

Capítol 10

La comunicació local

Observatori de la Comunicació Local

L'Observatori de la Comunicació Local és una iniciativa de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) i de la Diputació de Barcelona destinada a la recerca i la difusió de coneixements sobre la comunicació local (www.portalcomunicacio.com/ocl).

El bienni 2005-2006 els mitjans locals han viscut un desenvolupament desigual. Mentre que la televisió era reconeguda legalment a través de la TDT -que ha significat una reordenació del sector-, la ràdio resta sense grans canvis a l'espera d'un nou atorgament de llicències. La premsa de pagament ha patit una davallada de vendes i lectors mentre que augmenten les publicacions gratuïtes. A Internet, nombrosos projectes no s'han pogut consolidar, i es cerquen nous models de negoci. Tot plegat, en un entorn on s'han accentuat la concentració de la propietat i la integració multimèdia.

**El bienni 2005-2006
apareix com un
període marcat per un
desenvolupament
dispar dels diferents
mitjans locals**

**La premsa es mou
entre la lleu baixada
de difusió dels diaris i
l'increment del
nombre de
publicacions,
fonamentalment les
de distribució gratuïta**

**Les editores de
premsa més
consolidades es
configuren
definitivament com a
grups multimèdia**

1. Introducció

El bienni 2005-2006, període de celebració dels 25 anys de la primera emissió de RTV Cardedeu i del naixement de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal, apareix com un període marcat per un desenvolupament dispar dels diferents mitjans locals. Així, es detecta un estancament de difusió de la premsa de pagament en termes generals i l'eclosió de publicacions gratuïtes. En el camp d'Internet, s'observa un retrocés dels mitjans locals, arran d'un escàs desenvolupament de noves iniciatives, acompanyat de nombroses desaparicions de projectes. A la televisió, autèntica protagonista del període, s'ha entrat en un moment d'*impasse* després de l'atorgament de les concessions de televisió digital terrestre (TDT), que han obert les portes a una profunda reestructuració del sector. Mentrestant, la ràdio roman a l'espera de la concessió de les freqüències previstes al Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en Ones Mètriques amb Modulació de Freqüència (BOE 223, de 18 de setembre de 2006) i una transició digital d'incert futur.

En aquest entorn de desenvolupament desigual, s'han accelerat les tendències ja apuntades des de principis del anys dos mil. D'una banda, la tendència a la creació de i a la integració en xarxes de distribució de continguts per part de les ràdios i les televisions; acompanyades ara per diverses crides a la cooperació entre els projectes d'Internet per poder ser viables a escala local. D'altra banda, la concentració empresarial, tant multimèdia (amb la creació de grups locals) com horitzontal, amb la participació d'una empresa en diverses publicacions i/o televisions. El concurs de TDT ha estat clau en aquest cas, ja que ha de determinar el desenvolupament del sector en els propers anys, i les empreses han tractat de no desapropiar l'ocasió per prendre posicions. El resultat és la creació de grups multimèdia locals, comarcals i també provincials cada cop més rellevants en els seus àmbits d'actuació.

2. La premsa local i comarcal: els diaris baixen mentre augmenten les capçaleres

J. Vicenç Rabadán

El bienni 2005-2006 la premsa local i comarcal a Catalunya es mou entre la lleu baixada de difusió dels diaris i l'increment del nombre de publicacions setmanals, quinzenals i mensuals, fonamentalment les de distribució gratuïta que combinen informació, serveis i publicitat comercial. Les capçaleres diàries locals i comarcals que més havien augmentat la seva difusió l'última dècada són les que més baixen, tot i que la davallada és general. El conjunt heterogeni de publicacions integrades a l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC) i a l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG) mostren un cert estancament de difusió i distribució, fins i tot els productes gratuïts lligats a grups empresarials de premsa de pagament.

Mentrestant, les editores de premsa més consolidades es configuren definitivament com a grups multimèdia, ja que aposten per mitjans audiovisuals i, en concret, per les llicències de TDT, després que la difusió i l'expansió dels diaris hagi tocat sostre. El terreny dels productes digitals o per Internet no sembla engrescar els actors de la premsa local i comarcal, tot i l'augment de capçaleres que són presents a la xarxa.

2.1. La difusió de tots els diaris baixa

La dada més destacada del conjunt dels diaris locals i comarcals de Catalunya és la davallada generalitzada, tot i que algunes capçaleres baixen poc la seva difusió (vegeu la taula 1). Aquest és el cas de *Regió 7* (propietat d'Editorial Prensas Ibéricas des de març de 2006), *La Mañana*, *Diari de Terrassa* o *Diari de Girona*, mentre que *El Punt*, malgrat les seves cinc edicions barcelonines (que van ser clau per a l'increment de la difusió el 2004), baixa més d'un 8%. El *Diari de Tarragona* també pateix una davallada de més del 6% després d'incrementar la difusió de manera continuada durant els últims anys. També baixa *Segre*, que d'altra banda pràcticament equilibra les difusions de les seves edicions en castellà -que baixa prop del 5%- i en català -que puja lleument.

Taula 1. Diaris i bisetmanals locals i comarcals (2004-2006)

Capçalera	Empresa	Lloc d'edició	2004	2006	Diferència (%)
<i>El Punt</i> ^A	Hermes Comunicacions	Girona	27.642	25.330	-8,36
<i>Diari de Tarragona</i>	Promicsa	Tarragona	15.030	14.096	-6,21
<i>Segre</i> ^B	Diari Segre	Lleida	7.037	6.710	-4,64
<i>Segre</i> ^B	Diari Segre	Lleida	6.519	6.560	+0,62
<i>Regió 7</i>	Edicions Intercomarcals	Manresa	8.658	8.545	-1,30
<i>Diari de Girona</i>	Diari de Girona	Girona	8.151	7.991	-1,96
<i>La Mañana</i>	Diari de Ponent	Lleida	5.677	5.515	-2,85
<i>Diari de Sabadell</i>	Vallesana de Publicacions	Sabadell	5.466	5.018	-8,19
<i>Diari de Terrassa</i>	Julián Sanz Soria	Terrassa	5.517	5.433	-1,52
<i>El 9 Nou</i> ^C	Prensa d'Osona	Vic/Granollers	13.595	13.761	+1,22
<i>Hora Nova</i>	Noves Edicions Altempordaneses	Figueres	2.920 (setmanari)	1.630 (bisetmanal)	-

(A) Edicions del diari *El Punt* i la seva difusió (2004 i 2006): comarques gironines (15.608 i 15.387), comarques meridionals (2.066 i 1.858) i Barcelona, dividida en cinc edicions (9.968 i 8.085).

(B) *Segre* té edició en castellà i en català, situades a la taula en aquest mateix ordre.

(C) Edicions del periòdic bisetmanal *El 9 Nou* (2003 i 2006): Osona i el Ripollès (9.182 i 9.318) i el Vallès Oriental (4.413 i 4.443).

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD).

La difusió del *Diari de Sabadell* és la que segueix reduint-se més, mentre que l'única capçalera que continua creixent poc a poc és el bisetmanal *El 9 Nou*. El panorama de publicacions que opten per sortir dues vegades per setmana s'amplia amb l'abans setmanari *Hora Nova*, que augmenta la seva implantació a l'àmbit de Figueres. Per complementar les dades sobre els diaris comarcals de Catalunya, cal esmentar les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM) de 2006, que situen *El Punt* com el diari més llegit en català, amb 144.000 (tot i que en perd 24.000 respecte al 2003), per sobre de *l'Avui*, que en té 118.000, seguits pel *Diari de Tarragona*, amb 105.000, i de *Segre*, amb 97.000.

La situació dels mitjans
(Informes, estadístiques,
interpretacions)

Taula 2. Setmanaris i quinzenals locals i comarcals (2003-2006)

Capçalera	Lloc d'edició	2003		2006		Diferència (%)
		OJD	ACPC	OJD ^A	ACPC ^B	
<i>Revista del Vallès</i>	Granollers		9.100		9.100	0
<i>Nas de Barraca</i> (quinzenal)	Sant Boi de Llobregat				8.000	
<i>Diari de Vilanova</i>	Vilanova i la Geltrú	6.530		6.663		+2,03
<i>La Veu de l'Ebre</i>	Tortosa				6.000	
<i>El 3 de Vuit</i>	Vilafranca del Penedès	5.312		4.587		-13,64
<i>El Vallenc</i>	Valls		3.800		4.500	+18,42
<i>La Veu de l'Anoia</i>	Igualada	4.301		4.329		+ 0,65
<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	Figueres	3.901		4.398		+12,74
<i>Més Ebre</i>	Roquetes (Baix Ebre)				4.300	
<i>La Comarca d'Olot</i>	Olot	3.442		3.448		+0,17
<i>La Proa</i> (quinzenal)	Palamós				3.000	
<i>Diari de Sant Cugat</i>	Sant Cugat del Vallès	2.000	1.790		2.500	+39,66
<i>Osona Comarca</i>	Vic			2.457		
<i>El Pati</i>	Valls		1.750		2.300	+31,42
<i>L'Eco de Sitges</i>	Sitges	2.002		1.879		-6,14
<i>Diari del Baix Penedès</i>	El Vendrell				1.800	
<i>Nova Conca</i>	Montblanc		1.300		1.400	+7,69
<i>Nova Tàrraga</i>	Tàrraga		1.359		1.359	0
<i>Celso</i> Informació	Solsona				1.350	
<i>El Ripollès</i>	Ripoll			1.322		
<i>La Veu de la Segarra</i>	Cervera		1.200		1.200	0
<i>Som Garrigues</i> (quinzenal)	Les Borges Blanques				1.150	
<i>Àncora</i>	Sant Feliu de Guíxols	1.280		1.131		-11,64
<i>Forja</i>	Castellar del Vallès	1.100		1.101		0
<i>Setmanari de Montbui</i>	Caldes de Montbui	877		1.100		+25,42
<i>Crònica de Súria</i>	Súria		800		1.000	+25
<i>Recull</i> (quinzenal)	Blanes		800		800	0
<i>L'Informador</i>	Martorell		800		800	0
<i>El Pregoner d'Urgell</i>	Bellpuig				800	
<i>Torelló</i>	Torelló		690		690	0
<i>Montpeità</i>	Sant Fruitós de Bages		380		380	0

(A) Dades de l'OJD [En línia]: <<http://www.ojd.es>> [Consulta: març de 2007].

