube.com/user/santcugat>), “tenim autolimitació. Sabem que és un canal que permet, entre d’altres coses, una viralització molt fàcil dels vídeos. No els pugem [només alguns] perquè volem que tot el consum de vídeos es faci a la nostra plataforma web, per controlar-ne el trànsit” (Herrada, 2015). “Escollim això i ens perdem la facilitat de viralització”, remarca.

Penedès TV està present a “les xarxes socials des de 2010” i, en aquesta línia de progrés en les noves tecnologies, “vam crear l’aplicació mòbil fa un any”, confirma el mateix director Josep Alsina. En la majoria de les casos “a les xarxes socials, de moment fem que automàticament es generi una publicació, tant a Facebook com a Twitter, cada vegada que pengem una notícia a la pàgina web” i, quan es tracta d’actes “ importants, com és el Dia dels Castells, intentem penjar fotos o tweets més personalitzats” (Alsina, 2015).

Tot i això, Alsina explica que “dins el nostre equip hi ha periodistes que quan estan a una roda de premsa fan un tweet, però en general ens hi estem posant i cada vegada s’està fent millor” (Alsina, 2015). De fet, a les redaccions dels mitjans avui hi conviuen dues generacions de periodistes, cada una de les quals aporta la seva principal destresa. “En el marc de les actuals redaccions periodístiques, es necessària la convivència i l’enteniment entre aquells que dominen la tecnologia i els que dominen la professió. La barreja de valors és el que possibilitarà l’equilibri necessari entre el periodisme ‘en temps real’ i el reportatge en profunditat”¹¹⁵.

Atesa la rellevància d’aquestes eines socials 2.0, a Canal 10 “quan pengem un vídeo a la web es publica automàticament a Facebook i Twitter. De fet, ho podem fer al moment exacte o podem programar les publicacions per quan s’hagi d’emetre la notícia a la web o per quan ens convingui. Ens pot interessar recordar la peça al cap d’uns dies i ja ho podem deixar programat des d’un principi” (Pagès, 2015).

En el cas de TAC 12, “aprofitem les xarxes socials com a altaveu del que són els productes informatius, en el sentit que anunciem les novetats que donem a conèixer per TDT-L o per la plataforma de TAC 12 a internet. En determinades ocasions, fem servir Twitter com a mitjà

¹¹⁴ Cugat.cat té 3.653 seguidors a Facebook i 6.470 a Twitter. Extret de les propis perfils de xarxes socials. Consulta: agost 2015

¹¹⁵ Extret de la publicació “Los nuevos profesionales en el periodismo digital”, de Pellicer, M. i Franco, M. [En línia]: <http://martafranco.es/los-nuevos-profesionales-en-el-periodismo-digital/> Consulta: agost 2015.

informatiu si es dóna el cas que hi ha algun fet d'última hora i anem a cobrir la notícia" (Abelló, 2015). Per altra banda, Facebook esdevé més "una eina de consulta per penjar informació relacionada amb els programes culturals i informatius de la casa" (Abelló, 2015). Tal i com corrobora *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014*, "Les xarxes socials [...] no són únicament emprades per un elevat percentatge dels navegants per informar-se, sinó que els mateixos mitjans en treuen profit: mitjançant la difusió de continguts i el foment de la interacció a un cost menor que amb altres mecanismes" (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 186).

Seguint l'exemple d'aquests canals, VOTV també té presència a les xarxes socials. "Tant a Twitter com a Facebook intentem informar de les coses que passen i que cobrim des de la televisió. Per tant, avisem dels continguts que produïm. Automàticament, els nostres seguidors que ho vegin poden fer un clic a l'enllaç i entrar a la notícia directament" (Jordana, 2015). Aquesta tasca de promoció dels continguts [productes televisius] també la destaca Lluís Àngel Ouro, editor de Viladecans TV. Les xarxes socials "són el nostre principal element difusor i són essencials en la divulgació de la nostra feina. Concretament fem servir Facebook i Youtube" (Ouro, 2015).

Les xarxes socials s'han convertit en un aliat de les televisions locals públiques per internet en particular i dels mitjans en general. De fet, *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2011-2012* informava que "després del correu electrònic, emprat pel 90% dels usuaris, la participació en xarxes socials s'ha convertit en l'activitat favorita dels internautes del país" (Micó, J.Ll., et al 2013:175). Arran de les possibilitats d'aquestes eines 2.0, Pere-Josep Pérez, director de Despí TV, constata que "és on es reproduïxen més cops els vídeos, normalment unes 300 reproduccions per peça. A Facebook, on tenim gairebé 2.000 seguidors, es triplica el nombre de visualitzacions de la pàgina web. Al cap i a la fi, vas sumant reproduccions dels canals de reproducció". Així doncs, a Despí TV "tot el que es puja a la web es comparteix a Facebook i a Youtube..." (Pérez, 2015).

El mateix Pérez comenta que "hi ha un canvi important entre la televisió local tradicional i la televisió per internet, en tant que aquest últim cas permet treure un millor rendiment a uns recursos inferiors i, alhora, arribar a una audiència potencialment molt superior. Al mateix temps, els canals de participació són més còmodes i gestionables que els de les televisions tradicionals" (Pérez, 2015). De fet, *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014* destaca que, "segons una investigació en curs, el 68,4% dels internautes catalans es va connectar a un servei d'aquest tipus el dia anterior. En la mateixa línia que la descrita en altres estudis (AIMC, 2014; Newman, Levy, 2014), Facebook és el mitjà 2.0 preferit dels internautes catalans, el 90% dels quals afirma usar-lo. El segueixen a molta distància Twitter (47%) i LinkedIn (20%)" (Micó, J.Ll; Masip, P. 2015: 186).

A Vallirana TV “pengem vídeos a Facebook i Twitter. Som molt actius. A Youtube també anem penjant alguns dels vídeos que elaborem. Habitualment vinclem l’enllaç de la peça a la publicació de xarxes”, comenta el director de l’emissora (Cabilla, 2015). En relació a aquesta acció, “la viralitat que permeten les xarxes socials és molt enriquidora, en el sentit que podem multiplicar les visualitzacions a la web molt fàcilment”. Amb tot, reconeix que “disposar d’aquestes eines és un gran avantatge” (Cabilla, 2015).

Des de Castelldefels TV, Sergio Medina confirma que “quan tractem temes més polèmics es genera més participació. L’espectador és actiu perquè comenta les peces i dona la seva opinió, però aquesta interacció no sempre és la mateixa” (Medina, 2015). Centrant-nos en xarxes socials, “així com a la ràdio sí que existeixen, a Castelldefels TV no tenim perfils propis com a tals [en referència a tenir un compte exclusiu de la televisió]. Autopromocionar-se des de la ràdio té més sentit perquè té una programació de continuïtat però, a la televisió treiem un vídeo quan es pot i el compartim directament al perfil de Facebook de l’Ajuntament (<https://www.facebook.com/ajuntamentdecastelldefels>)” (Medina, 2015). En un futur, comenta Medina, “la idea és crear-ne si es destinen més recursos”. El mateix passa a Lloret TV. No disposa de perfils propis i s’aprofita el Facebook de l’Ajuntament (<https://www.facebook.com/ajuntLloretdemar>) per difondre les novetats. Més enllà d’això “no fem ús de les xarxes socials. A partir d’ara intentarem potenciar-les més” (Vieta, 2015).

Mentre la producció de continguts de Vilanova del Vallès la realitza EixTic Local, la tècnica municipal de comunicació fa “la difusió dels continguts a través de les xarxes socials” (Naveros, 2015), concretament al Facebook de l’Ajuntament (<https://www.facebook.com/ajuntamentdevilanovadelvalles>) perquè la televisió no en disposa de propis.

L’Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014 reconeix que “la segona activitat més habitual a Catalunya en el marc de les xarxes socials és l’accés a la informació d’actualitat; així ho assegura el 65,8% dels entrevistats” (Micó, Josep Lluís; Masip, Pere 2015: 186). En aquest sentit, Josep Matas, de Calella TV, constata que “a la pàgina web tenim uns 3.800 seguidors habituals i augmentem les visites gràcies a les xarxes socials [Facebook, Twitter i Youtube]¹¹⁶ i a l’amplitud de gent a la que podem arribar. Són necessàries”, apunta. L’ús d’aquestes eines s’ha establert com una norma per als mitjans en general i per a Calella TV, en particular. “Diàriament actualitzem els perfils de xarxes socials. Fins i tot, al programa esportiu <<La Banqueta>> hi ha una persona que s’hi dedica

¹¹⁶ Perfils de Calella TV a xarxes socials. Facebook: [<https://www.facebook.com/radiocalella>], Twitter: [<https://twitter.com/radiocalellatv>] i Youtube: [<https://www.youtube.com/user/rtvcalella>].

exclusivament i mentre s'emet el programa realitza també la retransmissió en directe per aquests canals" (Matas, 2015).

Les opcions de Youtube també les destaca Eva Palau, de Blanes TV, que, de fet, és la plataforma des de la qual emet els continguts: "Youtube té més facilitats que la pàgina web pel que fa a visualitzacions i a la viralització del contingut. En aquesta plataforma pengem les peces cada cop que n'hi ha de noves i, a més, tenim subscriptors que les reben directament. A banda de la gent que ens segueix habitualment, les xarxes socials en general augmenten el trànsit de visites al nostre canal" (Palau, 2015).

Aquest increment d'entrades al web és el que destaca Carola Fernández, directora de Maricel TV. "Com més varietats temàtiques i veus mostrem per aquests canals, més gran és el benefici que obtenim a la televisió" en tant que "la gent s'hi veu reflectida i això suposa un retorn per a Maricel TV en forma de visites i consum. Fem difusió per Facebook (<https://www.facebook.com/AjMatadepera>) i Twitter (<https://twitter.com/ajmatadepera>) [de l'Ajuntament]" (Fernández, 2015). El canal de Youtube de Matadepera TV (<https://www.youtube.com/user/matadeperatv>) també compta amb les publicacions audiovisuals de la televisió.

