



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>

Tesi Doctoral

Televisió pública de proximitat a Catalunya

La relació amb TV3 i els intercanvis de contingut informatiu

Autora:

Aida Martori i Muntsant

Director:

Santiago Ramentol i Massana

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), juny de 2017

A la meva família.

“Viatjar és un exercici amb conseqüències fatals per als prejudicis, la intolerància i l'estretor de ment”. – Mark Twain

Índex

Capítol 1. Introducció	19
1.1. Plantejament de la temàtica	19
1.2. Objecte d'estudi	22
1.3. Objectius de la recerca	23
1.4. Hipòtesis	25
1.5. Metodologia	26
1.5.1. Recerca qualitativa	27
1.5.1.1. Entrevistes semi-estructurades	27
1.5.1.2. Consulta de documents oficial i inèdits	30
1.5.1.3. Focus grup.....	31
1.5.1.4. Entrevistes en profunditat	35
1.5.1.5. Observació no-participant	36
1.5.2. Recerca quantitativa	36
1.6. Estades de recerca	37
1.6.1. Estada a Illinois, Estats Units	37
1.6.2. Estada a Escòcia, Regne Unit.....	39
Capítol 2. La comunicació de proximitat i el servei públic audiovisual.....	41
2.1. Introducció a Catalunya com a espai de comunicació	42
2.2. El concepte de proximitat	45
2.2.1. La teoria de la proximitat cultural.....	45
2.2.2. El paper actiu de l'audiència	45
2.2.3. Les múltiples capes d'identificació.....	47
2.2.3.1. El mitjà televisiu en relació a les múltiples capes d'identitat	50
2.2.3.2. Proximitat i mitjans públics en l'era digital	51
2.2.3.3. El concepte multicapa aplicat als mitjans públics de Catalunya	52
2.2.4. De televisió local a televisió de proximitat.....	52
2.3. Servei públic audiovisual.....	58
2.3.1. Els valors de servei públic.....	59
2.3.1.1. Entretenir, informar i educar... i interactuar	60
2.3.1.2. Independència política i governamental	61
2.3.1.3. Un servei no comercial	62
2.3.2. Servei públic en el marc de l'era digital: de PSB a PSM	64

2.3.3.	Servei públic i proximitat: Construcció de l'esfera pública	69
2.3.4.	Aproximacions internacionals al servei públic	72
2.3.4.1.	El concepte de servei públic definit per la UNESCO	72
2.3.4.2.	Servei públic al Regne Unit: el cas de la BBC	73
2.3.4.3.	La Unió Europea i el servei públic	77
2.3.5.	Servei públic audiovisual a Catalunya	85
2.3.6.	Consideracions finals sobre el servei públic audiovisual.....	92
2.4.	Marc legal.....	95
2.4.1.	Legislació europea.....	95
2.4.1.1.	Directiva 89/552/CEE Televisió sense fronteres	95
2.4.1.2.	Directiva 2010/13/UE de Serveis de Comunicació Audiovisual	98
2.4.1.3.	La revisió de la Directiva 2010/13/UE de Serveis de Comunicació Audiovisual	100
2.4.2.	Legislació espanyola	101
2.4.2.1.	Llei 4/1980 d'Estatut de la Ràdio i la Televisió.....	102
2.4.2.2.	Llei 46/1983 reguladora del Tercer Canal de Televisió	102
2.4.2.3.	Llei 31/1987 d'Ordenació de les Telecomunicacions.....	102
2.4.2.4.	Actualitzacions de la Llei d'Ordenació de les Telecomunicacions	103
2.4.2.5.	Llei 41/1995 de Televisió Local per Ones Terrestres	103
2.4.2.6.	RD 2169/1998: Pla Tècnic Nacional TDT	105
2.4.2.7.	Llei 53/2002 de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social	105
2.4.2.8.	Llei 34/2002 de Serveis de la Societat de la Informació i el Comerç Electrònic	106
2.4.2.9.	Llei 62/2003 de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social	106
2.4.2.10.	RD 439/2004 Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local	106
2.4.2.11.	RD 2268/2004 Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Local.....	107
2.4.2.12.	RD 944/2005 Pla Tècnic Nacional de TDT.....	107
2.4.2.13.	Llei 10/2005 de Mesures Urgents per l'Impuls de la Televisió Digital Terrestre, la Liberalització de la Televisió per Cable i el Foment del Pluralisme	107
2.4.2.14.	Llei 56/2007 de Mesures d'Impuls de la Societat de la Informació.....	108
2.4.2.15.	Llei 7/2010 General de Comunicació Audiovisual	108
2.4.2.16.	RD 365/2010 pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la Televisió Digital Terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica	111
2.4.2.17.	RD 169/2011 pel qual es regula l'assignació de múltiplex de la Televisió Digital Terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica	112
2.4.2.18.	RD 805/2014 pel que s'aprova el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Terrestre i es regulen determinats aspectes per a la liberalització del dividend digital	112