(B) Dades de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC) [En línia]: <http://www.premsa-comarcal.com> [Consulta: març de 2007].

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD i l'ACPC.

2.2. L'ACPC fa 25 anys amb més capçaleres i rep la Creu de Sant Jordi

Pel que fa als setmanaris i publicacions quinzenals, integrats majoritàriament a l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC), el panorama és de més diversitat, amb mitjans que pugen significativament la difusió i d'altres que pateixen davallades de diversa magnitud (vegeu la taula 2). Entre els que més pugen tenim *El Vallenc* i el *Setmanari de l'Alt Empordà* (aquest últim ha passat a ser, el febrer de 2005, de Premsa Ibèrica, també propietària del *Diari de Girona* i *Regió 7*, i amb participació a *El 9 Nou*), i encara més el *Diari de Sant Cugat* i *El Pati*, amb pujades per sobre del 30%.

Entre les publicacions que més baixen la seva difusió destaquen *El 3 de Vuit* (que segueix un descens continuat durant els anys 2000), *Àncora* o *L'Eco de Sitges*. Cal destacar la desaparició de *La Marxa*, a més de la nova capçalera *Osona Comarca* (2005), la recuperació de dades de difusió de *La Veu de l'Ebre* i *Més Ebre*, o l'aparició novament de quinzenals integrats a l'ACPC.

Aquesta associació ha estat reconeguda amb la Creu de Sant Jordi 2006, justament l'any en què ha celebrat el seu 25è aniversari. Amb aquest motiu, ha organitzat nombroses activitats, entre les quals destaquen la presentació del Dossier i del *Llibre blanc de la premsa comarcal* (Corbella i Pons, 2006), i diverses trobades per debatre l'ús de les noves tecnologies i la recerca de nous lectors.

2.3. La premsa gratuïta: moltes més capçaleres i tiratges estables

Les capçaleres de distribució gratuïta de proximitat, amb continguts publicitaris i d'informació de serveis, han consolidat i ajustat els seus tiratges, tant les empreses modestes com les associades a algun grup editor de premsa de pagament. El nombre de capçaleres s'ha disparat, com confirma el conjunt que integra l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG)¹ (vegeu la taula 3, de les 39 publicacions amb més difusió). De fet, dins de l'associació s'integren, des de juliol de 2006, dos grups de publicacions: el primer sota les sigles ACPG (amb voluntat explícita de ser escrites majoritàriament en català, amb no menys del 25% del contingut redaccional d'elaboració pròpia i amb control de l'OJD, amb clàssics de la premsa gratuïta com *Claxon*, *El Mercat*, *El Tot* o *Pànxing*) i el segon com a Publicacions Gratuïtes Catalanes (PGC) (amb publicacions amb no menys del 15% de contingut redaccional propi i escrites tant en castellà com en català).

De les 35 publicacions integrades a l'ACPG el 2003, s'ha passat a les més de 80 actuals, tot i que mitja dotzena no poden considerar-se publicacions locals i comarcals sinó d'àmbit català i temàtic. Pel que fa a la periodicitat, 47 són setmanals, 19 mensuals, hi ha una bimensual i només 4 són quinzenals. Cal destacar que hi ha també 4 capçaleres diàries. Les tipologies de la premsa gratuïta segueixen combinant productes únicament publicitaris o comercials amb publicacions que incorporen cada cop més informacions, ja siguin de serveis o d'actualitat política i social dels seus àmbits.

El conjunt de l'ACPG compta entre les seves associades amb quatre publicacions de distribució gratuïta, massiva i d'informació general més que no pas de continguts comercials. Són 20 minutos, Metro directe, ADN (amb dues edicions a Catalunya: Barcelona i Lleida; aquesta última amb una difusió de 13.267 exemplars diaris el 2006, editada per Pàgina Cero Lleida i participada

Les capçaleres de distribució gratuïta de proximitat, amb continguts publicitaris i d'informació de serveis, han consolidat i ajustat els seus tiratges

(1) L'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta, creada l'any 1997, aplega actualment més de 80 publicacions, la majoria de caire comercial i d'abast local i comarcal, tot i que tampoc no hi falten publicacions de distribució gratuïta de caire sectorial. ACPG [En línia]: <<http://www.premsa gratuïta.com>> [Consulta: març de 2007].

La situació dels mitjans
(Informes, estadístiques,
interpretacions)

Taula 3. Premsa gratuïta local i comarcal (2004-2006)

Capçalera	Empresa	Periodicitat	Distribució 2004 ^A	Distribució 2006	Diferència (%)
<i>Aquí</i>	Editorial Baix Camp	Diari		21.821	
<i>Aquí</i>	Aquimas Multimedia	Setmanal	74.935	75.000	=
<i>Bon dia Lleida</i>	Bon dia Lleida	Diari		20.000	
<i>Cafè & Llet</i>	Nou Paper Editors	Setmanal		23.000	
<i>Cap Gros</i>	Cap Gros	Setmanal	32.019	32.000	=
<i>Claxon Garraf-Penedès</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal	29.964	30.000	=
<i>Claxon Manresa</i>	Anuntis Segundamano	Quinzenal	38.797	30.000	-22,7
<i>Claxon Lleida</i>	Anuntis Segundamano	Quinzenal	44.626	48.000	+7,56
<i>Claxon Tarragona</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal	49.005	50.000	+2
<i>Cop d'ull</i> (Sud de Tarragona) (PGC)	Doble Columna	Mensual		25.000	
<i>El Llobregat</i> (L'Hospitalet) (PGC) ^B	CJBNC03	Mensual		20.000	
<i>El Mercat de Sant Boi</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal		28.000	
<i>El Mercat de Terrassa</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal	28.605	28.000	-2,2
<i>El Mercat de Girona</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal	40.233	35.000	-18
<i>El Mercat de Lleida</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal	48.166	48.000	=
<i>El Pregó del Vallès</i>	Editors Revist. Gratuïtes	Setmanal	21.476	22.000	+2,44
<i>El Pregó de Sabadell</i>	Editors Revist. Gratuïtes	Setmanal		25.000	
<i>El Pregó de Terrassa</i>	Editors Revist. Gratuïtes	Setmanal	21.647	22.000	+1,63
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	El Tot Mataró	Setmanal	31.904	32.000	=
<i>El Tot Badalona,</i> <i>Montgat, Tiana</i> (PGC)	Subirats & Subirats Editors	Setmanal		23.000	
<i>Espais-7</i>	Anuntis Segundamano	Setmanal	38.867	40.000	+2,7
<i>Flash</i> (7 edicions) ^C	Dis Flash	Setmanal	148.631	193.305	+30
<i>Freqüència</i>	Taclus	Mensual	30.067	29.000	-3,54
<i>Guiaosona.net</i>	Osona Comarca de Mitjans De Comunicació	Setmanal		30.000	
<i>La Clau</i> (Maresme) (PGC)	La Clau	Setmanal		20.000	
<i>La Fura</i>	Penedès Edicions	Setmanal	25.947	27.226	+4,92
<i>Més Osona</i>	Gratuït El Més! Osona	Setmanal	17.961	18.948	+5,51
<i>No t'ho perdís</i> (Andorra) (PGC)	La Veu del Poble	Setmanal		24.000	
<i>Pànxing Tot Cerdanya</i>	Sinopsis Disseny	Mensual	17.217	18.398	+13,1
<i>Pànxing Tot Selva</i> <i>i Alt Maresme</i>	Sinopsis Disseny	Mensual	30.000	27.117	-12,94
<i>Punt de Venda</i> ^D	Promoc.i distrib. Premsa	Setmanal	107.000	95.798	-10,46
<i>Reclam Osona-Rip.-</i> <i>La Sel.</i> (PGC)	Reclam Publicitari	Setmanal	23.228	23.147	=
<i>Revenda</i> (Girona)	Anuntis Segundamano	Setmanal	58.241	55.000	-5,56
<i>Sabadell Press</i>	Agenpress	Setmanal		25.000	
<i>Terrassa Societat</i>	Ràdio Club 25	Mensual	49.499	50.000	+1
<i>Tot Sant Cugat</i>	Premsa Local Sant Cugat	Setmanal	18.772	20.025	+6,65
<i>Tribuna Maresme</i>	Gram Pres	Setmanal		30.000	
<i>Tribuna Revista del</i> <i>Baix Llobregat</i>	Tribuna Revista del Baix Llobregat	Setmanal		40.000	
<i>Zona Alta de Barcelona</i>	Publicaciones Coher	Quinzenal		33.000	

(A) Distribució de maig de 2003 a abril de 2004.

(B) Les sigles PGC corresponen a Publicacions Gratuïtes Catalanes, agrupació de publicacions integrada a l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG). Les publicacions sense aquestes sigles pertanyen a l'ACPG.

(C) Flash té 7 edicions actualment: Barcelonès Nord (24.293 exemplars), Gironès-Empordà-Costa Brava (26.742), Maresme-Blanes-Lloret (41.388), Vallès Occidental (32.778), Vallès Oriental (21.317), Alt Maresme i la Selva (19.720) i Mataró i Baix Maresme (26.067). L'any 2004 només tenia 5 edicions.

(D) *Punt de Venda* té dues edicions a les comarques de Girona: Alt i Baix Empordà-Garrotxa-Ripollès (46.578 exemplars de tiratge) i Gironès-Pla de l'Estany-La Selva (47.990 exemplars de tiratge). Aquesta última edició pertany ara a Publicacions Gratuïtes Catalanes (PGC).

Font: Elaboració pròpia a partir d'OJD [En línia]: <<http://www.ojd.es>> i d'ACPG [En línia]: <<http://www.premsagratuita.com>> [Consultes: març de 2007]. La Taula només inclou les 39 publicacions amb més difusió.

per una empresa aragonesa associada a Planeta i Grup Segre) i *Què!*, que amb tiratges d'entre 203.000 i 250.000 exemplars, respectivament, s'han consolidat en l'espai Metropolità (i a Lleida, en el cas d'ADN) fent competència als diaris capdavanters a Catalunya².