L'època actual permet convergir a productors i consumidors d'informació en un mateix espai, des d'on es poden compartir continguts, opinions... "Per primera vegada a la història emissors i receptors [...] tenim, tenen accés a les mateixes eines de comunicació" (Lafuente, 2012: 7); i afegeix: "Facebook o Twitter ens han obert al món de la immediatesa, la conversa i la prescripció social". En aquest sentit, Fernández es refereix al fet que aquestes plataformes interactives són ara l'escenari des d'on es generen les *exclusives* quan remarca: "La immediatesa de la televisió ha estat aclaparada per les xarxes socials" (Fernández, 2015).

El Prat TV es comporta a xarxes socials de manera similar a la resta de televisions locals públiques per internet. Així, "de cada vídeo en fem una publicació tant a Facebook com a Twitter. Ho repliquem directament" (Sánchez, 2015). En relació amb això, el periodista de l'H TV, Francesc Duran, recalca que "els mitjans locals, que per definició mai no tindrem grans audiències, hem de treure'n suc [a les xarxes socials] per donar visibilitat i circulació a la nostra feina" (Duran, 2015).

Pedro Molina descriu a l'article "Medios de comunicación local y democracia en Cataluña: estudios, propuestas e innovaciones": "S'observa que les xarxes socials s'estan popularitzant molt en el periodisme digital amb Facebook i Twitter com les més utilitzades" (Molina, 2011:8). Tal i com apunten els responsables de les televisions analitzades, el fet de compartir el contingut

majoritàriament a Facebook i Twitter ve motivat per un augment del trànsit a la web. Per a Matadepera TV, les xarxes socials “són claus per a nosaltres. Ens han aportat un increment molt elevat de visites” (Vila, 2015). L’activitat que genera aquesta televisió local a aquests canals acaba sent recompensada, en tant que “difonem cada notícia per allà i el retorn està assegurat”, puntualitza Vila.

En relació a aquesta qüestió, Josep Antoni Moreno, director de Gavà TV, opina que “no podríem tirar endavant sense xarxes socials” en el sentit que “tenim molt poc tràfic directe [a la web]. La gent es mira Gavàtv.cat en moltes ocasions perquè hi accedeix des dels enllaços que vinculem a Facebook i/o a Twitter” (Moreno, 2015). La seva postura s’entén en tant que “hi ha algun tipus de contingut que, fins que no publiquem cap novetat xarxes socials, no registra cap reproducció”. En aquesta línia, Moreno diu d’aquestes xarxes socials: “Són una gran finestra”.

Segons explica el director de la televisió local pública per internet (VdM’TV) i de la ràdio municipal de Vilassar de Mar, Jaume Cabot, “utilitzem Facebook i Twitter. De fet, actualment els qui fem televisió sabem de la importància d’un programa [o d’una notícia] per la resposta dels espectadors a Internet. A dia d’avui, la majoria de pàgines web permeten que els seus continguts es comparteixin, quelcom que incrementa les possibilitats de consum. Com més gent en parli o ho faci públic a les seves xarxes, més circula la peça informativa i pot arribar, d’aquesta manera, a més gent” (Cabot, 2015).

La presència i gestió de l’Ajuntament de Vilassar de Mar a xarxes socials han estat reconegudes pel Premi Innova de Comunicació Local 2011¹¹⁷. A nivell internacional, el Shorty Awards va distingir el Twitter de l’Ajuntament de Vilassar de Mar el 2011 i el 2013¹¹⁸. Aquest guardó “reconeix el contingut que els internautes pengen a la xarxa ja sigui a Twitter, Facebook, Forusquare, Pinterest o Youtube, entre d’altres. Aquest any [2013], el compte de Twitter de l’ajuntament de Vilassar de Mar està entre els finalistes en la categoria de govern”¹¹⁹.

Amb tot, “la constel·lació creixent de finestres obliga a produir continguts més versàtils i a viralitzar-los a través de les xarxes socials. ‘En general, la reconversió ja s’ha fet i els projectes que segueixen

¹¹⁷ Notícia publicada a la Xarxa Audiovisual Local (XAL), el 9 de juny de 2012. En línia: [\[http://www.laxarxa.com/media/noticia/votv-radio-sant-joan-les-fonts-l-ajuntament-de-vilassar-de-mar-i-som-garrigues-premis-de-comunicacio-local\]](http://www.laxarxa.com/media/noticia/votv-radio-sant-joan-les-fonts-l-ajuntament-de-vilassar-de-mar-i-som-garrigues-premis-de-comunicacio-local). Consulta: agost 2015

¹¹⁸ Notícia publicada a la web de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). En línia: [\[http://www.ccma.cat/324/El-Twitter-de-lAjuntament-de-Vilassar-de-Mar-finalista-als-Shorty-Awards/noticia/1078346/\]](http://www.ccma.cat/324/El-Twitter-de-lAjuntament-de-Vilassar-de-Mar-finalista-als-Shorty-Awards/noticia/1078346/) Consulta: agost 2015.

¹¹⁹ Notícia publicada el 3 d’abril de 2013 a *El Periódico.cat*. En línia: [\[http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/xarxes/twitter-vilassar-mar-shorty-awards-premi-2355256\]](http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/xarxes/twitter-vilassar-mar-shorty-awards-premi-2355256). Consulta: agost 2015.

tenen raó de ser, encara que vivim una etapa de transició –reconeix Abelló-. Ens hem de posar les piles. Sobretot ens calen continguts propis que motivin els nostres espectadors”¹²⁰.

¹²⁰ Notícia publicada el 15 de gener de 2015 a Periodistes.org. En línia: [\[http://www.periodistes.org/ca/article/l-audiovisual-local-public-es-reivindica-279.html\]](http://www.periodistes.org/ca/article/l-audiovisual-local-public-es-reivindica-279.html) Consulta: agost 2015.

5. OBJECTIUS I FUNCIO DE SERVEI PÚBLIC DE LES TELEVISIONS LOCALS PÚBLIQUES PER INTERNET

5.1 GESTACIÓ DEL CONCEPTE DE *SERVEI PÚBLIC*

Històricament, la televisió local pública (TVL) ha esdevingut un fenomen significatiu a Catalunya. Les primeres emissores analògiques, creades a partir de la dècada de 1980, van prendre el rol d'element articulador de la societat i del territori, en tant que van continuar la tradició democràtica pròpia de la premsa comarcal catalana, de llarga trajectòria, i de les ràdios municipals, més recents. En aquella època, la televisió analògica local estava “estretament lligada a la idea de municipi” i vinculada “a les nocions de participació ciutadana, democratització de la comunicació i exercici de les llibertats recentment recuperades, sobretot la d'expressió” (Guimerà, 2006:142).

En general, “els mitjans de comunicació local (premsa, ràdio, televisió, Internet) han esdevingut un important actor comunicatiu i social a Catalunya. La seva presència ha permès l'existència d'un sistema comunicatiu més descentralitzat, una possibilitat de participació de la ciutadania en els mitjans i també una major pluralitat de veus, ni que siguin petites” (Guimerà i Orts, J.À (coord), 2004: 1).

En l'entorn analògic, les emissores de televisió local -comunitàries i públiques- van contribuir a la cohesió social i a la normalització lingüística de català, i van esdevenir un moviment de gran repercussió social implicat en la “descentralització i el pluralisme democràtic, la participació ciutadana, l'espai d'identitat i l'ús de la llengua” (Corominas, 2009: 23). Principalment, aquesta identitat va estar marcada pel seu *modus operandi* i objectius. Els continguts i l'essència del mitjà reivindicaven la cultura local, els hàbits i els costums del poble i posaven el focus sobre la realitat municipal, concretament sobre l'àmbit més social.

La TVL dels anys 1980 és entesa com un model de servei públic, encara que les emissores creades en aquells anys eren de caràcter associatiu, és a dir, impulsades des de i per el poble. Corominas ho descriu: “L'any 1984, en una primera trobada, els representants de trenta-dues emissores van elaborar unes bases comunes que entenien la TVL com a servei públic, un instrument de normalització lingüística i de participació ciutadana, amb cobertura local i amb una programació majoritàriament de producció pròpia” (Corominas, 2009: 11).

A partir de la dècada dels 1990, però, ja es poden identificar tres models de televisió local, entre els quals hi ha aquest primer model de televisió comunitària: “D'una banda el model de tall comunitari, que es caracteritza per buscar la participació de la ciutadania en la gestió del mitjà i la producció dels

continguts, de manera que la pròpia comunitat sigui la protagonista directa del mitjà (Corominas i Moragas, 2000; OCL, 2003). D'altra banda trobem el model comercial, que es caracteritza per ser un mitjà de titularitat privada que té com a objectiu bàsic l'afany de lucre (Corominas, 2002). Finalment, ens trobem el model de servei públic: un mitjà impulsat per les administracions públiques locals i que vol prestar un servei comunicatiu a la ciutadania (Moragas i Corominas, 2000; OCL, 2003)" (Guimerà, 2004: 3). De fet, Corominas apunta que: "Mentre que la ràdio local es defineix com a municipal (pública), per a la televisió en aquest període sempre s'utilitza el terme local, sense fer referències a públic/municipal, ni a privat/comercial/comunitari..." (Corominas, 2009: 10).