2.4.3.	Legislació catalana.....	114
2.4.3.1.	Llei 10/7983 de creació de l'ens públic de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió 114	
2.4.3.2.	Llei 2/2000 del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.....	114
2.4.3.3.	Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya.....	115
2.4.3.4.	Llei 11/2007 de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	119
2.4.3.5.	Llei 2/2012 de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual	119
Capítol 3. Configuració del model de TDT pública a Catalunya		121
3.1.	Context: De l'analògic al digital	121
3.1.1.	Riscos i oportunitats de la digitalització.....	123
3.1.2.	Estructura de la TDT-L a Catalunya	124
3.1.3.	Evolució de la TDT-L pública a Catalunya.....	129
3.2.	Conseqüències de la digitalització	134
3.3.	Els prestadors de TDT-L pública a Catalunya	138
	Quadres-resum múltiple TDT-L a Catalunya.....	138
3.3.2.	Evolució dels expedients de les demarcacions de TDT-L	151
3.3.2.1.	Expedient TDT TL01B. Barcelona-Públic	152
3.3.2.2.	Expedient TDT TL01GI. Figueres	156
3.3.2.3.	Expedient TL02B. Granollers.....	157
3.3.2.4.	Expedient TDT TL06B. Mataró	161
3.3.2.5.	Expedient TDT TL12B Sabadell.....	167
3.3.2.6.	Expedient TDT TL02T. Tarragona	171
3.3.2.7.	Expedient TDT TL09B. Vilanova i la Geltrú.....	172
3.3.3.	Consideracions de l'evolució dels expedients	174
3.3.3.1.	Els consorcis que han tingut continuïtat.....	174
3.3.3.2.	Els consorcis que no han tingut continuïtat.....	175
3.3.3.3.	Conclusions generals a partir dels expedients consultats	177
Capítol 4. Estructura dels prestadors públics de proximitat		181
4.1.	Els prestadors públics de proximitat	182
4.1.1.	Barcelona Televisió (BTV).....	182
4.1.1.1.	Orígens de BTV: una televisió de districte	182
4.1.1.2.	La voluntat de les televisions de districte de comptar amb un nou canal.....	186
4.1.1.3.	Les televisions de districte: estat de la qüestió	187
4.1.1.4.	Relació entre BTV i les televisions de districte: producció informativa.....	190
4.1.1.5.	BTV: nova etapa	192
4.1.1.6.	Organització de BTV.....	192

4.1.1.7.	La informació: una prioritat per BTV	195
4.1.1.8.	Rutines de producció informatives	197
4.1.1.9.	La innovació tecnològica: una prioritat a l'agenda	198
4.1.1.10.	El pressupost de BTV	199
4.1.2.	Televisió Badalona (Teleb)	200
4.1.2.1.	Història: uns inicis complexos	200
4.1.2.2.	L'organització del canal	202
4.1.2.3.	Reestructuracions del canal	203
4.1.2.4.	Producció, rutines i cobertura informativa	205
4.1.2.5.	El pressupost de Televisió Badalona	206
4.1.3.	Televisió L'Hospitalet (Televisió L'H)	207
4.1.3.1.	Naixement i etapa d'incertesa	207
4.1.3.2.	Reformulació del projecte	209
4.1.3.3.	Una aposta per la informació	211
4.1.3.4.	Nomenament de càrrecs controvertits	213
4.1.3.5.	El pressupost de Televisió L'Hospitalet	214
4.1.4.	Vallès Oriental Televisió (VOTV)	215
4.1.4.1.	Antecedents: una comarca amb prestadors històrics	215
4.1.4.2.	Estructura i personal	216
4.1.4.3.	Rutines i producció informativa	217
4.1.4.4.	El pressupost a Vallès Oriental Televisió	218
4.1.5.	Vallès Visió	221
4.1.5.1.	Orígens: Mollet com a líder del projecte	221
4.1.5.2.	Producció i rutines informatives	223
4.1.5.3.	Incompliments de la normativa	224
4.1.5.4.	Relació entre dos prestadors d'una comarca	225
4.1.5.5.	El pressupost de Vallès Visió	225
4.1.6.	MaresmeDigital (m1tv)	226
4.1.6.1.	Els inicis de MaresmeDigital: dos canals per una comarca	226
4.1.6.2.	La integració de Televisió de Mataró al projecte	229
4.1.6.3.	De televisió comarcal a televisió de ciutat	229
4.1.6.4.	Finançament: un projecte que reula en envergadura	230
4.1.7.	Canal Terrassa Vallès	232
4.1.7.1.	Una evolució del model analògic de televisió de ciutat	232
4.1.7.2.	Producció informativa	235
4.1.7.2.	El pressupost de Canal Terrassa Vallès	236
4.1.8.	Canal Blau	237

4.1.8.1.	Pretext: dues llicències públiques en un MUX.....	237
4.1.8.2.	De televisió local a televisió comarcal	238
4.1.8.3.	Estructura: equipament municipal i personal intern	240
4.1.8.4.	Aposta per la informació local	241
4.1.8.5.	El pressupost de Canal Blau	242
4.1.9.	Penedès TV	243
4.1.9.1.	Un projecte municipal: la manca d'entesa amb El Vendrell	243
4.1.9.2.	L'oferta de contingut de proximitat.....	245
4.1.9.3.	Les relacions amb La Xarxa, plenes d'altibaixos	247
4.1.9.4.	El pressupost de Penedès TV	248
4.1.10.	Televisió El Vendrell	250
4.1.10.1.	Un canal sense llicència pròpia per TDT	250
4.1.10.2.	Estructura del canal municipal	252
4.1.10.3.	Contingut: informació municipal i contacte amb els ciutadans	252
4.1.10.4.	El Pressupost de Televisió El Vendrell	254
4.1.11.	TAC12	255
4.1.11.1.	Un Consorci de nova creació amb complicitats al territori	255
4.1.11.2.	Un prestador professionalitzat.....	256
4.1.11.3.	Les relacions de TAC12	258
4.1.11.4.	Innovació en el canal	259
4.1.11.5.	El pressupost de TAC12	259
4.1.12.	Canal 10 Empordà	260
4.1.12.1.	Un projecte impulsat per voluntaris.....	260
4.1.12.2.	Un canal local	262
4.2.	Característiques del model de TDT-L públic.....	263
4.2.1.	La funció de servei públic.....	263
4.2.2.	La importància de la identitat local.....	265
4.2.3.	Les dificultats organitzatives	266
4.2.4.	Els lligams amb el territori: no només informatius	268
4.2.5.	Externalització de la producció=flexibilitat?	269
4.2.6.	L'incompliment de la Llei.....	271
4.2.7.	(In)dependència governamental.....	273
4.2.8.	(In)compliment dels mínims de producció pròpia	276
4.2.9.	Mecanismes per garantir el pluralisme informatiu i la qualitat del servei públic	278
4.2.10.	Les rutines televisives, per davant de la immediatesa on-line	279