3. La ràdio local: només ràdio pública?

Montse Bonet

3.1. Estructura de la ràdio local (2006)

La ràdio local catalana en xifres és, el desembre de 2006, força semblant a la que existia el bienni 2003-2004³. El recompte actual donaria el resultat següent, tal com es veu a la taula 4: 240 emissores municipals en FM i 1 en OM (Ràdio Sabadell-COMRàdio). Podríem afegir al voltant d'un centenar d'emissores de signe divers (associatives, culturals, pirates). COMRàdio té 108 emissores consorciades i la Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya en té 96 d'associades (107 i 82 el 2005, respectivament). El Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç ha donat per bones, els anys 2005 i 2006, les peticions de reserva provisional de freqüències per a emissores municipals als ajuntaments de la Fatarella, Almacelles, Cabanes, els Hostalets de Pierola, Maçanet de la Selva, Palafolls, Roda de Berà, Alcover, Monistrol de Montserrat, Cunit, Mont-roig del Camp, Sant Adrià de Besòs, Sant Pere de Riudebitlles i Saus. Seran, doncs, 14 emissores municipals més en el temps, quan comencin a funcionar.

Taula 4. Nombre de freqüències de ràdio local a Catalunya (2006)

Emissores	OM	FM	Totals
Municipals	1 (COM) ^A	240	241
Altres		100	100

(A) Som conscients que no és gaire ortodox posar una OM a l'apartat de municipals però: a) quant a cobertura, Ràdio Sabadell va néixer local; b) com a programació, COMRàdio és una programació feta, teòricament, amb un tall municipalista.

Font: Elaboració pròpia a partir dels capítols "La ràdio" i "La comunicació local" de l'Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004, emissores localitzades a Guia de la Radio [En línia]: <<http://www.guiadelaradio.com>>; COMEmissores [En línia]: <<http://www.comemissores.com>>; Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya [En línia]: <<http://www.fedcatradio.org>>; Direcció General de Mitjans Audiovisuals [En línia]: <<http://www.gencat.es/dgrtv>> [Consultes: novembre i desembre de 2006].

El que ara està per veure és com es repartiran les freqüències del Pla Tècnic Nacional⁴ assignades a Catalunya que, en un principi, n'adjudicava 105 al sector privat però ja en el seu article 14.3 preveu que les comunitats autònomes puguin acordar excepcionalment destinar algunes de les emissores marcades a l'annex amb [EX] per a la seva gestió per les corporacions locals o altres ens de titularitat pública. El Ministeri d'Indústria, Turisme y Comerç justifica aquest article afirmant que simplement es reconeix i es reforça la competència que les comunitats autònomes tenen reconegudes legalment en matèria de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència⁵. La Resolució PRE/3315/2006, de 17 d'octubre, de Presidència de la Generalitat de Catalunya (DOGC 4745, de 23 d'octubre de 2006), acordava destinar 22 de les

COMRàdio té 108 emissores consorciades i la Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya en té 96 d'associades

(2) Dades de l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta [En línia]: <<http://www.premssagratuita.com>> i de l'Estudi General de Mitjans [En línia]: <<http://www.aimc.es>> [Consultes: març de 2007].

(3) Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004.

(4) Reial Decret 964/2006, d'1 de setembre, pel qual s'aprova el Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en Ones Mètriques amb Modulació de Freqüència (BOE 223, de 18 de setembre de 2006).

(5) Rosario Pérez Pascual, Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. Comunicació personal, 10 d'abril de 2007.

La situació dels mitjans
(Informes, estadístiques,
interpretacions)

105 freqüències del Pla Tècnic a aquest ús, fent valer l'excepcionalitat esmentada (tot i que sense especificar-la). L'Associació Catalana de Ràdio va impugnar aquesta decisió al·legant que no existeix cap situació d'excepcionalitat que la justifiqui. Malgrat que la resolució no esmenta cap nom, les freqüències eren per a COMRàdio⁶.

Tal com s'ha anat estructurant la ràdio a Catalunya (Bonet, 1998 i 2004)⁷, podem afirmar que la ràdio local, en la seva accepció primigènia (bàsicament una ràdio que emet i treballa només per a la població que abasta la seva potència d'emissió, tenint en compte les particularitats del territori i la seva gent), està quedant reduïda pràcticament al sector públic. Només 3 freqüències privades d'un total de 94 no formen part de cap cadena autonòmica o estatal: Ràdio Aran, Segre Ràdio i Ràdio Marina. Fins al desembre de 2006 hi hauríem inclòs Ràdio Club 25 però Blas Herrero, propietari de Kiss FM, la va comprar aquell mes juntament amb Ràdio Terrassa⁸. Per això, cada cop més, el terme "local" en ràdio fa referència o bé al temps de desconexió programàtica de la cadena o bé a la ràdio municipal o associativa, cultural o de barri.

3.2. Ràdio local, xarxes i noves tecnologies

El bienni 2005-2006 s'han consolidat dues grans tendències:

- El creixement de xarxes o associacions de tota mena. Les càrregues financeres dels drets d'autor, les del personal o les inversions en noves tecnologies, entre d'altres, són motius que recomanen unir forces. Les associacions, a més, ofereixen serveis de suport a moltes emissores que, per si soles, molt probablement no podrien fer front a molts dubtes i reptes que plantegen els nous temps. Són, també, associacions que formen part de grups comunicatius públics d'àmbit local: el Consorci Local i Comarcal de Comunicació en el cas de la Federació; el Consorci de Comunicació Local en el cas de COMRàdio. Es tracta de consorcis amb un desplegament empresarial multimèdia força semblant al dels grups privats però centrats, en aquest cas, en l'àmbit local públic (un dels fets que avalarien la nostra tesi que la ràdio local està quedant reduïda al sector públic). Unir esforços és també el que el mes de juny de 2005 van fer les emissores municipals d'Alfarràs, Alguaire, Almenar i Rosselló, amb la creació d'E-mun Terres de Ponent⁹. Un darrer exemple, entre d'altres, és Okupem les ones. Assemblea per la comunicació social (ACS), que com dèiem a l'informe anterior és una plataforma nascuda el 2003 i formada a hores d'ara per unes 150 associacions (de tota mena), que reclama la inclusió a l'agenda política d'un tercer sector audiovisual format pels mitjans "comunitaris sense ànim de lucre"; durant el procés d'elaboració de la Llei de l'audiovisual va intentar influir en el seu redactat tot i que amb poca fortuna¹⁰.

- L'interès creixent de l'àmbit local radiofònic per Internet, els mòbils i d'altres suports d'àudio, és a dir, per les noves tecnologies. Així va quedar palès, entre d'altres actes, al seminari La Ràdio Local en l'Entorn Multimèdia, celebrat l'1 de juliol de 2006 a Castellar del Vallès¹¹, o a les conclusions del III Congrés de Ràdio Municipal, celebrat a Barcelona els dies 10 i 11 de novembre de 2006. Concretament, a més d'impulsar la redacció d'un *Llibre blanc de la ràdio local pública*, es parlava d'universalitzar la ràdio municipal a través d'Internet (*Antena Local*, núm. 51, pàg. 6-12).

(6) Eugeni Sallent, president de l'Associació Catalana de Ràdio. Comunicació personal, 11 d'abril de 2007.

(7) Vegeu, també, el capítol "La ràdio" de *Informe de la Comunicació a Catalunya 2003-2004*.

(8) Font: InfoTerrassa [En línia]: <<http://www.infoterrassa.com>> i Guia de la Radio en España [En línia]: <<http://www.guiadelaradio.com/463/463.html>> [Consulta: gener de 2007].

(9) Font: Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya [En línia]: "Quatre emissores de les Terres de Ponent uneixen esforços". <<http://www.fedcatradio.org/pub/redaccio/noticia.asp?id=558&seccio=noticies>> [Consulta: gener de 2007].

(10) Font: Okupem les ones. Assemblea per la comunicació social [En línia]: "Què ha fet l'ACS en relació al TSA?". <<http://www.okupemlesones.org/TSA/quehemfet.php>> [Consulta: febrer de 2007].

(11) Font: Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya [En línia]: "Els reptes de la ràdio en l'entorn multi mèdia a debat". <<http://www.fedcatradio.org/pub/cat/noticies/index.html>> [Consulta: febrer de 2007].

3.3. Reptes i estratègies de futur

Repassem ara el context en què es mou la ràdio local (sigui del caire que sigui), des de 2004 i amb projecció de futur, perquè així n'entendrem millor els canvis. Destacaríem els aspectes següents com a més rellevants d'un entorn que es configura a partir de la mescla de més de 80 anys d'existència i de nous reptes:

- En el model analògic, el repartiment de més freqüències (caldrà fer-ne el seguiment per veure si es consolida la tendència dels darrers anys a fer créixer o no les cadenes). Des de la recuperació de la democràcia, Catalunya ha anat configurant una estructura radiofònica basada en tres models, que té diverses equivalències amb els també diversos àmbits polítics de representació: estatal, autonòmic i municipal. I, a més, fa deu anys s'hi va afegir un quart model, COMRàdio, que té correspondència amb una institució pública sense competència en matèria de radiodifusió i que aprofita la municipalitat però combinada amb la cobertura autonòmica (no en la seva totalitat), elaborant producció de ràdio com un servei més entre d'altres que ofereix als municipis. Només quedarien sense certa autoritat radiodifusora els consells comarcals, i ja se n'ha fet alguna petició al respecte¹². Malgrat que en l'àmbit analògic no està reconegut legalment, l'espai comarcal ja té representació gràcies a Ràdio Solsona, que l'estiu de 2005 va posar en marxa un informatiu comarcal per al Solsonès (*Antena Local*, juliol-agost de 2005, pàg. 20). En la línia d'esdevenir centres de producció i generadores de continguts s'han mogut emissores com Ràdio Sant Cugat, que el maig de 2006 va crear una productora multimèdia (*Antena Local*, abril-maig de 2006, pàg. 19), o l'empresa que gestiona la ràdio i la televisió públiques de Terrassa, que el maig de 2005 va crear un portal de notícies que també ha de servir per alimentar les redaccions dels dos mitjans¹³.

- En l'àmbit digital, un DAB aturat sense que s'haguessin repartit les freqüències de la Banda L on estarien, entre d'altres, les emissores municipals. El desembre de 2006, i malgrat l'aparició i els avenços del nou estàndard DRM, podem afirmar que l'única ràdio digital que funciona amb un mínim de garanties, continuïtat i audiència és la ràdio per Internet¹⁴.