Amb tot, les primeres experiències de comunicació local s'emmarquen en un context polític convuls, "després de més de quaranta anys de persecució de la cultura i la llengua catalanes sota la dictadura franquista". Així, "la democràcia va estimular el sorgiment d'un ampli moviment social i polític a favor de la normalització del català (Rodríguez, 2001: 85 i 86 i Corominas, 2002: 2)" (Guimerà, 2004: 6). La propagació de les televisions locals va venir motivada, "en el cas del sector públic, per "l'interès dels ajuntaments per oferir un nou servei públic, un mitjà de comunicació els continguts dels quals fessin referència a la comarca o localitat i que permetés la participació ciutadana i l'accés directe [...]. Els ajuntaments democràtics van jugar un paper important en el sorgiment i consolidació de les televisions locals" (Monedero, 2012: 62).

Ja el 1984 es constitueix la Federació de Televisions Locals de Catalunya, que persegueix, entre d'altres objectius, el d'ordenar el sector. "Amb aquesta finalitat s'aproven unes bases d'autoregulació, obligatòries per a tots els associats. Entre d'altres, estableixen que la televisió ha de ser un servei públic; que només pot existir una emissora a cada localitat; que ha de ser una eina de normalització lingüística a favor del català, i que, en cap cas, no ha de tenir afany de lucre. La programació ha d'estar integrada majoritàriament per producció pròpia amb uns continguts prioritàriament locals" (Corominas, 2009: 11).

L'al·legalitat que caracteritzava el sector de la televisió local, finalment, es va veure modificada amb la Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres. Encara que "la llei de 1995 no es desplega per falta del reglament tècnic corresponent, la seva aprovació introdueix dues distincions entre emissores pel que fa a l'estatus legal. D'una banda, reconeix legalment les emissores municipals (públiques). De l'altra, reconeix aquelles que estaven en funcionament abans de l'1 de gener de 1995, que s'haurien de regularitzar un cop aprovat el reglament tècnic. D'aquesta manera, també les televisions privades que poden acreditar emissions anteriors al primer de gener d'aquell any queden amb certa empara, mentre que les que haguessin començat a emetre més tard, no" (Corominas, 2009: 11).

En aquests anys 1990, el sector de la televisió local comença a configurar una branca més professional, deixant de banda doncs, el *voluntarisme* de les primeres experiències analògiques. “Una part dels mitjans de comunicació locals (tant públics com privats) que comptaven amb més recursos econòmics i que estaven ubicats a les ciutats més grans van encetar un període de professionalització que els va portar a eliminar els voluntaris i substituir-los per professionals (Moragas i Corominas, 1988; Corominas i Moragas, 2000; Corominas i Llinés, 2000)” (Guimerà, 2004: 7).

Amb l'entrada als primers anys 2000 s'elabora la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, la qual “defineix el «servei de televisió local o de proximitat» (art. 1.h): ‘La televisió local es caracteritza per una programació de proximitat’, i s'estableix que la TVL pot tenir una programació generalista o temàtica, que ha de satisfer les necessitats d'informació, comunicació i participació social de les «comunitats locals», enteses com les de la «demarcació específica de què es tracti’. En aquest mateix article, la Llei fa una referència al territori: el servei de ‘televisió local o de proximitat’ és el ‘prestat dins un àmbit territorial més reduït que el del conjunt del territori de Catalunya’” (Corominas, 2009: 17).

La Llei 22/2005 fa un pas més en tant que regula el sector públic de la televisió. En aquest sentit, presenta una sèrie d'especificacions que aquests mitjans han de complir. Segons l'article 32.1, en l'àmbit local, especifica, a més, que: “El servei públic de comunicació audiovisual d'àmbit local consisteix en l'oferta,[...] mitjançant un sistema de distribució que no requereixi l'ús de tecnologies d'accés condicional, d'un conjunt de continguts audiovisuals i, si escau, d'acord amb el contracte programa, de serveis addicionals de transmissió de dades orientats a la satisfacció de les necessitats democràtiques, socials, educatives i culturals dels ciutadans que integren una comunitat local, en qualitat de membres d'aquesta comunitat. D'una manera particular, cal garantir que aquest servei transmeti una informació veraç, objectiva i equilibrada, i les diverses expressions socials i culturals, i que tinguin una oferta d'entreteniment de qualitat i compleixi les missions de servei públic de l'article 26.3 en la seva adaptació als interessos de les respectives comunitats locals”¹²¹.

5. 2 OBJECTIUS I FUNCIÓ DE SERVEI PÚBLIC DE LES TELEVISIONS LOCALS PÚBLIQUES PER INTERNET

Les emissores de televisió de servei públic, doncs, han de complir amb (art.26.3.b) “amb la transmissió d'una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític,

¹²¹Llei 22/2005 de 29 de desembre de la comunicació audiovisual [En línia]: http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&documentId=440333#fragment-1118987

social i cultural, i també amb l'equilibri territorial". Per a Herrada, director de Cugat.cat, "la televisió local pública és salut democràtica" (Herrada, 2015). Comenta, en referència a aquest punt, que "tothom que té alguna cosa a dir ha de tenir un lloc on dir-la en el nostre mitjà. Hi ha un pluralisme social que sovint passa més desapercebut que el polític, per això, no em deixo aclaparar sempre per les mateixes fonts". I afegeix: "No hem d'invisibilitzar els que tenen més dificultats per arribar als mitjans de comunicació. De fer-ho, sempre tindriem informació de la part de la ciutat que està acostumada que es parli d'ella" (Herrada, 2015).

Tal i com codifica l'article 26.3.I de la Llei 22/2005, els mitjans públics audiovisuals han de permetre "l'afavoriment de l'accés dels ciutadans de Catalunya la formació, la difusió, el coneixement i la divulgació màxims dels principals esdeveniments polítics, socials, econòmics, científics i esportius de la societat de Catalunya i les seves arrels històriques, preservant d'una manera especial la memòria històrica i el patrimoni dels seus testimonis, i la promoció de les expressions i manifestacions culturals més diverses, particularment de les vinculades a l'ús dels mitjans audiovisuals"¹²². En aquest sentit, les televisions locals públiques per internet han d'afavorir l'accés a la informació veraç, plural, diversa i contrastada als ciutadans del municipi.

En aquest sentit, Miquel Herrada explica que la funció Cugat.cat, mitjà que dirigeix, és doble: Per una banda, "contribuir a la cohesió social del municipi". Es refereix al fet que, "si hi ha conflictes, com a emissora pública els elevem a categoria de problema social i intentem trobar espais on es puguin escoltar i solucionar de forma oberta, sempre amb la idea de donar igualtat a tots els col·lectius". En aquesta línia, Herrada opina que "un poble sense un mitjà de comunicació té més dificultats per resoldre els problemes" (Herrada, 2015). Un segon objectiu al qual es refereix Herrada involucra el govern municipal. És a dir, "la televisió local pública funciona com un nivell extra de control local, ja que el fet de tenir periodistes seguint l'acció dels polítics fan saltar les alarmes". I afegeix: "Si el govern té un mitjà de comunicació crític [que no vol dir hostil], governarà millor" en tant que "no hi haurà opacitats" (Herrada, 2015).

Com a objectius, Cugat.cat busca "que el contingut arribi al destinatari. Per això l'hem de fer accessible al màxim, i en aquesta època passa per estar a internet i a les plataformes mòbils" (Herrada, 2015).

El principal objectiu de Viladecans TV, per la seva banda, és "informar a la ciutadania de la ciutat dels fets que ocorren al municipi seguint els criteris d'actualitat, proximitat, incidència social, valor

¹²² Llei 22/2005 de 29 de desembre de la comunicació audiovisual [En línia]: http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&documentId=440333#fragment-1118987

documental i servei públic. I, ahora, oferir un espai a la veu de les entitats i els ciutadans”, explica el director de l’emissora (Ouro, 2015). En tant que mitjà de comunicació públic “som un element més de la comunicació a Viladecans i complementem la comunicació institucional, veïnal, de les entitats i associacions i dels partits polítics. Hi afegiria que també es converteix en l’arxiu viu de la ciutat, on buscaran les mirades futures quan vulguin saber què passava en un determinat moment” (Ouro, 2015).

“Potser l’element més evident de servei públic és la retransmissió en directe del ple municipal. En aquest sentit, el ple en directe permet als partits presents exposar les seves propostes. En acabat sempre publiquem una ronda d’intervencions d’igual durada [per a cada partit] sobre el més destacat del mes” (Ouro, 2015). Com a actuació a favor de la pluralitat i diversitat, “a Viladecans TV restem molt atents a les reivindicacions socials de la ciutat i donem veu als conflictes que hi poden sorgir, sempre seguint els criteris noticiables anteriors. També col·laborem amb el teixit social de la ciutat en qüestions audiovisuals, ja sigui fent tallers, preparant materials que els són necessaris o ajudant-los en les seves pròpies creacions” (Ouro, 2015).

Des de Matadepera TV, “donem veu a tot aquell que tingui alguna cosa a dir i tingui vinculació amb l’àmbit local; i cobrim tot sense discriminar estrats socials ni colors polítics”, apunta la directora de la televisió (Vila, 2015). En tant que “som un promotor de temes d’interès cultural i cívic, el gruix de les publicacions són d’actes culturals, socials, esportius o de patrimoni històric; i quan tractem els actes institucionals, contribuïm que la gent conegui què passa al consistori” (Vila, 2015).

El que destaca Carmen del Rocío Monedero a la tesi doctoral *La televisión local pública en Andalucía ante el reto digital en el contexto de otros modelos de proximidad europeos* és que “els continguts locals es donen bàsicament en la producció pròpia”, la qual “és un senyal d’identitat bàsic del servei públic de radiodifusió” (Monedero, 2012: 429-430). La finalitat de Matadepera TV consisteix, doncs, en “seguir l’actualitat del municipi i oferir continguts propis i de proximitat, així com donar visibilitat a les activitats, associacions, festes populars i tradicions del municipi per tal de convertir-nos en una porta més d’entrada i de presentació de Matadepera” (Vila, 2015). Alhora, la pretensió d’aquest canal vallesà per internet rau en “recollir la història del municipi a través de l’arxiu audiovisual” i, “arribar a un públic més ampli, tant pel que fa a la franja d’edat, com a la ubicació geogràfica” (Vila, 2015).