4.3.	La Coordinadora de Televisions Públiques de Proximitat	280
4.4.	Les tipologies de TDT-L pública	281
4.5.	L'impacte de la crisi econòmica en el model de TDT-L	283
4.6.	Casos atípics de TDT-L de servei públic	288
4.7.	El fenomen de la televisió pública de proximitat per Internet.....	300
Capítol 5. Intercanvi de continguts entre les televisions de proximitat: La Xarxa....		305
5.1.	Introducció a La Xarxa	305
5.2.	Trajectòria: el dualisme entre La Xarxa i Comunicàlia.....	306
5.3.	La Xarxa en l'entorn de la TDT	310
5.4.	La consideració de servei públic	310
5.5.	Les entitats adherides: casos típics i atípics.....	311
5.6.	Funcionament de La Xarxa	313
5.6.1.	Evolució de l'intercanvi de continguts	314
5.6.2.	La presa de decisions.....	316
5.6.3.	Les bases del protocol de funcionament	318
5.6.4.	La Xarxa de Notícies	319
5.6.5.	L'oferta informativa de La Xarxa	320
5.7.	La innovació a La Xarxa	322
5.7.1.	Adaptació a la convergència tecnològica	322
5.7.2.	Transferència tecnològica i entorn on-line	324
5.8.	La relació entre les televisions públiques de proximitat i La Xarxa	325
5.8.1.	La Xarxa com a complement de la graella i dels informatius.....	325
5.8.2.	BTV i La Xarxa: una relació distant	329
5.8.3.	El viratge de Televisió Badalona.....	330
5.9.	La Xarxa com a dinamitzador del sector de proximitat: reptes i oportunitats	330
5.10.	La Xarxa i la configuració d'un model <i>bottom up</i>	331
Capítol 6. La informació de proximitat a TV3 i el conveni amb La Xarxa		333
6.1.	Introducció a TV3.....	333
6.1.1.	La informació a TV3.....	334
6.1.2.	La representació dels territoris en l'estructura informativa	336
6.2.	Estructura interna de TV3 per a produir informació de proximitat	337
6.2.1.	El Model externalitzat	337
6.2.1.1.	Extinció del contracte amb les productores: raons econòmiques.....	346
6.2.1.2.	Antecedents de col·laboració amb La Xarxa	349

6.2.1.3.	Una col·laboració formal.....	350
6.2.1.4.	La relació entre les dues entitats	352
6.2.1.5.	El punt d'inflexió: febrer de 2013	354
6.2.1.6.	Unificació editorial TN Comarques i TN Migdia	357
6.2.2.	La producció de contingut informatiu de proximitat en el nou model.....	359
6.2.2.1.	La informació de proximitat a TV3.....	359
6.2.2.2.	El contingut de proximitat a les delegacions	362
6.3.	Els actors de proximitat i el canvi de model	366
6.4.	A mode de conclusió: Implicacions del canvi de model i visió prospectiva.....	368
Capítol 7.	Context internacional: Altres models rellevants.....	373
7.1.	La PBS com a exemple de xarxa local	374
7.1.1.	Introducció a l'estudi de la televisió pública als Estats Units	374
7.1.2.	Història i context de la televisió pública als Estats Units	375
7.1.3.	El funcionament de la PBS.....	381
7.1.4.	Característiques de la televisió pública als Estats Units.....	384
7.1.5.	La cobertura informativa de la PBS en comparació amb les cadenes comercials 386	
7.1.6.	La PBS com a alternativa a les cadenes comercials.....	388
7.1.7.	Comparacions amb el cas català	390
7.2.	Escòcia com a espai de comunicació: el model televisiu	393
7.2.1.	Introducció a l'àrea d'investigació escocesa	393
7.2.2.	La informació de proximitat als canals regional.....	394
7.2.2.1.	Iniciatives prèvies a un canal públic escocès	394
7.2.2.2.	El llançament d'un canal escocès, en gaèlic.....	395
7.2.2.3.	La cobertura territorial del prestador comercial	401
7.2.3.	La configuració del model de televisió de proximitat	402
7.2.3.1.	La manca històrica de televisió local.....	402
7.2.3.2.	Marc polític i jurídic: la base d'un model comercial	403
7.2.3.3.	L'adjudicació de les primeres llicències a Escòcia.....	406
7.2.3.4.	Segona onada d'adjudicacions a STV	407
7.2.3.5.	La configuració d'un model comercial <i>top down</i>	409
7.2.4.	Definició del model escocès	412
7.2.5.	Comparacions entre el model de televisió de proximitat català i escocès	414
7.3.	Consideracions finals sobre els models internacionals.....	416
Conclusions.	Definició del model de televisió pública a Catalunya	419

8.1.	La televisió pública a Catalunya, a vista d'ocell	419
8.2.	La digitalització	420
8.3.	La televisió pública de proximitat a Catalunya	422
8.3.1.	Què significa televisió de proximitat.....	422
8.3.2.	Televisió pública i televisió privada de proximitat: dues realitats?	423
8.3.3.	Els 12 prestadors públics de proximitat de Catalunya	425
8.3.4.	Les característiques del model de televisió pública de proximitat	427
8.3.5.	Els tres grups de canals locals públics	432
8.3.5.1.	El model històric	433
8.3.5.2.	Canals de nova creació	433
8.3.5.3.	El model metropolità	434
8.3.5.4.	BTV: un cas únic.....	435
8.3.6.	Els projectes legals i il·legals.....	437
8.3.7.	Televisió de proximitat per Internet: estat de la qüestió i prospectiva	440
8.4.	La producció d'informació local a TV3.....	442
8.5.	La innovació al sistema de televisió pública de Catalunya.....	448
8.6.	La viabilitat del model i prospectiva	450
8.7.	Consideracions finals i futures línies de recerca.....	454
Fonts.....	457
9.1.	Fonts documentals i en línia	457
9.2.	Fonts personals.....	474
9.2.1.	Entrevistes semi-estructurades.....	474
9.2.2.	Entrevistes en profunditat	475
9.2.2.1.	Catalunya	475
9.2.2.2.	Illinois (Estat Units).....	476
9.2.2.3.	Escòcia (Regne Unit)	476
Annexos	I
Annex 1.	Transcripció del focus grup.....	I
Annex 2.	Fitxa de les visites als prestadors per a les entrevistes semi-estructurades	XVIII
Annex 3.	Fitxes de les televisions públiques de proximitat	XIX