- Una Llei de l'audiovisual que, certament, parla de radiodifusió (ràdio i televisió), però de forma genèrica, i que dedica més espai a la televisió que a la ràdio. El que sí preveu aquesta llei catalana en el seu capítol VII és l'existència legal d'emissores culturals, associatives, sense ànim de lucre, fins ara en funcionament sota l'alegalitat. En canvi, el darrer Pla Tècnic Nacional les ha menystingudes i no les preveu en el repartiment de freqüències. Al 3r Congrés de la Ràdio a Catalunya, celebrat a Barcelona els dies 12 i 13 de maig de 2006, el president del CAC, Josep M. Carbonell, es va comprometre a revisar-ne l'article 108, sobre les regles especials de publicitat i patrocini a la ràdio. La modificació, acceptada per tots els partits, estaria en la línia no pas de suprimir-lo sinó de parlar de "ràdio pública" i no de ràdio en genèric¹⁵.

- Les exigències del CAC quant a drets d'autor. En més d'una ocasió (la darrera, durant la celebració a Amposta, el 30 de novembre de 2006, de les II Jornades de Televisions i Ràdios Públiques de Catalunya) s'ha demanat una rebaixa de les exigències en el cobrament de drets d'autor, tenint en compte els pressupostos que tenen la major part d'emissores municipals, ja que suposa una despesa que no totes poden suportar d'igual manera.

El desembre de 2006 podem afirmar que l'única ràdio digital que funciona amb un mínim de garanties, continuïtat i audiència és la ràdio per Internet

(12) Vegeu el capítol "La comunicació local" de *l'Informe de la comunicació a Catalunya 2000-2001*.

(13) Font: Comunicacio21.com [En línia]: "L'empresa gestora de la ràdio i la televisió de Terrassa crea un portal de notícies". <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=789> [Consulta: gener de 2007].

(14) Hi incloem tècniques o variants com la reproducció en temps real (streaming) i el podcasting, i no comptem els serveis de ràdio oferts per diverses plataformes televisives de pagament.

(15) Eugeni Sallent, president de l'Associació Catalana de Ràdio. Comunicació personal, 11 d'abril de 2007.

En televisió, el bienni està protagonitzat per les concessions de TDT local

4. La televisió local: un mitjà de comunicació en transició

Josep Àngel Guimerà i Orts

El bienni 2005-2006 està protagonitzat per la resolució de la Generalitat de Catalunya dels processos d'atorgament de concessions de televisió digital terrestre local (TDT-L). En el mateix moment en què se celebrava el 25è aniversari de les primeres emissions de la pionera RTV Cardedeu el 1980, el sector aconseguia el ple reconeixement legal i iniciava efectivament el trànsit a la TDT. Mentrestant, encara es mantenen en funcionament tot un seguit d'emissores analògiques. D'aquesta manera, la televisió local (TVL) catalana es troba en un període de transició, a mig camí entre l'encesa digital i l'apagada analògica, que l'ha de dur al major canvi dels seus vint anys d'història.

4.1. Marc legal: canvis a l'estatal i fixació del català¹⁶

Com entre 2002 i 2004¹⁷, l'any 2005 es van continuar produint novetats en el marc legal de la televisió local a nivell estatal i nacional.

D'una banda, el Govern espanyol va modificar la Llei 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres a través de la Llei 10/2005, de 14 de juny, de mesures urgents per a l'impuls de la televisió digital terrestre, de la liberalització de la televisió per cable i de foment del pluralisme (BOE 142, de 15 de juny de 2005).

Sobre la base de les demarcacions establertes el 2004¹⁸, la llei fixa que a cada múltiplex (MUX) es reserva un mínim d'un programa¹⁹ per ser gestionat conjuntament pels ajuntaments inclosos en cada demarcació, i que les comunitats autònomes en poden assignar un segon. Així mateix, estableix el procediment a seguir en la concessió dels programes públics. També obre les portes a la inclusió de nous municipis en les demarcacions i anuncia la planificació de tots quan cessin les emissions analògiques.

Pel que fa a les TVL en funcionament que no aconseguissin concessió digital havien de tancar a tot estirar el juny de 2006. Les que l'haguessin obtinguda podien continuar emetent en analògic fins el 2008. Al seu torn, amplia de 5 a 10 anys la durada de la concessió. Finalment, estableix que les comunitats autònomes podran considerar l'"experiència demostrada en televisió local de proximitat" en els concursos de concessió.

A finals del mateix any, el Parlament aprovava la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual a Catalunya (DOGC 4543, de 3 de gener de 2006). A l'article 1 defineix la televisió local o de proximitat com un mitjà amb cobertura inferior al Principat que emet una programació dirigida a satisfer les necessitats de les comunitats locals compreses en la demarcació on opera. Pel que fa als continguts, pedra angular de la definició, estableix que serà el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) qui fixarà els percentatges de producció pròpia i de programació sindicada, mentre que fixa en un màxim del 25% el temps d'emissió que poden emetre en cadena. Tot plegat, calculat sobre una programació mínima de 4 hores diàries i 32 setmanals.

En el cas de les emissores municipals, dins del capítol sobre el servei públic audiovisual a Catalunya, estableix la forma de gestió de les emissores, les vies de finançament i la natura dels organismes que les han d'explotar. Així mateix, fixa que els ajuntaments dels municipis no planificats poden incorporar-se als consorcis que gestionaran les televisions públiques, avançant-se al que estableix la Llei 10/2005.

(16) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "Les polítiques de comunicació".

(17) Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*.

(18) El marc legal dissenyat entre 2002 i 2004 organitzava la TVL en demarcacions, que a Catalunya eren de base comarcal i, algunes, supracomarcs. Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*.

(19) Amb la TDT, cadascun dels tradicionalment denominats canals analògics permet l'emissió de quatre de digitals més serveis addicionals. Cadascun d'aquests quatre passa a dir-se programa mentre que el conjunt s'anomena canal múltiple o múltiplex (MUX). Font: Fórum de la TDT a Catalunya [En línia]: "Glossari". <<http://www.tdtcat.net/tdcat/AppPHP/cat/glossari.php>> [Consulta: abril de 2007].

Taula 5. Demarcacions, múltiples i titularitat dels programes de TDT (2005)

Demarcació	Comarques	Programes públics	Programes privats
Barcelona	Barcelonès	4	4
Cornellà de Llobregat	Baix Llobregat	4	4
Sabadell	Vallès Occidental	3	5
Granollers	Vallès Oriental	2	2
Mataró	Maresme	2	2
Vilanova i la Geltrú	Alt Penedès, Baix Penedès, Garraf	2	2
Manresa	Bages, Berguedà, Solsonès	1	3
Vic	Osona	1	3
Igualada	Anoia	1	3
Girona	Gironès, Pla de l'Estany	2	2
Blanes	Selva	2	2
Palafrugell	Baix Empordà	1	3
Figueres	Alt Empordà	1	3
Olot	Garrotxa, Ripollès	2	2
Tarragona	Alt Camp, Conca de Barberà, Tarragonès	1	3
Reus	Baix Camp, Priorat	2	2
Tortosa	Baix Ebre, Montsià, Terra Alta, Ribera d'Ebre	1	3
Lleida	Segrià	1	3
Balaguer	Garrigues, Noguera, Pla d'Urgell, Segarra, Urgell	2	2
La Seu d'Urgell	Alta Ribagorça, Alt Urgell, Cerdanya, Pallars Jussà, Pallars Sobirà	1	3
Vielha i Mijaran	Vall d'Aran	1	3

Font: Elaboració pròpia a partir de la Resolució PRE/2804/2005 i de l'anunci de licitació del concurs públic per a l'adjudicació de diferents concessions del servei públic de televisió digital local (DOGC 4509, de 14 de novembre de 2005).

4.2. El procés d'atorgament de concessions: un model de TDT-L per Catalunya

La tardor de 2005, la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals del Govern (DGMSDA), dirigida llavors per Santiago Ramentol (ERC), va posar en marxa el procés d'atorgament de les concessions de TDT-L als operadors públics²⁰ i privats²¹. El CAC hi desenvolupava un paper clau, ja que havia de donar el vistiplau als plecs i donava les puntuacions en base a les quals el Govern atorgaria les concessions²².

El Pla Tècnic Nacional de Freqüències de la Televisió Digital Local aprovat el 2004 havia atorgat a Catalunya 24 múltiples repartits en 21 demarcacions, el que dona 96 programes de TDT-L. El Govern en reserva 37 per a la iniciativa pública, i 59 es treuen a concurs per a la privada (vegeu la taula 5), d'acord amb les peticions rebudes dels ajuntaments planificats i les TVL públiques autoritzades a cada demarcació.

Per regir el procés de concessions, la DGMSDA va elaborar uns plecs de clàusules, avalats pel CAC, que defineixen per a Catalunya un model de "televisió digital terrestre de caràcter local i de proximitat"²³; està vinculada al territori, amb infraestructures i capacitat de producció en la seva demarcació; promou l'accés i la participació de la ciutadania; dona impuls a la indústria audiovisual local, i dedica la major part del temps d'emissió a continguts relacionats amb l'àmbit de cobertura.

(20) Resolució PRE/2804/2005, de 27 de setembre, per la qual es dona publicitat a l'Acord del Govern de 20 de setembre de 2005, pel qual s'estableix el procediment de concessió de programes de televisió digital local als municipis de Catalunya inclosos en les demarcacions que estableix el Pla Tècnic Nacional vigent de la televisió digital local i el règim jurídic d'aquestes (DOGC 4482, de 4 d'octubre de 2005).

(21) Anunci de licitació del concurs públic per a l'adjudicació de diferents concessions del servei públic de televisió digital local (DOGC 4509, de 14 de novembre de 2005).

(22) Aquest concurs és el primer de l'Estat en què un organisme independent, i no un govern, elabora la prelicitació de guanyadors. Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "Les polítiques de comunicació".

(23) Els plecs s'elaboren mentre es redacta la Llei 22/2005. En aquest sentit, recullen el que apunta la llei, que en tot cas eleva el rang normatiu d'alguns dels elements que inclouen.