En aquest sentit, la televisió local pública per internet de Sitges “és el diari visual de l’esdevenir del poble -i no només del que passa a l’Ajuntament. La nostra raó de ser és informar a la gent de manera rigorosa. A Maricel TV cobrim tot allò que és rellevant pel municipi i per la gent, tant a títol individual

com col·lectiu”, assegura Carola Fernández, directora de l'emissora (2015). En aquest sentit, insisteix en el fet que “la pluralitat és una tasca crucial de les televisions locals. Per la nostra part intentem ser molt curiosos i buscar sempre fonts diverses. Tenim clar que som la televisió de tot el poble i, per tant, hem d'estar pendents d'entitats, associacions, ja que del que es tracta és de donar protagonisme a la gent, als comerços, als festivals...i no ser una branca més del Departament de Comunicació de l'Ajuntament” (Fernández, 2015).

De l'experiència d'aquest nou projecte, la pròpia responsable en destaca “el retorn a la informació municipal i propera, pròpia de la televisió analògica [que s'havia perdut en certa mesura a la TDT-L]” (Fernández, 2015). En relació a la televisió local pública per internet, Monedero insta que “l'oferta pública digital pot ser la principal garantia pel manteniment de la cohesió social i de l'accés universal als continguts d'interès general dels ciutadans. [...] La importància que la radiotelevisió pública [...] no quedi endarrerida en el desenvolupament de la digitalització és quelcom que han entès en altres països europeus, tot i les dificultats financeres i de disseny del negoci que comporta” (Monedero, 2012: 154).

D'aquesta nova etapa a Internet, Núria Pujolàs, tècnica de la regidoria de Comunicació de l'Ajuntament de Vilanova del Vallès, assegura en una entrevista per aquesta recerca que “la modernització de les tecnologies d'informació fa que qualsevol persona sigui creadora de contingut. No obstant, a la televisió generem informació contrastada amb els agents públics o els organitzadors de les activitats, però som només un agent més com a intermediaris de la informació entre el govern i la població que se suma a altres com les xarxes socials o més clàssiques com el clàssic boca-orella”¹²³ (Pujolàs, 2015).

En tant que televisió local, “no intentem ser una televisió política ni institucional sinó que, més aviat, ens centrem en la vida social i en les tasques o activitats que desenvolupen les entitats. No obstant, tractem temes polítics si són notícia”, comenta Joan Naveros (2015). En sintonia amb el director de programació i continguts de l'emissora, des dels serveis tècnics de la regidoria de Comunicació del propi ajuntament, s'apunta que l'objectiu de la televisió local pública passa per “informar als vilanovins i vilanovines de les principals activitats que es duen a terme al municipi així com dels plens municipals com a exercici de transparència democràtica” (Pujolàs, 2015).

“Ahora -afegeix- cerquem la participació de la ciutadania per tal que sentin aquest mitjà proper i com a una de les moltes eines que generen cohesió social així com sentiment de pertinença al poble” (Pujolàs, 2015). Pel que fa als continguts, “la majoria de les notícies són al voltant d'activitats

¹²³ Pujolàs, Núria. 16 de març de 2015. Entrevista via correu electrònic.

organitzades per les entitats de Vilanova, i per tant, ajuden a impulsar als agents més participatius del municipi però, a més a més, en qualsevol activitat mirem d'entrevistar a persones, aleatòriament, perquè tothom se senti part activa del municipi" (Pujolàs, 2015).

Com apunta Guimerà, "la vida local solament apareix als grans mitjans de comunicació quan ha donat lloc a un esdeveniment espectacular. Així, els col·lectius polítics, socials i culturals que funcionen a nivell local han de buscar en els mitjans locals una eina per a una presència no espectacularitzada en els mitjans locals i on els fets s'expliquen des de la seva perspectiva (Corominas i Llinés, 1992: 125)" (Guimerà, 2004: 8).

Josep Antoni Moreno, director de Gavà TV, ho corrobora explicant que "la funció de la televisió local per internet és la de sempre (ara però, amb un altre sistema): que els gavanencs i gavanenques coneguin el que passa a la seva ciutat. Donar una informació que cap altra televisió dona, ja que ningú s'interessa en el que passa a Gavà si no és un fet extraordinari, normalment males notícies" (Moreno, 2015).

Dels mitjans locals, Guimerà (2004: 13) considera un avantatge "la proximitat amb la comunitat amb la qual treballen" perquè "permet que un esdeveniment que té lloc en un barri, vila o ciutat i que no es tractaria en un mitjà d'abast català o espanyol, sí que tingui possibilitat d'aparèixer en un mitjà local". En canvi, "des dels mitjans d'abast superior es sol fer un tractament fragmentat d'allò que passa a l'àmbit local, de manera que es destaca el fet espectacular i no la normalitat dels esdeveniments quotidians". Per a Òscar Sánchez, director d'El Prat TV, "l'objectiu pel qual treballem és facilitar al màxim la informació d'actualitat a tots els interessats que, principalment, són els veïns i veïnes" (Sánchez, 2015). D'aquesta qüestió, Jaume Cabot, responsable de VdM'TV, en destaca que "la nostra tasca és proporcionar informació veraç de proximitat amb la màxima fidelitat" (Cabot, 2015).

En opinió de Xavier Abelló, "la funció de la televisió local és molt important. Partim de la base que la televisió és el mitjà més consultat a nivell informatiu i, de manera concreta, vull dir que una societat com la del Camp de Tarragona [i d'altres territoris] necessita la seva pròpia televisió perquè la generalista [o autonòmica] no pot assumir els esforços per tractar els continguts de proximitat". Amb tot, afegeix que "la tv local és importantíssima per vertebrar aquests territoris més reduïts" (Abelló, 2015). "Hem tingut programes específics d'entitats, en què donàvem a conèixer tres entitats a la setmana, per molt petites que fossin. En aquest sentit, creem espais on té presència el teixit social del territori; i a banda, a nivell polític aquest tipus de contingut també es fa" (Abelló, 2015).

Des de Calella TV, Josep Matas explica que “som televisió pública en tant que som municipals i no ens tanquem a una temàtica concreta, sinó que informem sobre actualitat general i tots els àmbits locals: esports, cultura, política... En definitiva, donem a conèixer el que passa al poble” (Matas, 2015). El director tècnic de Calella TV especifica que “tant a les notícies, reportatges com a les tertúlies hi tenen presència tots els partits polítics i les associacions; i contrastem les notícies amb diferents visions sempre”. Remarca, però, que “estem limitats [en comparació amb la situació a la TDT-L]. Per exemple, el format de l'enquesta tenia sortida cada setmana a la TDT-L. Ara en fem, però de tant en tant: aprofitem l'entrada o sortida de l'estiu, l'època de rebaixes per fer valoracions; així com quan hi ha un determinat fet de gran interès a la localitat...” (Matas, 2015).

En el cas de Lloret TV, Fina Vieta corrobora que “la televisió local per internet imprimeix el caràcter local propi de la televisió analògica. En tant que fem un servei de proximitat contribuïm a la cohesió social. En aquest sentit, el fet de fer difusió d'actes fa que els veïns se sentin participants dels nostres continguts.” (Vieta, 2015). Alhora, comenta que “també fem campanyes institucionals per donar a conèixer els serveis de què gaudeix el nostre poble. En definitiva, fem 100% servei públic i tenim voluntat de treballar la integració de pertànyer a un lloc, en el nostre cas, a Lloret” (Vieta, 2015).

En una posició similar, el director de Despí TV, Pere-Josep Pérez, insisteix en el fet que “intensem cuidar molt les entitats perquè son l'organització de la ciutadania. Si no és una AMPA, és una AA.VV, i sinó, és una organització musical. Aproximadament hi ha unes 100 entitats a Sant Joan Despí, unes amb més activitats i unes altres amb menys, però al cap de l'any totes han de sortir mínim un cop per la televisió local perquè som una finestra més de l'activitat social i cultural. Això genera empatia, sentiment de pertinença però sobretot el que dóna és una via de sortida per visualitzar les moltes activitats que s'hi fan. I sembla que els pobles del Baix Llobregat som *pobles-dormitoris* per la proximitat amb Barcelona, però reafirmem que hi ha una gran consolidació social i del teixit associatiu. De fet, hi ha entitats de Sant Joan Despí que tenen més de 150 anys. La televisió és una finestra perquè es vegi l'activitat social” (Pérez, 2015).

En tant que Despí TV és “un canal de participació, hem de primar els criteris de transparència i de qualitat perquè el que comuniquem ha de tenir la garantia de veracitat i de servei públic”. En aquest sentit, “a Despí TV no ens quedem només amb donar informació. La meva feina és donar informació i que arribi a la màxima gent possible” (Pérez, 2015). En el cas de Castelldefels TV, el tècnic de la televisió, Sergio Medina, destaca que “ens regim per l'objectiu de traslladar el que fa l'ajuntament i la vida de la ciutat a la ciutadania en format audiovisual. Entenem que hem de “donar difusió a la tasca que fan les entitats del poble. Per això recolzem els grups locals, els creadors i les feines que

fan. Pel que fa als esdeveniments organitzats per l'ajuntament, agafem declaracions del consistori, del regidor en qüestió i de la gent" (Medina, 2015).

Prado i Moragas concreten que les televisions locals, en l'era analògica, "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 cívic i cultural" (Prado, E. Moragas, M. de 2002: 17). En aquest sentit, Carola Fernández, directora de Maricel TV, defensa, en relació a la televisió local pública per internet, que "som intermediaris necessaris [entre el govern local i la població], ja que la informació institucional està polititzada. Quan la notícia prové de la televisió local significa que la informació ha passat pels filtres periodístics" (Fernández, 2015). Cabot concreta, en la mateixa direcció, que "tampoc som un altaveu de l'ajuntament, sinó que ens fem ressò d'allò que sigui noticiable. Tot el que sigui d'interès públic local és bàsic que la televisió ho tracti perquè és el mitjà de tots" (Cabot, 2015).