Índex de figures

- Figura 1. DAFO ampliació objecte d'estudi projecte. Elaboració pròpia. – pàg. 21.*
- Figura 2. Objecte d'estudi: TDT-L pública. Elaboració pròpia. – pàg. 22.*
- Figura 3. Objectius específics de la recerca. Elaboració pròpia. – pàg. 23.*
- Figura 4. Esquema de la metodologia utilitzada en la recerca. Elaboració pròpia. – pàg. 27.*
- Figura 5. Taula entrevistes semi-estructurades per canals. Elaboració pròpia. – pàg. 30.*
- Figura 6. Estructura del focus grup. Elaboració pròpia. – pàg. 34.*
- Figura 7. Esquema marc teòric. Elaboració pròpia. – pàg. 41.*
- Figura 8. Mapa conceptual de la identitat multicapa. Elaboració pròpia. – pàg. 49.*
- Figura 9. Quadre de les dues vessants de la informació local. Elaboració pròpia. – pàg. 55.*
- Figura 10. Esquema dels valors del servei públic audiovisual. Elaboració pròpia. – pàg. 60.*
- Figura 11. Relació entre esfera pública, mitjans i democràcia. Elaboració pròpia. – pàg. 71.*
- Figura 12. Objectius i valors del servei públic audiovisual. Elaboració pròpia. – pàg. 75.*
- Figura 13. Valor públic del servei públic. Elaboració pròpia en base a l'article de Martí Petit (2006). – pàg. 76.*
- Figura 14. Espiral positiva de funcionament dels mitjans de servei públic. Elaboració pròpia. – pàg. 93.*
- Figura 15. Taula de riscos i mesures de la implantació de la TDT a Catalunya. Font: Pla d'Implantació de la TDT a Catalunya, Generalitat de Catalunya (document inèdit). – pàg. 124.*
- Figura 16. Canals públics previstos per demarcació. Elaboració pròpia, a partir de la disposició PRE/1446/2000. – pàg. 127-128.*
- Figura 17. Mapa de TDT-L previstes. Elaboració pròpia. – pàg. 130.*
- Figura 18. Projectes de TDT-L pública, 2010. Elaboració pròpia. – pàg. 131.*
- Figura 19. Projectes de TDT-L pública a Catalunya, 2011. Elaboració pròpia. – pàg. 132.*
- Figura 20. Projectes de TDT-L pública a Catalunya, 2013: previstes, en emissió i tancades. Elaboració pròpia. – pàg. 133.*
- Figura 21. Mapa TDT-L pública a Catalunya, 2013-2015. Elaboració pròpia. – pàg. 134.*
- Figura 22. Quadre-resum MUX Barcelona-públic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 138.*

Figura 23. Quadre-resum MUX Barcelona-privat. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 139.

Figura 24. Quadre-resum MUX Cornellà de Llobregat-públic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 139.

Figura 25. Quadre-resum MUX Cornellà de Llobregat-privat. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 140.

Figura 26. Quadre-resum MUX Granollers. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 140.

Figura 27. Quadre-resum MUX Igualada. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 141.

Figura 28. Quadre-resum MUX Manresa. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 141.

Figura 29. Quadre-resum MUX Mataró. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 142.

Figura 30. Quadre-resum MUX Sabadell-públic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 142.

Figura 31. Quadre-resum MUX Sabadell-privat. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 143.

Figura 32. Quadre-resum MUX Vic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 143.

Figura 33. Quadre-resum MUX Vilanova i la Geltrú. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 144.

Figura 34. Quadre-resum MUX Blanes. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 144.

Figura 35. Quadre-resum MUX Figueres. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 145.

Figura 36. Quadre-resum MUX Girona. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 145.

Figura 37. Quadre-resum MUX Olot. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 146.

Figura 38. Quadre-resum MUX Palafrugell. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 146.

Figura 39. Quadre-resum MUX Balaguer. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 147.

Figura 40. Quadre-resum MUX Lleida. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 147.

Figura 41. Quadre-resum MUX La Seu d'Urgell. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 148.

Figura 42. Quadre-resum MUX Vielha e Mijaran. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 148.

Figura 43. Quadre-resum MUX Reus. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 149.

Figura 44. Quadre-resum MUX Tarragona. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 149.

Figura 45. Quadre-resum MUX Tortosa. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC. – pàg. 150.

Figura 46. Quadre procediment entitats consorciades Maresme Nord (2006). Elaboració pròpia a partir de la documentació consultada a la DGMC. – pàg. 162.

Figura 47. Quadre procediment entitats consorciades Maresme Sud (2006). Elaboració pròpia a partir de la documentació consultada a la DGMC. – pàg. 163.

Figura 48. Taula sobre el reagrupant de municipis per a la gestió dels canals TDT-L a la demarcació de Sabadell. Elaboració pròpia a partir de la documentació consultada al DGMC. – pàg. 168.

Figura 49. Organigrama BTV. Font: ICB. – pàg. 195.

Figura 50. Taula evolució pressupost ICB, en euros. Elaboració pròpia a partir dels Comptes anuals d'ICB. – pàg. 199.

Figura 51. Organigrama de Badalona Comunicació SA. Font: Badalona Comunicació SA. – pàg. 203.

Figura 52. Taula evolució pressupost Televisió Badalona, en euros. Elaboració pròpia a partir del PAIF de Televisió Badalona. – pàg. 206.

Figura 53. Organigrama de La Farga Gestió d'Equipaments Municipals SA. Font: Web corporatiu. – pàg. 208.

Figura 54. Pressupost Televisió L'Hospitalet, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades de La Farga Gestió d'Equipaments Municipals SA. – pàg. 214.

Figura 55. Organigrama Societat Vallès Oriental Televisió. Font: Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU. – pàg. 216.

Figura 56. Gràfic de la producció de VOTV. Font: Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU. – pàg. 218.

Figura 57. Taula evolució pressupost Vallès Oriental Televisió, en euros. Elaboració pròpia a partir de les Memòries anuals d'activitat de VOTV.– pàg. 218-219.