L'atorgament de les concessions de TDT-L dibuixa un nou mapa de la TVL que té poc a veure amb l'analògic configurat des dels anys vuitanta

En el plec de les televisions públiques ja les defineix com a mitjans de proximitat, i els elements que delimiten el model formen part del règim d'obligacions dels concessionaris. En el cas de les privades, el plec marca clarament que aquest és el tipus volgut. El règim d'obligacions estableix que han de tenir infraestructures de producció a la demarcació on es vol emetre o a la contigua; han d'emetre un mínim de 4 hores diàries i 32 setmanals de programació original centrada en la demarcació, i no poden emetre en cadena.

Pel que fa a les puntuacions en el concurs, es valoraran, fins a un total de 1.000 punts, la proposta tecnològica (fins a 200 punts), l'econòmica (fins a 250) i la memòria descriptiva (fins a 550), que conté la part relativa als continguts i és determinant. Els sol·licitants poden aconseguir fins a 110 punts si avalen experiència en la gestió de televisió de proximitat a la demarcació on es presenten. A més, s'atorguen fins a 90 punts per fer programació arrelada al territori.

Tal com reconeixia el CAC, el concurs aspira a articular una TDT-L vinculada al territori, facilitar el pas dels operadors analògics que estaven fent televisió de proximitat i permetre la creació de grups audiovisuals catalans. Ramentol afirmava que el Govern volia facilitar la migració de les emissores més arrelades i frenar l'entrada dels grups estatals (*Antena Local*, núm. 42, pàg. 10; i núm. 44, pàg. 7).

Davant d'aquest model, alguns operadors van fer diversos moviments tàctics abans de presentar-se al concurs. D'una banda, Vocento va adquirir a principis de 2005 l'empresa que gestionava Flaix TV a Barcelona i va posar en marxa urBe TV. L'operació buscava aconseguir presentar-se al concurs com una emissora amb experiència en "televisió local de proximitat"²⁴.

D'altra banda, a mitjans de 2005 un grup de 13 TVL privades catalanes i una de les Illes Balears creen Canal Català TV (CCTV)²⁵, una productora que facilita continguts a les associades per ajudar-les a ser competitives a la TDT (*Antena Local*, octubre-novembre de 2005, pàg. 14). CCTV respecta la programació de les associades, que han de produir "televisió local de proximitat de qualitat", i es presenta com l'alternativa als grups espanyols²⁶.

4.3. L'atorgament de concessions: la nova televisió local catalana

L'atorgament de les concessions de TDT-L es va fer al llarg de la primavera²⁷ i l'estiu²⁸ de 2006. El resultat és un nou mapa de la televisió local que té poc a veure amb l'analògic que s'havia anat configurant des dels primers anys vuitanta, tant en el sector públic com en el privat (Guimerà, 2006).

4.3.1. Reordenació en profunditat del sector públic

El Govern va atorgar 4 dels 37 programes públics a quatre ajuntaments per explotar-los en solitari: Reus, Badalona, l'Hospitalet de Llobregat i Barcelona. Les 50 TVL municipals restants en funcionament el 2006 s'han d'encabir en algun dels 33 programes atorgats a grups d'ajuntaments.

La demarcació on hi ha més TVL públiques en funcionament és Tortosa, amb 7, encara que hi ha programes de les demarcacions Reus, Vilanova i la Geltrú i Granollers que inclouen quatre ajuntaments amb emissora en marxa (Guimerà i Sanmartín, 2007: 28). Així mateix, hi ha 6 demarcacions on no hi ha cap televisió municipal analògica en funcionament, de manera que la TDT-L pot comportar l'aparició d'una oferta pública inèdita en aquests territoris. El

(24) Font: Comunicacio21.com [En línia]: "Estem convençuts que el nostre és un projecte guanyador". <<http://www.comunicacio21.com/entrevista.asp?id=4608>> Consulta: abril de 2007.

(25) Les televisions fundadores de Canal Català TV són: Canal 50 Barcelona, ETV Llobregat (Esplugues de Llobregat), Més TV Tarragona, Maresme TV, Canal 50 Vallès (Sabadell), TV Caldes (Caldes de Montbui), TLB (Manresa), TV Osona, Masquefa TV, TV Costa Brava (Castell - Platja d'Aro), Canal 21 Roquetes, Canal 4 Berga, TV Banyoles i Canal 4 (Illes Balears) (*Antena Local*, octubre-novembre de 2005, pàg. 14). Abans d'acabar l'any s'hi afegeix TV Lloret i a primers de 2006 TV Reus. CCTV [En línia] <<http://www.canalcatala.com/canalcatala/entrada.html>> [Consulta: abril de 2007].

(26) Pedrazzoli, Nicola [en línia]: "Canal Català, l'aposta de les televisions locals privades del nostre país". <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte01765> [Consulta: gener de 2006].

(27) Resolució PRE/1446/2006, de 9 de maig, per la qual es dóna publicitat als acords de la Comissió de Govern de Política Institucional pels quals s'atorga la concessió per a la prestació de servei de televisió digital local als municipis de Catalunya inclosos en les demarcacions territorials (DOGC 4634, de 16 de maig de 2006).

(28) El 18 de juliol de 2006 el Govern va aprovar la concessió de tots els programes que s'havien tret a concurs per a la iniciativa privada (DOGC 4706, de 28 d'agost de 2006).

desembre de 2006 la constitució dels consorcis està estancada: solament n'hi ha 5 dels 33 en marxa, quan el marc legal marcava que el setembre de 2006 havien d'estar tots creats.

4.3.2. Un nou sector privat

La convocatòria del concurs de televisió privada va atreure 128 ofertes presentades per 77 empreses o associacions, de les quals 15 s'han presentat a més d'una demarcació. De les 59 concessions possibles se'n van atorgar 56 i 3 programes es van declarar deserts.

La resolució ha donat lloc a una reordenació del sector, fins al punt que s'ha de parlar d'una nova TVL privada. Primer, perquè de les 70 privades i mixtes que emetien per ones el 2004 s'ha passat a 56 privades. Després, perquè 31 d'aquelles no han aconseguit concessions: 19 no es van presentar, 3 les van excloure del concurs i 9 no van guanyar. Al mateix temps, ha permès l'aparició de 10 noves televisions, 3 a mans d'editors de premsa comarcal sense presència prèvia al sector i 7 a compte d'operadors amb presència en el sector i que han obtingut concessions a demarcacions on no emetien en analògic.

Entre els operadors que no es presenten n'hi ha de diversa natura. La pionera RTV Cardedeu ha decidit no concursar perquè no vol fer el salt a la televisió comarcal, ja que desvirtua el model que defensa (*Avui*, 19-01-2006, pàg. 56). Hi ha set emissores més de perfil molt local i amateur amb anys de funcionament que no han demanat concessions. Tampoc s'hi ha presentat Citytv/Td8/8tv (Grupo Godó), que ja accedeix a la TDT a través d'una concessió autonòmica²⁹, ni les tres TVL a mans de Mediapro i TBF Assessorament (de Tatxo Benet) i que utilitza 8tv per emetre fora de Barcelona (Guimerà, 2006).

Les principals beneficiades del concurs han estat les associades a CCTV, que han aconseguit 16 de les 17 concessions a què optaven. Les dues empreses més grans d'aquest grup també han obtingut bons resultats, ja que totes les televisions vinculades directament o indirecta a Vallès Serveis de Televisió (matriu de la històrica Canal 50 Sabadell) i a Grup 100% Comunicació han obtingut les concessions demanades.

També sobresurten els operadors que han aconseguit tres o més concessions, tots ells actors que han entrat en el sector els anys dos mil (vegeu la taula 6). Pel que fa als altres operadors que han aconseguit més d'una concessió es barregen actors locals i nacionals que han entrat fa poc al sector (Taelus, Estrader Nadal) amb d'altres d'històrics, com Produccions Alt Empordà (Canal Nord TV). Finalment, entre els propietaris d'una sola concessió es barregen grans grups espanyols i catalans (Vocento, Planeta), editors de premsa comarcal nous (EBE Imatge i Comunicació), televisions nascudes els anys dos mil (Mola TV) i d'altres d'històriques, algunes amb dècades d'emissions (TV Mataró, Televisió Sant Cugat).

Considerat en conjunt, el resultat mostra tres trets fonamentals. El primer, l'escassa presència de grans grups espanyols: els tres presents concentren poc més del 10% de les concessions. De tota manera, Vocento i Prisa les han obtingudes a l'àrea de Barcelona. Això va provocar el vot particular del llavors conseller del CAC Joan Manuel Tresserras, que va mostrar la seva disconformitat que, a la zona més poblada del país, s'afavorissin empreses d'abast espanyol sobre actors més arrelats al territori³⁰.

El segon, l'elevat grau de concentració empresarial. Com es pot veure a la taula 6, solament 11 concessionaris no tenen vincles amb altres operadors.

La pionera RTV Cardedeu ha decidit no concursar perquè no vol fer el salt a la televisió comarcal, ja que desvirtua el model que defensa

(29) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "La televisió".

(30) CAC [En línia] (2006): "Informe en relació amb l'oferta tècnica continguda al sobre B presentada pels licitadors en el procés d'adjudicació de la concessió en règim de gestió indirecta per particulars per a l'explotació del servei públic de televisió digital local (expedient 11/A/2006) emès d'acord amb el que disposa la lletra c de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (LCAC)". Barcelona: CAC. <<http://www.audiovisualcat.net/recerca/informeTDT21-06-06.pdf>> [Consulta: abril de 2007].