Eva Palau, responsable del canal Blanes TV, aprofundeix en l'objectiu d'aquesta eina comunicativa municipal i pública situada a Internet: "Informem d'esdeveniments destacats que tenen lloc a la nostra població d'una banda, per a que puguin arribar tant als blanencs i blanenques com als visitants que els han viscut 'en viu i en directe'; i de l'altra, que puguin ser gaudits per aquells que no hi van assistir, així com per molts vilatans que viuen lluny. El servei de televisió per internet és útil, també, per la gent que pugui tenir l'interès en viure des de la distància els esdeveniments que tenen lloc en aquesta població. Aquest darrer cas és emblemàtic, per exemple, quan es tracta del concurs de focs, la Festa Major o actes com ara la Rua de Carnaval, que sempre tenen moltes visites" (Palau, 2015).

Així doncs, Palau puntualitza que Blanes TV "és un complement al servei de notícies que hi ha a la plana web de l'Ajuntament de Blanes (<http://blanes.cat/catala>). La principal funció és ser un canal temàtic de Blanes per a donar a conèixer del que passa al poble". En aquest sentit, afegeix que no es cobreixen "actes polítics. No vam cobrir l'acte contra les retallades, però tampoc anirem a l'acte de l'ANC per la Independència" (Palau, 2015). Tot i això, Palau insisteix en el fet que "tenim vocació de servei públic perquè sinó no cobriríem els actes de les entitats i associacions. Tot plegat, -apunta-, aquest canal de televisió es manté al dia en la mesura del possible perquè només hi ha una sola persona que s'encarrega de realitzar les notes de premsa, les notícies, les filmacions i els muntatges" (Palau, 2015).

En la mesura de prioritzar recursos, Vallirana TV se centra en l'actualitat i bàsicament en actes on l'Ajuntament hi col·labora. Amb tot, ha de fer una tria, "ja que no arribem a cobrir totes les activitats que se celebren al municipi", explica Carles Cabilla, responsable del mitjà (2015). I afegeix: "A totes no hi podem anar però intentem donar visibilitat a la població de Vallirana". La situació ve determinada pel limitat pressupost del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Vallirana, que consta "de 18.000 euros anuals". Aquesta xifra limita la capacitat de producció del servei de televisió ja que "la majoria de la partida se'n va en les impressions dels fulletons i de la revista trimestral o en possibles reparacions de les càmeres..."(Cabilla, 2015).

Vallès Oriental TV es va instituir com a prestador de servei públic de televisió digital terrestre. I, segons informa el web del canal, "la societat de Vallès Oriental Televisió es crea amb l'objectiu d'esdevenir un mitjà d'informació que pugui emetre notícies, reportatges, debats, oferint l'actualitat i la informació de les activitats culturals, artístiques, polítiques i socials, mediambientals, esportives i associatives del territori, recollint així la realitat de la vida quotidiana del conjunt dels municipis que formen part del Consorci Teledigital Granollers i en general de la comarca del Vallès Oriental"¹²⁴. Pel que fa a la finestra online de VOTV, el director de l'emissora Albert Jordana afirma que, en aquest nou espai "bàsicament el que volem és aconseguir més audiència i més espectadors que segueixin VOTV" (Jordana, 2015).

Miquel Pagès en tant que director de Canal 10 reivindica l'essència local i de sentit de poble amb què treballa aquesta televisió: "Som un servei més d'informació i difusió de tot el que succeeix a l'Escala i del que s'hi organitza. No solament som la veu de l'ajuntament, sinó que estem dins l'entramat associatiu del municipi. Estem amb tothom per donar a conèixer el que li interessa a la gent" (Pagès, 2015). En aquest sentit, "treballem molt conjuntament amb les entitats, donem suport i estem allà quan fan activitats i els visitem abans per fer prèvies dels actes que organitzen. No som un servei públic allunyat de poble, sinó tot el contrari, estem molt integrats amb la comunitat de l'Escala" (Pagès, 2015), en el sentit que hi ha una línia de treball marcada per l'horitzontalitat i no la verticalitat. Com a anècdota, remarca: "Anirem a les festes de fi de curs de totes les escoles, per tant, pares, mares, tietes i derivats ens miraran" (Pagès, 2015).

L'objectiu que persegueix Penedès TV és, segons el gerent del canal, Josep Alsina, "donar servei públic, en el sentit de reflectir les coses que es fan i passen a Vilafranca, així com donar veu a la gent del poble" (2015) -i afegeix-: "Intentem que tothom se senti reflectit i que Vilafranca sencera senti seva la televisió. Per exemple, si un veí/a o una entitat fa una presentació d'un llibre, estem allà i ho cobrim. Potser no tenim tanta repercussió audiovisual, però és una de les nostres fites. De la

¹²⁴ Extret de la pàgina del Consorci VOTV. En línia: [<http://consorci.votv.cat/qui-som>]. Consulta: agost 2015.

mateixa manera, intentem oferir tots els actes festius en directe. Per la Festa Major, tots els actes públics els emetem en directe i els repetim” (Alsina, 2015).

El que destaca Pep Vinyes, de RTV El Vendrell, és que “hem de continuar treballant amb aquests objectius de cohesió social i d’informació veraç perquè es valori aquest servei nostre com una inversió en informació i en proximitat, i no com una despesa. I pel que fa als anunciants locals que es deixen els diners en el nostre servei, que s’adonin que la gent els veu” (Vinyes, 2015). Pel que fa a la pluralitat, una anècdota a remarcar és que “aquesta última campanya electoral ha estat formidable. Tothom volia sortir: hi ha hagut grups polítics municipals dels que hem arribat a fer dues rodes de premsa al dia, tot i que deien el mateix. No es creien ni ells mateixos l’audiència que tenien” (Vinyes, 2015).

Amb la intenció de continuar amb l’essència de la televisió local analògica, però “en una societat de la informació cada vegada més interconnectada, la televisió local té un paper primordial en la preservació de les identitats locals dels ciutadans que busquen la proximitat cultural i la seva pròpia identificació amb l’espai comunicatiu global” (Martori, 2014: 24).

Els objectius de BTV NOTÍCIES se centren, tal i com assegura Rafal Luján, coordinador del portal, en “ser un canal digital d’informatius, difondre la informació de Barcelona des d’un punt de vista periodístic a través d’Internet i per les xarxes socials” (Luján, 2015). En aquest sentit, BTV Notícies afavoreix la pluralitat en tant que “intentem que totes les veus estiguin representades en els continguts. De qualsevol manera, si fas reconeixement a determinats grups o entitats o si no ets plural a les xarxes socials, la gent t’ho diu. Nosaltres ho notem més que la televisió (TDT-L)” (Luján, 2015). A més, -afegeix- “hi ha la possibilitat de subscriure’t a RRSS per consumir continguts personalitzats”, quelcom que Luján valora com una opció més en aquesta línia ja que “donem atenció a la diversitat d’interessos”.

Localret destaca (2012: 22) que “crear un canal de televisió propi a la xarxa ha permès a moltes televisions continuar emetent, avançar en proximitat i participació i fomentar un espectador més actiu”. Eva Palau (Blanes TV) remarca que “la televisió per internet ha ajudat a la televisió local” en tant que “ha estat l’única opció viable per molts ajuntaments per continuar fent televisió, després de les dificultats derivades de la TDT-L” (Palau, 2015). En el cas d’El Prat TV, per al mateix director, Òscar Sánchez, “aquesta és una de les raons per la qual vam apostar per internet. Et permet saber quins són els teus espectadors i t’aporta agilitat i molta proximitat” (Sánchez, 2015).

Per a la directora de Maricel TV, “la plataforma online ha canviat molt la manera de fer televisió i en aquest entorn, la participació s’ha traslladat a les xarxes socials. En el nostre cas, la major part dels

inputs ens arriben per aquest via”, i apunta que a Internet “hi ha molta més participació que abans, perquè els espectadors eren passius” (Fernández, 2015). El fet de comptar amb una actitud activa per part del públic esdevé “un element molt enriquidor perquè tenim un retorn [*feedback*]: veiem quins tipus de programes funcionen, podem corregir errors i fins i tot saber quin perfil de gent ho veu i la mitjana d’edat...” (Fernández, 2015).

D’una manera similar, Jaume Cabot convergeix amb la idea de Localret en tant que “ara saps de la importància d’una peça o d’un vídeo per la resposta d’Internet. L’espectador té més possibilitats de fer visible el contingut de la televisió perquè les pàgines web permeten comentaris i ofereixen l’opció de compartir els continguts a les xarxes socials o per correu electrònic” (Cabot, 2015). En aquest sentit, el director de Gavà TV apunta: “Hi ha notícies que generen per si soles comentaris. Aquest aspecte ens apropa al públic, a vegades massa” (Moreno, 2015).

Des de Vilanova del Vallès ho corroboren: “És cert que aquesta tecnologia permet més proximitat, tot i que encara no hem aconseguit el nivell de participació de la ciutadania on creiem que podem arribar” (Pujolàs, 2015). En aquest sentit es postula el director de Vallirana TV, en explicar del seu mitjà que “compta amb totes les vies de contacte per tal d’arribar a la gent, però pel que fa a la creació de continguts per part de la ciutadania -en el cas de Vallirana TV- la participació no creix” (Cabilla, 2015). En aquest entorn tecnològic d’impàs, “poc a poc anirà baixant el nombre de consumidors de TDT-L i incrementaran els de la televisió per internet, que és molt més bidireccional i pots fer participar més a la gent”, comenta Abelló. I afegeix: “A la plataforma web ja hi som i ens anirem adaptant a la demanda del consumidor d’internet” (Abelló, 2015).