Figura 58. Evolució del pressupost de VOTV. Font: Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU. – pàg. 220.

Figura 59. Taula pressupost Vallès Visió, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades del Butlletí Oficial de la Província de Barcelona (2011-2013) i dades facilitades pel propi prestador (2014-2015). – pàg. 225-226.

Figura 60. Organigrama del Consorci Digital Mataró-Maresme. Font: Consorci Digital Mataró-Maresme. – pàg. 228.

Figura 61. Taula pressupost MaresmeDigital (Mataró-Maresme Digital SLU), en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel Consorci. – pàg. 230-231.

Figura 62. Taula pressupost Canal Terrassa Vallès, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades del Registre Mercantil recollides a SABI. – pàg. 236-237.

Figura 63. Taula pressupost Canal Blau (Consorci Teledigital Garraf), en euros. Elaboració pròpia a partir de dades extretes del Butlletí Oficial de la Província de Barcelona. – pàg. 242-243.

Figura 64. Organigrama Penedès TV. Font: Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès. – pàg. 245.

Figura 65. Taula pressupost Penedès TV (SERCOM SL), en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel prestador. – pàg. 248-249.

Figura 66. Organigrama de Televisió El Vendrell. Font: Televisió El Vendrell. – pàg. 252.

Figura 67. Taula pressupost TV El Vendrell, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel prestador. – pàg. 254.

Figura 68. Organigrama de TAC 12. Elaboració pròpia a partir d'informació facilitada pel prestador. – pàg. 258.

Figura 69. Taula pressupost TAC12, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel prestador. – pàg. 259-260.

Figura 70. Esquema dels tres grups de televisió pública de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 283.

Figura 71. Evolució del nombre de municipis implicats en canals públics a Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 285.

Figura 72. Evolució del nombre de treballadors a les televisions públiques de proximitat de Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 286-287.

Figura 73. Evolució de la programació pròpia a les televisions públiques de proximitat de Catalunya. Elaboració pròpia. –pàg. 287.

Figura 74. Taula de casos atípics de televisió de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 297-298.

Figura 75. Llista de televisions de proximitat per Internet. Elaboarcí pròpia. – pàg. 304.

Figura 76. Llistat de prestadors de televisió adherits a La Xarxa (març de 2015). Elaboració pròpia a partir de dades facilitades per La Xarxa. – pàg. 312-313.

Figura 77. Preus per als serveis prestats a TV3 per part de Grama TV. Font: Grama TV. – pàg. 345.

Figura 78. Producció de peces informatives per part de Grama TV per TV3. Font: Grama TV. – pàg. 346.

Figura 79. Vídeos aportats i descarregats per part de TV3 a través de la XN. Elaboració pròpia a partir de dades dels Informes de descàrregues i contribucions de TV3 a la XN. – pàg. 355.

Figura 80. Relació entre TV3 i les televisions de proximitat. Elaboració pròpia. – pàg. 361.

Figura 81. Diferències entre la CPB, la PBS i la NPR. Elaboració pròpia. – pàg. 381-382.

Figura 82. Origen del pressupost de la PBS, en milers de dòlars. Elaboració pròpia. – pàg. 382-383.

Figura 83. Comparació entre el model de televisió pública de Catalunya i els Estats Units. Elaboració pròpia. – pàg. 391-392.

Figura 84. Diagrama del funcionament de STV a un nivell local. Elaboració pròpia. – pàg. 411.

Figura 85. Quadre-resum comparació model català i escocès de televisió de proximitat. Elaboració pròpia. – pàg. 416.

Figura 86. Tipologies de la televisió de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 432.

Figura 87. Tipologies de televisions de proximitat que emeten de manera irregular a Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 438-439.

Figura 88. Anàlisi DAFO del model de producció d'informació local a TV3. Elaboració pròpia. – pàg. 444.

Figura 89. El model de televisió pública a Catalunya 2011-2015. Elaboració pròpia. – pàg. 445.

Figura 90. El model proposat de televisió pública de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia. – pàg. 446.

Agraïments

Als meus pares. Per l'educació rebuda i per tot el que fan per mi. Sense ells res de tot això seria possible.

A tota la meva família. A la Clara, que ara comença un camí semblant i que espero que finalitzi amb èxit. A l'avi Niel i la iaia Pietat, a les tietes, tiets, cosines i cosins, que senten parlar d'aquesta tesi des de fa temps. I a la iaia Tina, que ens ha deixat però que m'acompanya cada dia.

A amics, amigues, i en especial a en Xavi per acompanyar-me i per la seva gran paciència. També a la Mar i l'Anna que amb bones converses alimenten el meu esperit crític i m'ajuden a entendre el món. A tots aquells amb qui no he pogut estar tant com voldria durant aquest procés.

A en Santiago Ramentol, el director de la tesi. Però sobretot una persona que reuneix tres requisits que, combinats, fan que sigui del tot admirable. Saviesa, humilitat i generositat. He tingut la sort d'aprendre'n molt.

A la Núria Torras. Una gran persona amb qui hem compartit molt, durant aquest procés. Gràcies per totes les converses i la comprensió.

A en Josep Àngel Guimerà, per tants consells. I a la Maribel Fernández, per tants altres.

A en Jaume Soriano per assessorar-me i ajudar-me a establir les bases metodològiques d'aquest treball.

A en Lluís Reales, per ajudar-me en la cerca d'informació i a contactar amb algunes fonts.

I volia mencionar també en Xavier Ginesta, que ha estat un mentor en diverses fases del procés, i de la vida. M'ha aconsellat des dels inicis i m'ha guiat en les decisions.

A en Jaume i en Ferran, que sempre hi són i que recentment m'han ajudat a donar forma al document. A l'Elba, la meva amiga de l'ànima que m'ha ajudat a editar el text. A l'Oriol, que hi ha contribuït amb els mapes. I a tots els que, de moltes maneres, m'han aconsellat i ajudat.