La situació dels mitjans
(Informes, estadístiques,
interpretacions)

Taula 6. Resultats del concurs de TDT-L de Catalunya

Concessions: 56	
Adjudicataris amb 2 concessions o més	
(Concessions: 14)	Prensa Leridana (Grup Segre): 4 Collserola Audiovisual (Prisa/Localia): 3 Justo Molinero Calero (Grup TeleTaxi): 3 Produccions Alt Empordà: 2 Cat 4 TV (Antoni Llorens, Lauren Films): 2
Adjudicataris amb 2 concessions i vinculació amb un tercer adjudicatari (Concessions: 6)	Televisió Comtal (Grup Estrader Nadal): 2 Amb participació a: Televisió Sense Fronteres Taelus (Grup Taelus de Comunicació): 2 Amb participació a: Productora d'Emissions de Ràdio
Adjudicataris amb 1 concessió i vinculació amb altres concessionaris (Concessions: 18)	Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió: 1 Amb participació a: Lleida Televisió Editorial Prensa Ibérica: Diari de Girona: 1 Amb participació a: Mitjans Audiovisuals d'Osona Televisió de Manresa Gibson Time (Onda Rambla/Luis del Olmo): 1 Amb participació a: IG Media Vallès Serveis de Televisió: 1 Amb participació a: Canal Català ^A UTE Masquefa Televisió i Vallès Serveis de Televisió Smile Advertising
Adjudicataris amb 1 concessió i sense participació accionarial en cap altre concessionari (Concessions: 12)	Televisió de Roses Televisió del Ripollès Olot Televisió Televisió de Girona Mola TV Televisió Sant Cugat Publi 20 Uniprex Televisió Digital Terrestre Catalana (Planeta) Avista Televisió de Barcelona (Vocento) Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró Iniciatives de Televisió EBE Imatge i Comunicació (<i>La Veu de l'Ebre</i> ; <i>Imagina Ràdio</i>)
Adjudicataris amb 1 concessió i vinculació empresarial a una mateixa societat (Concessions: 6)	Canal Català ^A Produccions de la Llum Ràdio i Televisió de Manresa UTE Associació Amics de Mare Nostrum Televisió i Tarraco Visió Canal 21 Ebre Tortosa Televisió Participats per: Grup 100% Comunicació ^B

(A) Canal Català obté directament una sola concessió i està participada per altres adjudicataris.

(B) Grup 100% Comunicació no és adjudicatari directe de cap concessió, però té participació a diversos concessionaris.

Font: Corominas, Bonet, Fernández, Guimerà, Sanmartín i Blasco (en premsa).

D'aquests, encara 4 formen part d'empreses amb interessos en altres sectors de la comunicació. Finalment, la TDT-L ha comportat la desaparició de les iniciatives més locals i de tall més popular. Algunes no han volgut concursar perquè entenen que no se'ls permet aplicar el model localista que volen desenvolupar. D'altres, perquè no han pogut fer front a les exigències econòmiques i industrials que imposa el model, que així apareix com excloent. De fet, han passat a la TDT-L les televisions més ben dotades i ambicioses (comunicativament i econòmica) del l'era analògica.

La posada en marxa de les televisions privades també es troba estancada. La raó és la manca de creació de consorcis públics. Com que en 23 dels 24 múltiples que té assignats Catalunya han de conviure operadors públics i privats, l'elecció de l'empresa de telecomunicacions que ha de transportar el senyal s'ha d'escollir per concurs públic, ja que les administracions no poden escollir directament un prestador de serveis. Així, mentre no es creïn els consorcis no es podrà convocar aquest concurs ni començar a emetre.

4.4. Els dubtes sobre la viabilitat del sector

Un cop resolt el concurs i coneguts els concessionaris, han sorgit dubtes sobre la viabilitat del conjunt del sistema de la TDT-L. Els motius són fonamentalment dos.

D'una banda, els costos de transmissió del senyal, que augmenten considerablement en algunes zones respecte als preus d'emissió en analògic (Guimerà, 2006: 257-258). D'altra banda, els elevats costos de producció que es calculen per poder disposar de 4 hores diàries i 32 setmanals de programació original de proximitat. El sector ja s'ha adreçat al CAC i al Govern per expressar aquests dubtes, que els van recollir amb l'ànim de "dialogar amb el sector"³¹. Fins i tot els mateixos responsables han expressat el seu temor que tot el sistema de TDT-L s'ensorri.

En aquesta línia, les administracions públiques ja han impulsat algunes iniciatives per tractar d'ajudar les TVL a la migració a la TDT-L. La Xarxa de Televisions Locals (XTVL), el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC) i el consorci Localret han posat en marxa TDCom, un organisme que vol negociar amb Abertis Telecom (operador dominant de telecomunicacions al Principat) i el Govern de la Generalitat per baixar els preus de transmissió del senyal i, eventualment, convertir-se en operador de telecomunicacions (Guimerà, 2006: 258). Així mateix, des de 2005 el Govern de la Generalitat ha obert els seus ajuts a mitjans de comunicació a les TVL catalanes. L'any 2005 es van destinar 1,65 milions d'euros a aquestes emissores i les entitats que les agrupen, mentre que el 2006 s'hi van atorgar 1,54 milions.

Un cop resolt el concurs i coneguts els concessionaris, han sorgit dubtes sobre la viabilitat de la TDT-L

Les administracions públiques ja han impulsat algunes iniciatives per tractar d'ajudar les TVL a la migració a la TDT-L

(31) Font: Mercat Audiovisual de Catalunya [En línia] (2006): "Primera trobada de concessionaris de la TDT-L i l'administració". <http://www.audiovisualmac.com/trobada_jornada.php?opcion=4&idioma=> [Consulta: abril de 2007].

La situació dels mitjans
(Informes, estadístiques,
interpretacions)

Taula 7. Distribució de les TVL per comarques i demarcacions provincials (1999-2006)

Comarca	TVL 1999	TVL 2002	TVL 2004	TVL 2006
Demarcació de Barcelona	60	66	81	77
Alt Penedès	3	3	3	3
Anoia	6	7	6	7
Bages	9	7	7	6
Baix Llobregat	7	8	9	9
Barcelonès	3	7	15	17
Berguedà	4	5	5	5
Garraf	4	4	4	2
Maresme	8	6	7	7
Osona	2	4	5	4
Vallès Occidental	6	6	9	8
Vallès Oriental	8	9	11	9
Demarcació de Lleida	2	4	6	7
Alt Urgell	0	0	1	1
Segrià	2	3	4	5
Solsonès	0	1	1	1
Demarcació de Tarragona	21	22	23	22
Baix Camp	4	5	5	6
Baix Ebre	4	3	3	3
Baix Penedès	1	1	1	1
Montsià	6	5	5	4
Priorat	1	1	1	1
Ribera d'Ebre	4	5	6	5
Tarragonès	1	1	1	1
Terra Alta	0	1	1	1
Demarcació de Girona	17	16	18	17
Alt Empordà	5	3	3	3
Baix Empordà	3	3	3	3
Garrotxa	1	1	1	1
Gironès	2	2	2	2
Pla de l'Estany	1	1	2	2
Ripollès	2	2	2	2
Selva	3	4	5	4
Total	100	108	128	123

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la llista de televisions locals de l'OCL.

4.5. Estructura de la TVL analògica: un sector a les portes de la desaparició

Mentre la TDT-L va prenent forma lentament, el 2006 continua funcionant la major part del sector analògic que emetia el 2004. Després d'anys de creixements continuats i reestructuracions amb abundants altes i baixes, el bienni 2005-2006 és el que presenta menys canvis de tots els anys dos mil³².

El desembre de 2006 emetien a Catalunya 123 TVL analògiques (115 per ones i 8 per xarxes locals de televisió per cable). Encara que lleugera, aquesta davallada respecte a les 128 de 2004 suposa un canvi clar de tendència amb relació a les pujades continuades del sexenni previ (vegeu la taula 7). Pel que

(32) Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002 i de l'Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004.

(33) Les altres tres privades, Solidaria TV (de contingut religiós), Telemagik (sobretot de futurologia) i La Tele (impulsada per l'Assemblea de Comunicació Social a Barcelona), totes tres amb seu a Barcelona, no s'han presentat al concurs de TDT.

fa a la titularitat, 67 eren privades (54,84% del total), 54 municipals (43,55%) i 2 mixtes (1,61%).

Aquests anys han nascut vuit televisions analògiques noves, dues de municipals i sis de privades. En el cas de les municipals (Conca TV i TV Cambrils) i tres de les privades (La Manyana TV -Lleida-, Telèfonia Local i Canal Latino) ho fan pensant en clau de TDT³³: les dues públiques per inserir-se al consorci que ha de néixer, i les privades per presentar-se ja en marxa al concurs. Les 13 desaparicions corresponen a 10 televisions privades (8 no es van presentar al concurs i 2 no el van guanyar) i 3 públiques de municipis de menys de 20.000 habitants.

Taula 8. Distribució de les TVL a Catalunya per àmbits territorials (1999-2006)

Àmbit territorial	TVL 1999	TVL 2002	TVL 2004	TVL 2006	% TVL per àmbit 1999	% TVL per àmbit 2002	% TVL per àmbit 2004	% TVL per àmbit 2006
Àmbit metropolitana	39	43	58	55	39	39,8	45,3	44,7
Comarques centrals	21	24	24	23	21	22,2	18,7	18,7
Comarques gironines	17	16	18	17	17	14,8	14,1	13,8
Camp de Tarragona	7	8	8	9	7	7,4	6,3	7,3
Terres de l'Ebre	14	14	15	13	14	13	11,7	10,6
Àmbit de Ponent	2	3	4	5	2	2,8	3,1	4,1
Alt Pirineu i Aran	0	0	1	1	0	0	0,8	0,8
Totals	100	108	128	123	100	100	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la llista de televisions locals de l'OCL.

Aspectes que havien canviat en profunditat al llarg dels anys dos mil, com la distribució territorial o el tipus de municipi on s'instal·laven les televisions, pràcticament no canvien entre 2004 i 2006. Els canvis principals en aquests punts es donen a la demarcació de Barcelona i als municipis més grans, just on s'havien posat en marxa més iniciatives els darrers anys (vegeu les taules 7, 8 i 9).

Taula 9. Relació entre municipis, població i TVL a Catalunya (2004-2006)

Població (habitants)	Nombre de municipis	Municipis amb TVL (2004)	Municipis amb TVL (2006)	% municipis amb TVL a cada tram de població (2004)	% municipis amb TVL a cada tram de població (2006)	% municipis amb TVL per tram població (2004)	% municipis amb TVL per tram població (2006)
0-1.000	517	4	4	0,8	0,8	3,9	4,3
1.001-5.000	251	25	23	9,9	9,2	24,7	24,7
5.001-20.000	127	38	33	29,9	25,9	37,6	35,5
20.001-50.000	30	17	16	56,7	53,3	16,8	17,2
Més de 50.000	21	17	17	80,9	80,9	16,8	18,3
Total	946	101^A	93	-^B	-^B	100	100

(A) No s'ha pogut identificar el municipi des del qual emet una de les televisions detectades.

(B) En aquest cas no s'ofereix el sumatori perquè el percentatge fa referència a dades no acumulables.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la llista de televisions locals de l'OCL.