En aquest terreny de televisió local pública, el català és la llengua utilitzada per la gran majoria d’emissores. Aquesta tasca tant cultural com lingüística s’entén com una defensa per la llengua catalana. De fet “dins del sistema comunicatiu català, l’oferta de continguts en llengua castellana és superior a l’oferta en català, fet que comporta que la llengua autòctona de Catalunya ocupi el segon lloc en l’àmbit dels mitjans (Corominas, 2003). Per tant, els mitjans locals esdevenen un element important en la normalització del català al Principat, ja que l’ús majoritari que en fan ajuda a mantenir un cert grau de presència de la llengua en el sistema comunicatiu (Corominas, 2003)” (Guimerà, 2004: 4).

En tant que catalanes, aquestes televisions han de garantir (art. 26.3.f) la promoció, el coneixement i la difusió de la llengua i la cultura catalanes, dins el marc general de la política lingüística i cultural de la Generalitat, i també de l’aranès en els termes establerts per la legislació vigent”. En paraules del director d’Aran TV, Manel Moga, “la marca d’identitat del canal públic del Consell General d’Aran és

que som una televisió estrictament en aranès i, per tant, donem cobertura a una llengüa minoritària. Alhora, donem veu i visibilitat a tot tipus d'associacions locals i de la zona, tant culturals, esportives... que tenen en comú, principalment, la llengua aranesa. La nostra prioritat és fer en aranès tot el que es pugui, després ja mirarem de fer el que es pugui en català o en castellà" (Moga, 2015). Amb tot, la principal funció d'Aran TV consisteix, doncs, en "donar a conèixer, ja sigui a Lleida o a fora, tots els aspectes culturals i identitaris de la Vall d'Aran" (Moga, 2015).

En relació a aquesta qüestió lingüística, com a mitjà local públic, RTV El Vendrell fa "promoció de la llengua catalana, tant de música com de la cultura, ja que és una de les nostres obligacions. Tot és en català, però en el cas que alguna font intervingui en castellà no ho traduïm" (Vinyes, 2015). Com apunta *l'Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2012-2013*, "en el cas de Catalunya [...], la llengua ha de ser un criteri fonamental a l'hora d'establir quins són els continguts de servei públic i d'interès general que han de gaudir d'una visibilitat privilegiada. Així, els continguts en català han d'aparèixer com a primeres opcions per a l'usuari connectat a Catalunya en totes les plataformes de distribució audiovisual" (CAC, 2014: XIV).

6. CONCLUSIONS

La televisió local pública a internet és una realitat el 2015. Se n'han identificat vint-i-set projectes: Aran TV, Barcelona TV i BTV Notícies, Blanes TV, Calella TV, Canal Blau TV, Canal 10 Empordà, Canal Terrassa Vallès, Castelldefels TV, Cugat.cat, elprat.tv, Gavà TV, L'H TV, Lloret TV, Maricel TV, m1TV, Matadepera TV, Molins.tv, Penedès Televisió, Ràdio i TV El Vendrell, Tac12, Televisió de Badalona, Vallirana TV, Vallès Visió, VdM'TV, Viladecans TV, Vilanova del Vallès i VOTV. En el procés inicial d'identificació de les televisions, però, es van detectar altres plataformes: Begur TV¹²⁵ i Despi TV. No obstant, en un estadi avançat, s'ha comprovat que la periodicitat d'actualització dels continguts en ambdues supera el termini d'una setmana, entès com el grau mínim establert en aquesta recerca. Per tant, no s'inclouen dins el conjunt de projectes de televisió local pública per internet.

Entre aquestes vint-i-set televisions, d'una banda, hi ha els 11 prestadors de TDT-L que estan en emissió el 2015: Barcelona TV, Canal Blau TV, Canal 10 Empordà, Canal Terrassa Vallès, L'H TV, m1TV, Penedès Televisió, Tac12, Televisió de Badalona, Vallès Visió, VOTV (CAC, 2014: 91). De l'altra, hi ha televisions locals públiques que han apostat per internet després de passar per una experiència a la TDT-L que no ha continuat. En són exemples: Blanes TV, Calella TV, Lloret TV, Maricel TV o Gavà TV; i també televisions locals públiques que sorgeixen directament al web, en el sentit que el municipi corresponent no ha emès amb anterioritat per la TDT-L. En són exemples Aran TV, Castelldefels TV, Cugat.cat, El Prat TV, Matadepera TV o VdM'tv.

L'origen de les noves plataformes de televisió per internet ve motivat per una combinació de factors. En primer lloc, la implantació de la TDT-L s'ha definit com a fracàs pels alts costos que suposa aquesta tecnologia i per les dificultats de gestió dels consorcis, ja que els canals de TDT-L passen de ser locals a ser de demarcacions. En aquest sentit, les investigacions acadèmiques prèvies en aquest camp asseguren que la TDT-L no ha tingut en compte la realitat analògica existent, en tant que la implantació de la TDT-L s'ha saldat amb la pèrdua de prestadors públics (de 56 analògics a 11 de TDTL) i, amb tot, el panorama de la televisió local (pública) a Catalunya s'ha vist perjudicat.

En segon lloc, la irrupció de la crisi econòmica ha afectat el sector comunicatiu i les institucions municipals. Per aquest fet, les estructures de les televisions locals públiques s'han debilitat. La presència a la TDT-L ha estat inviable, doncs, per molts ajuntaments que, o bé han renunciat des d'un principi al projecte, o bé han hagut d'abandonar el consorci un cop la situació econòmica ha empitjorat.

¹²⁵ Direcció web: <http://www.begur.cat/web/cat/video.php?id=4194&pare=4008>

Un tercer factor que ha tingut un pes rellevant en la formació d'aquests projectes a internet és, sense cap mena de dubte, l'evolució del món 2.0 i de la tecnologia en els últims anys. El fet que en general tot s'hagi traslladat a la xarxa n'ha fet indiscutible la presència dels mitjans en general i de les televisions locals públiques en particular. Si bé els primers anys 2000 les experiències comunicatives començaven a despuntar en aquest sector, entorn el 2010 el nombre de projectes és una realitat.

En l'estadi inicial de la recerca es van detectar tres tipologies de televisió per internet: les TDT-L amb presència a la xarxa, les que prèviament han passat per una experiència no reeixida a la TDT-L i les que han nascut directament en el món digital. Amb la investigació s'ha comprovat que els factors que han propiciat el sorgiment de les televisions per internet coincideixen en els tres casos. D'aquesta manera, es valida la doble hipòtesi, per la qual les dificultats de la implantació de la TDT-L i la digitalització en l'àmbit del mitjans de comunicació es conformen com els motius determinants per la creació del conjunt de televisions locals públiques per internet.

Aquest nou sector, però, encara no compta amb una regulació pel que fa, per exemple, a l'actualització dels continguts o a la producció pròpia, com es va fer en els dos models anteriors, l'analògic i el digital (TDT-L). Aquesta situació s'explica per la ràpida proliferació dels projectes s'ha portat a terme -i encara continua. Concretament, aquesta tendència s'ha accentuat en els últims anys, des de 2010 en endavant. De tenir una presència "marginal" el 2010, el 2015 es pot fer referència al "fenomen" de les televisions locals públiques per internet. És per tant, en aquest últim període, quan ha augmentat el nombre de projectes.

En una primera fase, les plataformes web eren molt estàtiques i es limitaven a proporcionar informació de contacte i dels serveis que oferien. A mesura que la tecnologia ha avançat -de manera trepidant-, aquestes pàgines web han evolucionat d'acord amb les possibilitats del moment. En aquest punt, les televisions locals públiques a Catalunya s'han conformat com a mitjans molt dinàmics, que compten amb una gran varietat de continguts i amb propostes interactives, fins i tot.

Pel que fa a l'oferta d'aquestes televisions, segons la hipòtesi inicial, les diverses tipologies identificades mostren diferències respecte allò que ofereixen i el com ho ofereixen. Un cop realitzat l'estudi, sobretot el de camp, es constata que la presentació del contingut segueix una pauta comuna en tots els casos. Les diferències que es puguin establir es basen, més aviat, en el nombre de peces que cada canal pot produir. I això, s'explica per una qüestió de recursos econòmics.

Així doncs, s'ha comprovat que el tipus de consum (i de consumidor) a la xarxa han determinat l'oferta i la presentació dels continguts al web. Per una banda, l'accés a internet es pot fer des de

diversos dispositius; la circulació de la informació en aquest entorn és ràpida i constant. Amb tot, l'espectador tipus és molt actiu, ja que pot escollir, entre d'altres elements, els continguts que prefereix i els que no, a diferència de la televisió convencional, on el consum és més passiu. En aquest sentit, la dinàmica que segueixen aquests projectes de televisió per internet es basa en un ús unànime dels continguts *on demand* o podcast.

En el sentit més tecnològic, el nombre de dispositius des dels quals s'accedeix al contingut televisiu és més ampli que no pas en l'era analògica o de la TDT-L. La televisió (com a aparell) ha perdut importància en favor dels dispositius mòbils -*smartphones* i tauletes- i de l'ordinador. El consum que es fa d'internet a través d'aquests aparells és, doncs, ràpid i selectiu; i les televisions estudiades han adaptat els continguts en funció d'aquestes especificacions.

Pel que fa a les televisions que només tenen presència a internet, la gran part de la seva oferta consta, *per se*, de notícies informatives o reportatges de curta durada. Aquest comportament, però, també és vàlid en la major part de les TDT-L analitzades. En aquests casos, la producció que s'emet via digital (TDT-L) va més enllà de les notícies (enteses com a peces individuals) i es basa també en programes i informatius. Un cop els continguts es traslladen al web, els professionals de cada mitjà s'encarreguen d'adaptar-los al format i a les característiques esmentades: vídeos de curta durada que s'ofereixen generalment en format *podcast*. De l'informatiu en poden sortir tantes peces com notícies contingui.