A totes i cadascuna de les persones a qui he pogut entrevistar durant la recerca i a totes les que m'han proporcionat informació per a fer aquest treball. Sense la col·laboració dels gestors i periodistes de les televisions de proximitat, de professionals de La Xarxa, de TV3 i també del CAC, aquesta recerca no hagués estat possible. Ni tampoc sense l'ajuda de l'Abigail Martínez, que em va obrir les portes de la Direcció General de Mitjans de Comunicació. Agraïco també la confiança i ajuda d'en Toni Moreno i la Montse Núñez, que prové de molt abans que comencés aquest treball. I la d'en Ramon Anglès, que em va ensenyar a respectar molt la professió.

Aquest treball és una realitat gràcies a tots els professionals que treballen cada dia per oferir

informació de proximitat, i a tots ells els hi dedico.

Voldria mencionar els companys de l'escola d'estiu d'ECREA i del "doctorial" de l'AE-IC. Persones de països diversos amb qui hem compartit preocupacions i anhels. En especial a l'Ezequiel Ramon, a qui vaig conèixer a Alemanya i que s'ha convertit en un bon company del departament i amic. I a la Marta Civil, amb qui hem comentat en moltes ocasions què suposa fer una tesi, i a qui li desitjo molta sort en la recta final. També al Xavier Ramon, amb qui hem descobert tenir trajectòries paral·leles.

A les persones que m'han permès fer les estades de recerca. A en James Hay per acceptar-me a anar a l'ICR de la Universitat d'Illinois, i per ajudar-me en el procés més embrionari de la recerca, en què és clau tenir guies amb el seu bagatge. I a l'Angharad Valdivia per apropar-me el concepte de proximitat cultural.

A en Miquel de Moragas que en tot moment es va interessar per la recerca i em va ajudar a buscar centres de destí. A en Philip Schlesinger pel temps que em va dedicar i les reflexions sobre televisió i identitat. I a en Richard Kilborn pels consells savis entre passejades escoceses.

A en Justin, per la seva generositat. A la Tar, per apropar-me una cultura i un món llunyà, i alhora fascinant. Per ajudar-me a entendre i comprendre. A l'Alisdair, amb qui he fet amistat durant les meves visites a Escòcia. I a tots els companys i companyes de les estades, de diferents països, que han contribuït a ampliar la meva mirada.

Als viatges que he fet durant el doctorat, que han deixat empremta en aquesta tesi i en la meua vida: Bòsnia, Estats Units, Portugal, Escòcia, Marroc, Alemanya, Bèlgica, Panamà, Costa Rica i Ghana. I a les persones que hi he conegut.

A la salsa, la natació, el ioga, els concerts, la platja i la muntanya. Per refrescar-me les idees.

Capítol 1. Introducció

1.1. Plantejament de la temàtica

Aquest treball d'investigació es proposa analitzar l'intercanvi de continguts informatius entre les televisions de proximitat a Catalunya i el prestador d'àmbit català, TV3. D'aquesta manera, s'analitzen les relacions i les sinergies¹ entre els prestadors públics catalans de serveis de comunicació audiovisual, concretament, entre les televisions públiques de proximitat, d'àmbit comarcal o supracomarcal, i TV3. La tesi es centra especialment en el canvi de model que es produeix el febrer de 2013, quan TV3 deixa de comptar amb les productores audiovisuals externes per a la producció de continguts de proximitat i estableix una nova relació amb els prestadors públics de proximitat.

La recerca també pretén fer una projecció cap al futur, a partir del marc històric en què es produeixen els canvis: un període de transició envers la televisió connectada (a la xarxa) i amb la consolidació dels serveis de comunicació audiovisual asincrònics o sota demanda. El canvi en les rutines de producció de la informació de proximitat s'emmarcarà en el paradigma tecnològic per tal de pronosticar la seva viabilitat.

A més a més, la investigació inclou una perspectiva internacional, en analitzar altres models de televisió de proximitat rellevats per les característiques que presenten, per tal de poder emmarcar el cas català en un context més ampli. Això permet establir comparacions i prendre algunes idees sobre l'estructura i el funcionament d'altres models.

Si bé és cert que existeixen força treballs publicats sobre televisió a Catalunya, especialment a partir de l'any 2000, centrats en temàtiques com digitalització de la televisió, ordenació de múltiplex (MUX) a la TDT, polítiques de comunicació relacionades amb la televisió, finançament o continguts (CAC i CMT, 2002; Corominas, 2009; Domingo, Alborch, Araüna, 2009; Castelló, 2007; Guimerà, 2006; Guimerà, 2007; Guimerà, 2010; Guimerà, 2014; Moragas i Prado, 2000; Moragas i Prado, 2001; Prado i Moragas, 2002; Prado, 2004; Suárez, 2007), s'observa una manca de literatura acadèmica orientada a analitzar la producció d'informacions de proximitat en la

¹ S'empra la paraula sinergia en aquesta tesi doctoral a partir de la definició del Gran Diccionari de la Llengua Catalana. La definició "associació o cooperació de moviments, d'actes, d'òrgans, de formacions anatòmiques, etc., per tal de dur a terme una funció determinada" utilitzada en biologia s'adapta al camp de la comunicació per parlar d'associació o cooperació en la producció de contingut informatiu, és a dir, en les rutines productives de les redaccions de les televisions públiques de proximitat i TV3.

televisió pública i les relacions entre les televisions que conformen el sistema públic. Aproximar-nos a aquestes relacions significa entendre millor i preveure les dinàmiques del model de televisió pública en el marc de l'era digital.

La investigació pretén estudiar la situació dels prestadors de proximitat (també anomenats TDT-L en aquest treball)² per tal d'aportar un estudi acurat de la situació de la televisió pública de proximitat a tot Catalunya. D'aquesta manera, el fenomen es podrà comprendre en la seva totalitat, i no de manera parcial.