**El període 2005-2006
corroborava la
trajectòria divergent
entre uns mitjans
digitals locals que
difícilment
aconsegueixen massa
crítica en termes
d'ingressos i les
iniciatives d'abast
nacional, cada cop
més consolidades**

En tot cas, cal tenir present que aquestes TVL han cessat les emissions per voluntat pròpia o per problemes diversos, ja que el desembre de 2006 el Govern de la Generalitat encara no havia iniciat els tràmits per clausurar les que no tenien concessió, i a principis de 2007 l'executiu feia públic que estava estudiant com fer aquest pas (*Antena Local*, núm. 52, pàg. 12-13). L'impacte d'aquesta mesura és considerable, ja que no tenen concessió 32 de les 67 privades analògiques de 2006. Entre aquestes hi ha les tres vinculades a Mediapro i TBF Assessorament, amb la qual cosa 8tv pot patir limitacions en la cobertura de les seves emissions analògiques (Guimerà, 2006: 257).

Des d'aquesta perspectiva, doncs, també es veu que amb la implantació de la TDT -si no hi ha un canvi radical en el plantejament els propers anys-, el sector resultant de l'encesa digital i l'apagada analògica no tindran res a veure, tal com es pot observar comparant les taules que dibuixen el sector analògic amb les que perfilen el sector digital.

4.6. La llengua a les televisions locals

Al llarg de 2005 i 2006 ha continuat l'augment del castellà a les televisions locals. Tot i que el català continua sent dominant en el conjunt del sector, l'aparició de televisions locals a l'àrea metropolitana de Barcelona que empenen el castellà (en algun cas quasi exclusivament, com Canal Latino) ha fet que augmenti la presència d'aquesta llengua a l'entorn de la capital catalana. La conversió de Flaix FM en urBe TV també ha contribuït a aquesta línia, que venia impulsada per Localia i les televisions del grup Canal 50 (des de 2005 integrades a Canal Català).

De tota manera, amb la implantació de la TDT es poden produir canvis notables, ja que la normativa obliga a emetre un mínim d'un 50% de la programació en català (i en aranès a la zona corresponent), i alguns projectes d'empreses que empraven el castellà afirmen que funcionaran al 100% en català, com urBe TV³⁴. Al cap i a la fi, emetre en català més enllà del 50% mínim obria la porta a 70 punts dels 1.000 que es podien assolir en el concurs, un 7% del total.

5. Internet: clarobscur de present i de futur

David Domingo

Si a principis dels anys dos mil constàvem que l'àmbit local havia perdut pes en l'articulació d'Internet a Catalunya i a mitjans de la dècada³⁵ subratllàvem la fragilitat dels projectes locals en un període d'escepticisme generalitzat al món digital, el període 2005-2006 corrobora la trajectòria divergent entre uns mitjans digitals locals que difícilment aconsegueixen massa crítica en termes d'ingressos i les iniciatives d'abast nacional, cada cop més consolidades. Un apunt simptomàtic: mentre que els webs informatius de referència a Catalunya han renovat el disseny i han incorporat les últimes novetats tecnològiques³⁶, la major part dels mitjans digitals locals que no han desaparegut encara mantenen el disseny d'abans de la crisi d'Internet de 2001. VilaWeb és el millor exemple d'aquesta tendència: el projecte s'ha erigit entre els cinc webs informatius més visitats, però de la vuitantena d'edicions locals que es van crear entre 1997 i 2000 en col·laboració amb empreses de comunicació locals i entitats, menys de trenta seguien actives el 2006.

(34) Comunicacio21.com [En línia]: "Estem convençuts que el nostre és un projecte guanyador". <<http://www.comunicacio21.com/entrevista.asp?id=4608>> [Consulta: abril de 2007].

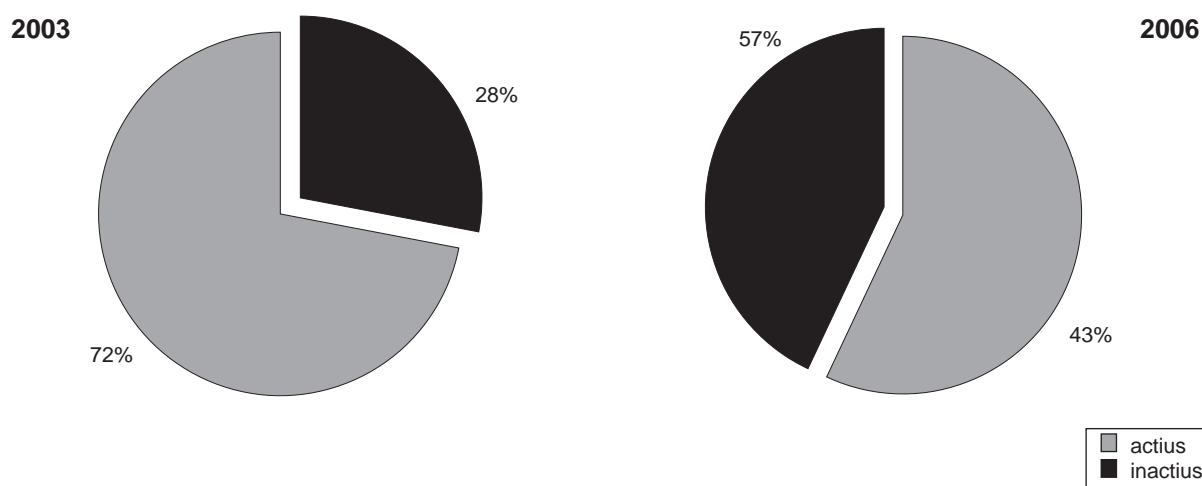
(35) Vegeu el capítol "La comunicació local" de *l'Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002* i de *l'Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*.

(36) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "Internet".

5.1. La fragilitat dels projectes digitals locals

Una revisió del cens de webs informatius locals realitzat el 2003 (Domingo, 2004) ofereix una radiografia clara de la situació de fragilitat del món local: el nombre de webs actius en l'àmbit de la informació de proximitat s'ha reduït gairebé a la meitat (vegeu el gràfic 1). Dels 170 webs que encara seguien actius el 2006, només 30 havien renovat el disseny. Tot i que els anys en què més webs es van perdre van ser el 2003 i el 2004, el 2006 l'índex encara és elevat (vegeu la taula 10), i no tenim constància que s'hagin creat més de mitja dotzena de nous projectes locals a Internet els últims dos anys, com ara Radio-Silenci.com, InfoTerrassa.com, Lillet.net o RTVeI Vendrell.com. El fenomen de compensació de webs que morien per webs nous detectat els primers anys dos mil sembla que no es dona més, i entre els mitjans més petits (de districte,

Gràfic 1. Cens de webs informatius locals (2003 i 2006)



Font: Elaboració pròpia.

municipals) la proporció de webs inactius és més gran que entre els webs comarcals o supracomarcals. La manca de continuïtat sembla que afecta igualment tot tipus de projectes (empreses periodístiques, entitats cíviqües, empreses de serveis d'Internet). El factor clau està en la dimensió dels projectes, més que no pas en la seva naturalesa. Els creadors d'ElVallesDigital.com, en tancar quatre anys d'activitat informativa a Internet el març de 2006, prometien tornar després d'estudiar "noves fórmules que garanteixin la viabilitat del producte"³⁷.

De fet, els problemes dels mitjans digitals en general simplement s'agregen en el cas local: el mercat publicitari és encara més migrat que el ja petit de Catalunya en el seu conjunt, i el baix cost de posar en marxa una publicació a Internet ha esdevingut un problema per a la consolidació professional dels projectes locals. Per fer continguts de qualitat cal un equip humà que és molt difícil de mantenir en les condicions econòmiques actuals, i això fa que molts dels projectes siguin fràgils, intermitents.

Els mitjans purament digitals són els que més acusen aquesta fragilitat estructural, però la situació no acostuma a ser millor en el cas dels webs de mitjans tradicionals: tot i que tenen una estructura més sòlida, que podria

(37) Declaració publicada a ElVallesDigital.com. Actualment només disponible a l'Internet Archive [En línia]: <<http://web.archive.org/web/20060525035629/http://www.elvallesdigital.com/>> [Consulta: abril de 2007].

**Taula 10. Nombre de webs que van deixar d'estar actius
(2002-2006)**

Any	Webs desapareguts
2002	29
2003	56
2004	48
2005	25
2006	39

Font: Elaboració pròpia.

garantir la creació d'iniciatives ambicioses, encara són reticents a desenvolupar els seus webs. Moltes televisions i ràdios locals han tendit a ignorar Internet fins ara, limitant-se sovint a la presència testimonial d'un web estàtic, malgrat els esforços de dinamització de la XTVL o de COMEmissores³⁸, i hi ha editors de diaris i revistes comarcals que segueixen mirant amb un gran recel els seus propis webs. En un moment de pèrdua de lectors constant entre la premsa de pagament, el web es veu com el primer competidor del paper. El cas del *Diari de Tarragona* és paradigmàtic d'aquesta actitud: el 2005 va desmantellar la redacció digital i va limitar l'edició digital a una selecció mínima de notícies del paper, completada amb alguns teletips d'agència. *Regió 7* va estrenar el 2005 una versió del web amb accés als continguts complets del diari de paper, amb el mateix preu (33 euros mensuals) per a la versió digital que per rebre l'edició impresa a casa.

La transició a la TDT en el sector audiovisual ha acabat de desviar l'atenció dels grups de comunicació locals, els que estaven en millor posició per desenvolupar projectes web potents. Aquesta situació ha propiciat que en algunes comarques el rol de portal de l'actualitat local l'hagin acabat assumint institucions (ajuntaments, entitats culturals) o individus (amb el popular format de blocs), que no ofereixen la garantia de professionalitat de les empreses periòdiques ni constància en la tasca informativa, però que poden arribar a esdevenir referents imprescindibles³⁹.