L'ús generalitzat del format 'notícia' en els projectes nascuts a internet s'explica pel tipus de consum que s'ha establert a la xarxa, però també per la limitació dels recursos humans i econòmics dels propis mitjans públics. En alguns casos, la crisi econòmica ha comportat la reestructuració de plantilla o una retallada en la partida pressupostària. Alguns exemples en són Blanes TV, Vallirana TV o Castelldefels TV, on el personal ha de fer-se càrrec de diferents plataformes més enllà de la televisió, com el diari digital o les publicacions impreses... Per aquests motius, la notícia esdevé un format assequible, en comparació amb una programació estricta basada en programes i en informatius.

Aquestes circumstàncies també han comportat que les televisions per internet contemplin les retransmissions en directe en un segon pla, per darrera de la producció de peces que s'emetran "en diferit". En la majoria dels casos analitzats es prefereix obviar l'opció del directe quan suposi una pèrdua o rebaixa de qualitat del producte. En aquest sentit, doncs, les retransmissions queden reservades pels actes populars i institucionals més rellevants del municipi.

En tant que no hi ha normes establertes pel que fa a la periodicitat dels continguts, hi ha varietat entre els casos estudiats. El nombre de personal del que disposa cada mitjà esdevé un factor determinant en aquest aspecte. Quant hi ha més professionals, la possibilitat de tractar més temes i produir més continguts augmenta. En canvi, els mitjans que disposen de menys personal veuen reduïda la quantitat d'informació que poden proporcionar i, a més, tal situació repercuteix en què actualitzin els continguts en un període més ampli -si en el primer cas la producció és diària, en les televisions amb menys recursos l'actualització pot ser setmanal o bisetmanal. És a dir, les televisions per internet que, com a Castelldefels, estan gestionades per un tècnic o periodista han de seleccionar els actes o temes dels què informar en funció de les seves capacitats. En aquests casos, els continguts també tardaran més en ser publicats.

Si bé els prestadors de TDT-L contemplan i requereixen una estructura més *gran* que la de les televisions per internet -que en algun cas estan gestionades per un sol professional-, l'oferta també varia, en tant que poden produir més continguts. Això no és, però, una característica estricta dels prestadors de TDT-L perquè hi ha canals de televisió local pública per internet com, per exemple, Cugat.cat, que setmanalment elaboren un gruix considerable de publicacions.

L'audiència d'aquestes experiències de televisió local pública per internet destaca per dos motius: és diferent a la de la TDT-L. En qualsevol cas, les tres tipologies de televisió que s'havien distingit en un principi compten, a la xarxa, amb el mateix tipus de públic, fonamentalment jove -adolescents i adults- en detriment d'una menor proporció d'espectadors de més edat. Mentre que alguns d'aquests canals destaquen la "pèrdua" d'aquesta part de la població, d'altres remarquen el fet de comptar amb un públic cada cop més jove i interactiu.

En sintonia amb l'evolució de les noves tecnologies, la rellevància de les xarxes socials avui en dia i la viralització que permeten fan que les televisions per internet -i els mitjans en general- tinguin una activitat constant en aquest espai per tal de difondre els productes informatius. Aquest comportament ve motivat pel fet que la circulació del material periodístic per les xarxes és d'una intensitat que no s'aconsegueix en les pròpies plataformes web de les televisions. En aquest sentit, aprofiten les possibilitats de les xarxes socials per tal de viralitzar al màxim les peces informatives entre el seu públic objectiu -i perquè no, per intentar ampliar-lo. De fet, el paper dels joves en aquest àmbit adopta importància en tant que contribueixen a la difusió ràpida i efectiva de determinades publicacions, especialment en les que s'hi trobin representats.

Totes les televisions analitzades convergeixen en el tipus de contingut que publiquen, en tant que són mitjans locals públics. En relació al caràcter local i públic dels projectes estudiats, la participació i la pluralitat es conformen com dos dels trets distintius de les televisions locals públiques per internet, doncs aquestes plataformes contribueixen a una informació plural i diversa, permetent l'aparició directa dels diferents actors socials, així com dels ciutadans, a títol individual o en representació de col·lectius, associacions o entitats com a peces clau de la informació i de les qüestions locals més transcendents.

Un cop realitzada la recerca es pot validar la hipòtesi de la qual es partia al començament. En aquest sentit, les televisions locals públiques per internet que s'han analitzat coincideixen, per una banda, en el fet que la seva oferta s'adequa al territori municipal-local. Per tant, aquestes emissores centren la producció en els actes i esdeveniments, així com notícies i successos pertinents de la seva àrea municipal. La recepció d'aquests continguts, però, adopta transcendència internacional ja que internet hi possibilita l'accés des de qualsevol punt. Amb això, la televisió local pública per internet ha guanyat en capacitat d'influència. Mentre que abans, els habitants locals eren estrictament els únics receptors d'aquest contingut, amb la globalització i l'avenç tecnològic, qualsevol interessat en la informació local d'aquestes televisions té possibilitat d'accés.

D'altra banda, hi ha unanimitat entre totes les plataformes web analitzades pel que fa al compliment de les missions de servei públic que estableix l'article 32 de la Llei 22/2005, de comunicació audiovisual del 29 de desembre. La pluralitat de veus, tant socials com polítiques, marquen el contingut, que es caracteritza per ser de producció pròpia. En tant que televisions locals públiques per internet, permeten que el públic hi interactui, ja sigui mitjançant l'aportació d'informació o de feedback a les xarxes socials. Es pot dir, doncs, que la televisió local pública per internet entronca amb el caràcter municipal com s'entenia en l'etapa analògica.

7. REFERÈNCIES

7.1 Bibliografia

ADELANTADO, E.; MARTÍ, J. (2011): "Contenidos audiovisuales y televisivos para dispositivos móviles: una aproximación al mercado español", a *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 1. Castelló de La Plana: Associació para el Desarrollo de la Comunicación, Universidad Complutense de Madrid i Universitat Jaume I. P. 99-113.

BERGÉS, L.; PUIG, N; (2015): "La inversió publicitària als mitjans de comunicació", a Civil i Serra, M. et al (eds): *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, P. 85–102. [En línia]: http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf Última consulta: 03/09/2015.

BESALÚ, R. (2015): "La televisió", a Civil i Serra, M. et al (eds): *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4. P. 155–174. [En línia]: http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf Última consulta: 02/09/2015.

CASERO-RIPOLLÉS, A.; GONZÁLEZ, S.; FERNÁNDEZ, FJ. (2012): *La prensa local ante el reto digital. Oportunidades y riesgos en un escenario cambiante* (XI Congreso de Comunicación Local-Comloc 2011). Castelló de La Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2009): *Diagnòstic de la Televisió Digital Terrestre -Local* (Setembre-octubre 2009). Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

-- (2014): "Resum Executiu", a *Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2012-2013*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. P. I-XV. [En línia]: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/informe_audio_2012_2013.pdf Consulta: 27/08/2015.

CIVIL I SERRA, M. (2013): "La comunicació a Catalunya, 2011-2012: síntesi, claus d'interpretació i reptes de futur" a Civil i Serra, M., et al (eds). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2011-2012*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon, Informes, 3. P.363-376. [En línia]: http://incom.uab.cat/informe/download/2011/informe11_pdf.pdf Consulta: 02/09/2015.

CIVIL I SERRA, M. et al, (eds). (2013). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2011-2012*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon, Informes, 3. En línia: [http://incom.uab.cat/informe/download/2011/informe11_pdf.pdf] Consulta: juny 2015.

CIVIL I SERRA, M. et al, (eds). (2015): *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4. [En línia]: http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf Última consulta: 22/08/2015.

COROMINAS, M. (2009): *Televisió local a Catalunya*. Barcelona: IEC. [En línia]: <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/download/Corominas.pdf> Última consulta: 02/09/2015.

DOMINGO, D. et al, (2011): “La comunicació local” a de Moragas i Spa, M., et al (eds). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2009-2010*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. P.211- 234. [En línia]: http://incom.uab.cat/informe/download/2009/informe09_pdf.pdf Última consulta: 10/08/2015.

FEENSTRA, R.A.; CASERO-RIPOLLÉS, A (2012): “Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M”, a *Revista Comunicación y Hombre. Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*. Nº 8. P. 129-140. Madrid. Universidad Francisco de Vitoria. [En línia]: http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/08_i_feenstraycasero.pdf Consulta: 12/08/2015.

FERNÁNDEZ, I.; GUIMERÀ, J.À; FERNÁNDEZ, A. (2012): “Impacto de la crisis económica en las políticas de comunicación de la Generalitat de Cataluña (2011)”, a *Nueva Época*, nº.8, P. 1-17. [En línia]: <http://derecom.com/numeros/pdf/catalunya.pdf> Consulta: 02/09/2015.

GUIMERÀ I ORTS, J.À. (2003). “La descripció de l’objecte d’estudi a la recerca sobre comunicació local a Catalunya (1978-2002): aportacions i limitacions”, a *Treballs de Comunicació*. Barcelona: IEC. Nº. 18. P. 107-116. [En línia]: <http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000002/00000074.pdf> Última consulta: 01/09/2015.

-- (2004). “La comunicació local com a escenari de la diversitat cultural: el cas de Catalunya”. Comunicació presentada al diàleg «Diversitat cultural i comunicació» Barcelona: Fòrum Universal de les Cultures. [En línia]: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/154_guimera.pdf Última consulta: 23/08/2015.

-- (2006): “La televisió local a Catalunya: un model en profunda transformació”, a *Quaderns del CAC*, nº 26. P. 141-149. [En línia]: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q26ES.pdf Consulta: agost 2015.