Aquesta anàlisi del fenomen focalitza l'atenció en el contingut informatiu, especialment el que nodreix els telenotícies, per diverses raons:

- 1) El fet que l'inici de la col·laboració intensa entre els prestadors de proximitat i TV3 s'ha donat inicialment en l'àmbit informatiu, sumant-se a l'intercanvi ja existent en l'àmbit esportiu i de castells.
- 2) L'interès de la doctoranda en la producció d'informatius, donada la trajectòria professional, que fa que sigui un camp que coneix i en qual es desenvolupa de manera satisfactòria.
- 3) A nivell teòric, es justifica que la informació és un dels puntals de servei públic audiovisual (UNESCO, 2005b), i que conforma una forma de coneixement que influeix en l'opinió pública. Les notícies han estat enteses com un element que contribueix en la història i la sociologia (Czitrom, 1982), i poden servir per a una millor comprensió bàsica del progrés social. A més a més, segueixen sent un àmbit d'estudi destacat per comprendre com aquest format encara és una font poderosa per a informar les societats, i d'elles depèn el bon funcionament de la democràcia (Lotz, 2007).

Si bé el projecte inicial de la tesi doctoral pretenia centrar la temàtica en una comarca de Catalunya, el Maresme, es va decidir ampliar el projecte a l'anàlisi del fenomen català en tot el seu conjunt, prenent com a objecte d'estudi totes les televisions públiques de proximitat en funcionament a Catalunya ja que el nombre de TDT-L és assequible per a la investigadora. Es tracta d'una dotzena de televisions, de manera que l'objecte d'estudi queda ben delimitat. La investigadora ha tingut la possibilitat logística de fer visites a cadascuna d'aquestes televisions i d'obtenir informació del funcionament de totes d'elles.

A continuació, es presenta un anàlisi DAFO (figura 1) per observar les debilitats, amenaces,

² Les sigles TDT fan referència a la tecnologia d'emissió, i la lletra L a la tipologia de local o de proximitat, tal com s'explicarà de manera aprofundida al marc teòric de la tesi doctoral.

fortaleses i oportunitats que es deriven del nou enfocament. La taula pretén justificar aquest canvi, i tenir recursos per prevenir i superar els possibles perills.

<p>DEBILITATS</p> <p>Dispersió geogràfica de les TDT-L.</p> <p>Dificultat d'aproximació a l'objecte d'estudi heterogeni.</p>	<p>FORTALESES</p> <p>La investigadora pot interpretar i analitzar el fenomen de la TDT-L en el seu conjunt.</p> <p>Hi ha la possibilitat d'establir comparacions entre els prestadors.</p> <p>Es poden elaborar unes conclusions que tinguin en compte el conjunt del panorama català.</p>
<p>AMENACES</p> <p>Modificació de l'objecte d'estudi mentre es desenvolupa la tesi: possible tancament de TDT-L públiques.</p>	<p>OPORTUNITATS</p> <p>Interès i projecció de la tesi.</p> <p>Comparació amb altres models i posada en context internacional.</p>

Figura 1. DAFO ampliació objecte d'estudi projecte. Elaboració pròpia

El més preocupant per al desenvolupament de la recerca era l'amenaça de possible tancament de prestadors públics de proximitat mentre es desenvolupava el treball. Aquests possibles tancaments es preveïen resoldre amb l'explicació i interpretació d'aquest fenomen, si es donava el cas. Finalment, durant el període analitzat no s'ha produït la clausura de cap canal que formi part de l'objecte d'estudi.

La recerca pretén oferir una mirada àmplia al sector audiovisual públic català, posant el focus en les sinergies que s'estableixen en la producció de continguts informatius i en la viabilitat d'aquest model. També pretén establir recomanacions per tal de fer-lo viable, a partir de l'observació de l'estudi de cas, i de l'anàlisi d'altres models internacionals.

Aquesta recerca neix de l'interès de la investigadora en el camp televisiu català, fruit de l'època professional que precedeix la recerca. D'aquest període en van sorgir inquietuds que la doctoranda ha plantejat i ha pretès qüestionar-se per a desenvolupar aquesta tesi doctoral i presentar algunes respostes que, al seu parer, podrien millorar el model.

La tesi doctoral s'emmarca en el camp de l'estructura de la comunicació o, en el que es coneix internacionalment com a *media studies*, és a dir, una disciplina i camp d'estudi que s'ocupa del

contingut, la història i efectes dels mitjans de comunicació. Si bé hi ha implicades les polítiques de comunicació, especialment en l'estudi del marc legal i la presa de decisions que afecten aquesta estructura, el punt de mira es posa en l'organització i estructura del model.

1.2. Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi de la recerca està format, per una banda, per les televisions públiques de proximitat i, per l'altra, pel prestador nacional, és a dir, TV3. Pel que fa a les televisions públiques de proximitat, es tracta de dotze televisions que operen al llarg del territori, especialment ubicades a les províncies de Barcelona i Tarragona, com mostra el següent mapa (figura 2).

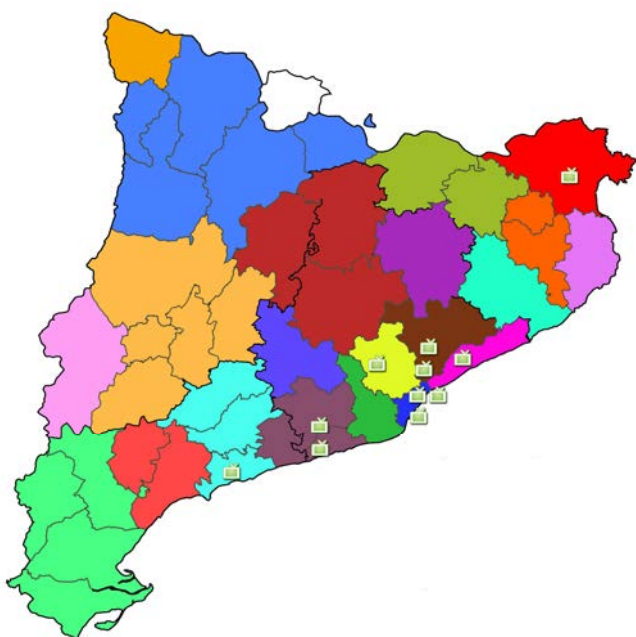


Figura 2. Objecte d'estudi: TDT-L pública. Elaboració pròpia.