5.2. Casos d'èxit

Però hi ha excepcions a aquesta reculada dels projectes professionals locals. En l'àmbit de la premsa gratuïta no hi ha la percepció que Internet sigui competència per al paper, sinó una ampliació de l'espai publicitari -encara poc rendible, però prometedora. Francesc Castanyer, responsable de comunicació de l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta i director de Capgros.com, va posar el cas d'aquest mitjà, a Mataró, com a exemple d'aquesta actitud⁴⁰. La redacció prioritza la publicació diària de notícies a Internet, i deixa per a un segon moment la producció de les publicacions setmanal i mensual. Tot i això, el periodista va admetre que l'aposta per Internet podria perdre pistonada si en el termini d'un parell d'anys no es consolidaven uns ingressos que ara mateix no cobreixen les despeses de l'edició digital.

Un altre exemple de consolidació és el grup Nació Digital, creat al voltant del veterà web Osona.com, que el 1996 va ser un dels primers portals locals fundats a Catalunya. En aquest cas, ser un dels pocs mitjans digitals que compta amb control de l'OJD ha servit per consolidar-se com a referent a la comarca, atreure inversió publicitària i iniciar un procés de creixement que entre

(38) Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*.

(39) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "Internet".

(40) Font: Intervenció de Francesc Castanyer a les Jornades Comunicació de Proximitat als Territoris de Parla Catalana, organitzades per la Taula de Comunicació i el Col·legi de Periodistes de Catalunya. Barcelona, 1 de desembre de 2006. Per a més informació, vegeu Taula de Comunicació [En línia]: <www.tauladecomunicacio.net> [Consulta: abril de 2007].

Taula 11. Subvencions de la Generalitat a projectes d'innovació en mitjans digitals locals (2005-2006) (en euros)

	2005	2006	
Total subvenció mitjans digitals	835.800	865.950	Total subvenció mitjans digitals
Total subvenció mitjans digitals locals	62.000	55.950	Total subvenció mitjans digitals locals
<i>Revista Cambrils</i>	30.000	16.700	<i>El 9 Nou</i>
<i>GuiaOsona.net</i>	20.000	15.000	<i>Rubricata Digital</i> (Rubí)
<i>El Ripollès Digital</i>	12.000	15.000	<i>La Veu Digital</i> (Anoia)
		5.000	Diari digital garriguenc
		2.250	<i>Nova Badia</i>
		2.000	<i>El Ripollès Digital</i>

Font: Elaboració pròpia.

2005 i 2006 ha significat la creació de diversos portals temàtics i tres portals comarcals: al Ripollès (www.elripolles.info), el Lluçanès (www.llusan.es) i el Vallès Oriental (www.vallesoriental.com).

Cal destacar, també, la pervivència de projectes *hiperlocals*, cada cop més difícils de trobar en els mitjans tradicionals: Transversalweb.com, el diari digital de la Vila de Gràcia de Barcelona, va néixer el 2001 com la versió web d'una revista impresa, però amb la desaparició de l'edició impresa s'ha consolidat com el referent informatiu del barri i ha madurat amb nous continguts i serveis. Els periodistes implicats en el projecte treballen en d'altres mitjans, fet que garanteix la sostenibilitat econòmica del web. Els tres projectes esmentats (Capgròs, Osona.com i Transversalweb) comparteixen un factor clau d'èxit a Internet: esdevenir líders en la seva especialitat, en aquest cas geogràfica.

5.3. Iniciatives per la consolidació

El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura és molt esperat pels mitjans digitals locals, perquè pot servir per mostrar que, a nivell comarcal, en el seu entorn més immediat, poden competir en audiència amb els grans mitjans. Això pot ser el primer pas per resituar-se i desenvolupar projectes sòlids, tant en el cas de les iniciatives purament digitals com de les dels mitjans tradicionals. La clau serà convertir-se en el mitjà digital líder d'una comarca, el millor argument per atreure publicitat. Però també pot ser útil perquè els mitjans locals accedeixin a les subvencions automàtiques de la Secretaria de Comunicació de la Generalitat, limitades fins ara als pocs webs amb control de l'OJD⁴¹.

Un altre possible revulsiu són les subvencions a projectes d'innovació en mitjans digitals de la Secretaria de Comunicació de la Generalitat. No disposem de dades sobre el nombre de projectes locals presentats, però els resultats dels dos concursos realitzats fins ara apunten a un increment dels projectes locals subvencionats (3 el 2005, 6 el 2006), tot i que el seu pressupost és una part molt petita dins del paquet destinat a mitjans digitals: un 7% del pressupost el 2005 i un 6% el 2006 (vegeu la taula 11).

La *Revista Cambrils* ha estat un dels casos més clars de reactivació del web amb el suport de les subvencions de la Generalitat⁴²: tot i que feia deu anys que tenia presència a Internet i havia fet continguts especials per a la Xarxa (com la cobertura de la nit electoral municipal de 2003), fins el 2005 no va fer el salt

(41) PRE/44/2006, de 23 de febrer, per la qual s'aproven les bases reguladores per a la concessió de subvencions a emissores de ràdio i televisió i a empreses periodístiques editores de premsa digital en català o en aranès, de gestió privada (DOGC 4583, d'1 de març de 2006).

(42) Lluís Rovira, director de la *Revista Cambrils*. Comunicació personal, gener de 2006.

Els mitjans de comunicació local semblen haver entrat, al llarg dels anys 2005 i 2006, en un període de redefinició i de reestructuració

La comercialització de la televisió local apunta a la desaparició d'espais per a mitjans no professionals, fins ara habituals

qualitatiu de transformar el web en un portal d'informació local diària, renovant el disseny, l'estructura i la tecnologia de gestió de continguts. El nou web, estrenat el gener de 2006, va convertir-se aviat en el punt de trobada a la Xarxa del debat ciutadà local, que fins llavors no tenia cap referent⁴³.

De fet, webs locals com Capgros.com, RevistaCambrils.cat o Transversal-web.com són reflex de com tendències generals del periodisme digital també poden arribar a quallar en l'entorn local, com la incorporació de continguts audiovisuals o el foment de la participació dels usuaris. Un altre exemple és el municipal DiarideBarcelona.com, que s'ha reinventat com a "revista visual" amb vídeos de Barcelona TV i espais on els internautes poden enviar fotografies, videocomentaris i enllaços a blocs situats sobre el mapa de Barcelona.

Que aquestes experiències es consolidin i s'estenguin a la resta de mitjans locals pot passar per la cooperació, amb els mitjans nacionals i les associacions de mitjans com a possibles impulsors. Aquesta va ser una de les conclusions principals dels ponents de la taula rodona sobre Internet en les Jornades Comunicació de Proximitat als Territoris de Parla Catalana. En un altre context, el mes d'abril de 2006 el president de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal, Estanis Alcover, ja havia expressat un compromís similar d'impuls de la presència a Internet de les revistes locals⁴⁴.

6. Conclusions

Els mitjans de comunicació local semblen haver entrat, al llarg dels anys 2005 i 2006, en un període de redefinició i de reestructuració. Els indicis són diversos.

Primer, les estratègies per a la creació de grups multimèdia o d'integració horitzontal. En un context en què la premsa de pagament s'estanca, Internet no es percep com una oportunitat de negoci i el sector radiofònic no permet més moviments fins a l'atorgament de noves concessions, la tendència ha estat crear publicacions gratuïtes, adquirir premsa de pagament i/o, sobretot, tractar d'aconseguir entrar en la TDT-L. D'aquesta manera es vol intentar dotar de més solidesa les empreses, encara que els dubtes sobre la viabilitat de la TDT introdueixen incertesa en aquesta estratègia. En aquest context, la integració en xarxes de distribució de continguts i la col·laboració amb d'altres mitjans locals apareix com una estratègia més adreçada a consolidar els projectes.

Una altre indicatiu de la reestructuració prové de la situació en què queden els mitjans més populars i locals, tot sovint sense afany de lucre. El concurs de la TDT-L els ha deixat fora; l'atorgament de concessions de ràdio no està clar arran del buit que manté el pla tècnic en aquest punt, i Internet també apareix com un canal problemàtic on és fàcil crear iniciatives però molt més complex mantenir-les en funcionament. En aquest sentit, la tendència a la comercialització del conjunt del sistema de comunicació local, il·lustrat per la televisió però també per la ràdio (des de fa força anys), apunta a la desaparició d'espais per a aquests mitjans no professionals, habituals fins ara en l'escenari mediàtic i pioners del fenomen local al Principat.

En aquest sentit, els llibres blancs sobre la premsa i la ràdio pública local, i les peticions dels concessionaris de la televisió d'una revisió del model definit per la TDT-L també indiquen una necessitat de redefinició dels mitjans en un entorn canviant al qual entenen que s'han de tornar a adaptar.

(43) Revista Cambrils Diari Digital [En línia]: "Revista Cambrils Diari Digital compleix el primer any d'existència". <http://www.revistacambrils.com/index.php?c_noticia=3074> [Consulta: abril de 2007].

(44) Comunicació21.com [En línia]: "L'Associació Catalana de Premsa Comarcal es bolcarà en les noves tecnologies de la informació". <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=2927> [Consulta: abril de 2007].

Referències

- Bonet, Montse (1998): "La ràdio privada a Catalunya: implantació geogràfica i rendibilitat econòmica", a *Treballs de Comunicació*, núm. 9, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació (Institut d'Estudis Catalans), pàg. 87-132.
- Bonet, Montse (2004): "Qui tem la ràdio local?", a *Quaderns del CAC*, núm. 18, Barcelona, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pàg. 37-44.
- Corbella, Joan Maria i Carles Pons (dir.) (2006): *Llibre blanc de la premsa comarcal*. Barcelona: ACPC.
- Corominas, Maria; Montse Bonet, Maribel Fernández, Josep Àngel Guimerà, Julián Sanmartín i Ximo Blasco (en premsa): "Televisión Digital Terrestre Local (TDT-L): los concesionarios privados", a *Zer*, núm. 22, Leioa, Universitat del País Basc.
- Domingo, David (2004): *Periodisme Digital a Catalunya: radiografia de 445 webs informatius*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Guimerà i Orts, Josep Àngel [En línia] (2006): *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2005)*. Bellaterra: Departament de Periodisme i de Ciències la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. <http://www.tdx.cbuc.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0307107-151707//jago1de1.pdf> [Consulta: abril de 2007].
- Guimerà i Orts, Josep Àngel i Julián Sanmartín Navarro (2007): *Les televisions locals públiques a Catalunya i la migració a la TDT*. Bellaterra: Institut de la Comunicació (InCom) de la Universitat Autònoma de Barcelona. [Text mecanografiat].