-- (2010): "Polítiques de televisió, canvi tecnològic i proximitat a Catalunya", a *Quaderns del CAC*. Barcelona. CAC. nº.35, vol. XIII (2). P.13-21. [En línia]: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q35_guimera.pdf Última consulta: 24/07/2015.

-- (2011). "Modelos de negocio de la TDT-L privada en Catalunya: entre la sostenibilidad económica y la viabilidad legal", a *Revista Ámbitos*. Sevilla: Departamento de Periodismo II; Universidad de Sevilla. N. 20. P.271-286.

-- (2012): "La conceptualització de l'objecte d'estudi en la recerca sobre comunicació local a Catalunya (1981-2006)", a *Trípodos*, n. 30. Barcelona: Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. P.111-123. [En línia]: http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2012/111322/tripodos_a2012n30p111.pdf Consulta: 10/06/2015.

JIMÉNEZ, L. (2014): La incidència de la crisi econòmica en els mitjans locals i comarcals del Maresme (2008-2013). Bellaterra. Universitat Autònoma de Barcelona. [Treball de fi de grau].

LA FUENTE, G. (2012): "¿Cómo hemos llegado hasta aquí", a *Cuadernos de Comunicación Evoca*, nº 7 *El futuro del periodismo*. Madrid: Evoca Comunicación e Imagen. 9. [En línia]: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf> Consulta: 01/09/2015

LOCALRET (2008): La televisió digital terrestre (TDT). Guia per al desenvolupament de la societat del coneixement. Barcelona: LocalRet. [En línia]: <http://www.localret.cat/publicacions/guies/gtdt.pdf> Última consulta: 23/07/2015.

-- (2012): Tendències i solucions per a la comunicació audiovisual. Guies per al desenvolupament de la societat del coneixement. Barcelona: LocalRet. [En línia]: <http://www.localret.cat/publicacions/guies/guia-tendencias-comunicacio-audiovisual2012.pdf> Últim consulta: 20/07/2015.

MARTORI, A. (2014): "Televisión pública y era digital: las emisoras de proximidad en Cataluña como caso paradigmático en su adaptación a Internet", a *Obra Digital*, N.7. P. 9-26. [En línia]: <http://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/44> Última consulta: 26/08/2015.

MICÓ, J.LI; MASIP, P. (2015): "Internet, xarxes socials i noves pràctiques comunicatives", a Civil i Serra, M. et al (eds): *Informe de la comunicació a Catalunya 2013-2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, P. 175-192. [En línia]: http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf Última consulta: 01/09/2015.

MOLINA, P. (2011). "Medios de comunicación local y democracia en Cataluña: estudios, propuestas e innovaciones", a *Questión. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*. Vol. I, 31. P. 1-14. [En línea]: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1214> Consulta: 14/08/2015

MONEDERO, C. (2008): "La televisión local pública en Andalucía ante el reto digital en el contexto de otros modelos de proximidad europeos" [Tesi doctoral]. Málaga. Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Comunicación Departamento de Periodismo. [En línea]: <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/17947947.pdf> Consulta: 02/09/2015.

-- (2012): "La televisión local pública como víctima de una desacertada evolución digital", a *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social. [En línea]: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/110_Monedero.pdf P.1-14. Última consulta: 03/09/2015.

MONTAGUT, M., et al (2013): "La comunicació local" a Civil i Serra, M., et al (eds). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2011-2012*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon, Informes, 3. P.197-216.

MORAGAS I SPÀ, M. de. et al, (eds). (2009). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2007- 2008*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 1. En línea: [http://incom.uab.cat/informe/download/2007/informe07_pdf.pdf] Última consulta: 03/09/2015.

-- (2011). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2009- 2010*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 2. En línea: [http://incom.uab.cat/informe/download/2009/informe09_pdf.pdf] Última consulta: 03/09/2015.

LLEI 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya. [Text consolidat]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. [En línea]: http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&documentId=440333#fragment-1118987 Última consulta: 04/09/2015

PELLICER, M.; FRANCO, M. (2013): "Los nuevos profesionales en el periodismo digital". [En línea]: <http://martafranco.es/los-nuevos-profesionales-en-el-periodismo-digital/> Consulta: 22/08/2015.

PÉREZ, J. Á.; SANTOS, T. (2009): "Las televisiones locales del País Vasco en Internet", a *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 64, P.192-202. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperat el 5 de març de 2015, de

[http://www.revistalatinacs.org/09/art/17_816_18_Bilbao/Perez_Dasilva_y_Santos_Diez.html]

Última consulta: 02/09/2015.

Prado, E.; Moragas, M. de (2002). *La televisió local a Catalunya: De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. [Quaderns del CAC. Número extraordinari Setembre 2002].

SABATÉ, J. (2015): "Els sistemes de mesurament d'audiències", a Civil i Serra, M. et al, (eds). *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, pàgs. 73–84.

VIDAL, M. (2015): "L'entorn tecnològic", a Civil i Serra, M. et al, (eds). *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, pàgs. 33–44.

VILA, J. (2015): "La comunicació local en l'ecosistema comunicatiu català", a Civil i Serra, M. et al, (eds). *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, pàgs. 61–72.

7.2 Webs consultades

Ajuntament de Blanes: <http://blanes.cat/catala>

Ajuntament d'El Prat: <http://www.elprat.cat/>

Ajuntament de Sitges: <http://www.sitges.cat/>

Ajuntament de Viladecans: <http://www.aj-viladecans.es/>

Ara Girona: <http://www.aragirona.cat/>

Ara Vallès: <http://www.aravalles.cat/>

Barcelona Televisió: <http://www.btv.cat/>

BTV Notícies: <http://www.btv.cat/btvnoticies/>

Blog Saül Gordillo: (www.saul.cat)

Blog TV La Xarxa (XAL): <http://blogstv.laxarxa.com/xarxacom/>

Calella TV: <http://www.calellatv.cat/>

Canal 10: (<http://www.canal10.cat/>)

Canal de Vimeo de VdM'TV: <https://vimeo.com/vilassardemar>

Canal de Vimeo de Castelldefels TV: <https://vimeo.com/103329491>

Canal de Youtube de Blanes TV: <https://www.youtube.com/user/televisioblanes>

Canal de Youtube Lloret TV: <https://www.youtube.com/channel/UCz8Pi-6i45THSdUku7poHyA>

Canal de Youtube de Matadepera TV: <https://www.youtube.com/user/matadeperatv>

Canal de Youtube de Calella TV: <https://www.youtube.com/user/rtvcalella>

Castelldefels TV: <http://www.castelldefelstv.org/tv/actualitat/>

Col·legi de Periodistes de Catalunya: Periodistes.org: (<http://www.periodistes.org/ca/>)

Consorti Vallès Oriental Televisió: <http://consorci.votv.cat/>

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: <http://www.ccma.cat/324/>

Cugat.cat: <http://www.cugat.cat/>

Despí TV: <http://www.despi.tv>

Diari Maresme 360: <http://www.maresme360.cat/>

Diari *El Punt*: <http://ww.elpuntavui.cat/>

Directe.cat: <http://www.directe.cat/>

Eixtic Local: <http://tv.eixtic.cat/#>

El Confidencial: <http://www.elconfidencial.com/>

El Periódico: <http://www.elperiodico.cat/ca/>

El Prat TV: elprat.tv

Federació de Mitjans de Comunicació Local a Catalunya: <http://www.radiolocal.cat/>

Gavà TV: <http://www.gavatv.cat>

Idescat: <http://www.idescat.cat/>

Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP):
<http://labcompública.info/es/>

La Premsa del Baix: <http://www.laprensadelbaix.es/>

La Xarxa: <http://www.laxarxa.com/>

Localret: <http://www.localret.cat/>

L'H TV: www.lhdigital.cat

Maricel TV: <http://mariceltv.xiptv.cat/>

Matadepera TV: <http://www.matadepera.cat/tv/contents/info>

Parlament de Catalunya: www.parlament.cat

Ràdio Pineda: <http://www.radiopineda.cat/>

Ràdio Televisió El Vendrell: <http://www.rtvendrell.cat/>

Ràdio Televisió Vilafranca: <http://www.rtvvilafranca.cat/penedes-tv>

Revista *Antena Local*. La revista de la Comunicació Local: <http://www.radiolocal.cat/docs/71.pdf>

Vallès Oriental Televisió: <http://votv.xiptv.cat/>

Vallirana TV: <http://www.vallirana.tv/TVRVallirana.html#>

Viladecans TV: <http://www.viladecanstv.tv/>

Vilanova del Vallès TV: <http://vdv.eixtic.cat/>

TAC 12: <http://tac12.xiptv.cat/>

Xip TV: <http://www.xiptv.cat/>

7.3 Fonts personals

CABOT, JAUME. Director de Vilassar de Mar TV (VdM'TV). 9/4/2015

NAVEROS, JOAN- Director de programació de Vilanova del Vallès TV. 10/03/2015

MATAS, JOSEP. Director de Calella TV. 06/03/2015

MOGA, MANEL. Director d'Aran TV. 15/06/2015

ABELLÓ, XAVIER. Director de Tac12. 15/06/2015

VINYES, PEP. Director de RTV El Vendrell. 09/06/2015

LUJÁN, RAFAEL- Coordinador del Portal BTV Notícies.

PAGÈS, MIQUEL. Director Canal 10.

ALSINA, JOSEP. Director de Penedès TV. 10/06/2015

OURO, LLUÍS ÀNGEL. Editor de Viladecans TV.

VIETA, FINA. Responsable Lloret TV. 06/03/2015

HERRADA, MIQUEL. Director de Cugat.cat. 11/03/2015

PALAU, EVA. Responsable Blanes TV. 12/03/2015

VILA, MÍRIAM. Directora de Matadepera TV 18/03/2015

FERNÁNDEZ, CAROLA. Directora de Maricel TV. 17/03/2015

SÁNCHEZ, OSCAR. Director d'El Prat TV. 19/03/2015