El mapa de les TDT-L públiques de proximitat s'ha elaborat a partir de les dades oficials facilitades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). En el mapa no hi apareix El Vendrell Televisió, tot i que s'ha decidit incorporar-la a l'objecte d'estudi per complir els requisits de ser un canal públic de proximitat. La seva emissió té lloc en una situació irregular, ja que no opera un programa del MUX destinat a la televisió pública, sinó que emet des d'un canal adjudicat a un prestador privat, un cas que s'exposarà en detall al Capítol 4. Per altra banda, l'objecte d'estudi el completa TV3, com a prestador generalista de Catalunya.

Tot i que la recerca hagués pogut tenir en compte les televisions de proximitat a Catalunya en el seu conjunt (incorporant també en l'objecte d'estudi les televisions privades), s'ha cregut oportú delimitar l'objecte d'estudi a un nombre de televisions assequible. S'ha optat per analitzar el model de la televisió pública a Catalunya en la seva totalitat.

Es considera aquesta tria de l'objecte d'estudi suficient per a dimensionar el fenomen, si bé cal mencionar que moltes de les televisions privades existents realitzen una funció de servei públic i que algunes de les conclusions de la recerca són extrapolables a aquests prestadors que, malgrat ser de naturalesa privada, compleixen funcions públiques que s'esmentaran en l'apartat corresponent al marc teòric.

1.3. Objectius de la recerca

Es parteix d'un **objectiu general**, que es basa en **analitzar l'intercanvi de continguts informatius entre les televisions públiques de proximitat i TV3**. Aquest objectiu general és el que desperta l'interès per la tesi doctoral, especialment donat que es produeix un canvi de model en aquest nou tipus d'interrelació. Aquest objectiu es desglossa en tres objectius específics, que van d'allò més ampli -per tal de contextualitzar el fenomen- a allò més concret. Els objectius específics es plantegen en tres estadis, que tenen forma de piràmide invertida (del més ampli al més específic), tal i com es mostra a continuació (figura 3).

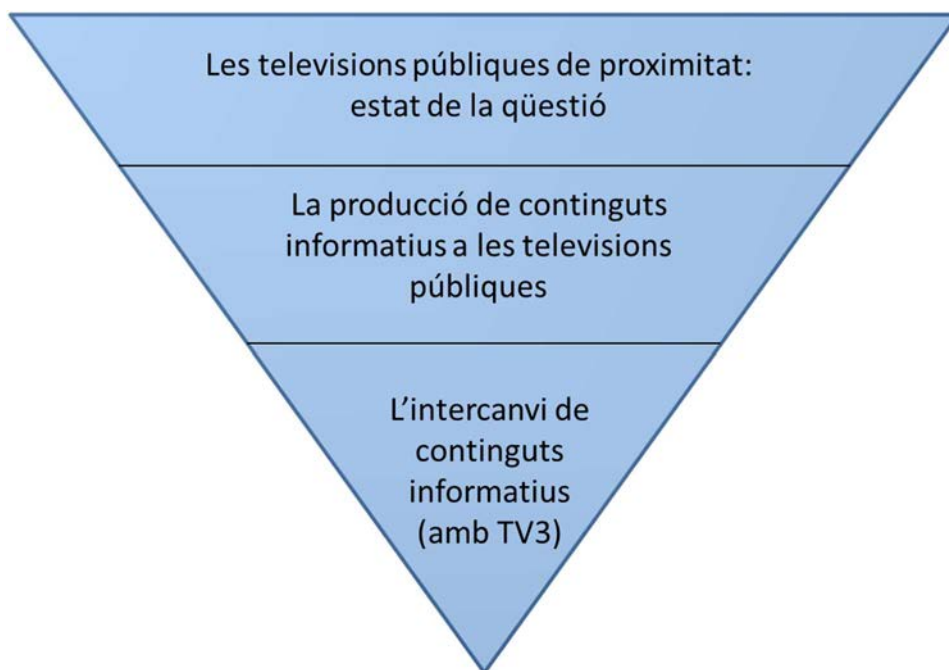


Figura 3. Objectius específics de la recerca. Elaboració pròpia.

Objectiu específic 1: Conèixer l'estat de la qüestió de les televisions públiques de proximitat.

Objectiu específic 2: Analitzar les rutines de producció d'informació de proximitat de les televisions públiques.

Objectiu específic 3: Conèixer com es produeix l'intercanvi de continguts informatius entre les televisions públiques de proximitat i TV3.

El primer objectiu és necessari per a oferir una aproximació a un fenomen únic i genuí a

Catalunya, el de les televisions de proximitat i, en concret, les televisions públiques. És especialment interessant conèixer com s'estructuren aquests prestadors a resultes de la digitalització del senyal a Catalunya, és a dir, de l'encesa digital.

El segon objectiu posa el focus de la recerca en la informació i, especialment, en la informació de proximitat, que és el contingut bàsic que nodreix aquests prestadors, complint els criteris de servei públic (com s'apuntarà al marc teòric). La persecució d'aquest objectiu comporta l'anàlisi de la producció de continguts informatius de proximitat a les TDT-L i també al prestador d'àmbit català, és a dir, a TV3.

El primer i el segon objectiu ens aproximen al tercer objectiu específic, que es basa en analitzar com s'intercanvia aquesta informació, a partir del coneixement del fenomen de les televisions públiques de proximitat, i de com es produeix la informació de proximitat a Catalunya. Aquest objectiu permet conèixer com es produeix l'intercanvi de contingut informatiu entre les TDT-L i TV3.

Es tindrà especialment en compte el canvi de model que es genera a partir d'aquesta relació. Aquest canvi es produeix de manera progressiva, però té com a punt d'inflexió el mes de febrer de 2013. Si bé tradicionalment TV3 produïa la informació de proximitat de manera autònoma, mitjançant productores audiovisuals externes ubicades als diferents territoris de Catalunya, a partir d'aquesta data deixa de comptar amb aquests recursos externs i col·labora més activament amb les televisions públiques de proximitat, gràcies a uns convenis que així ho estipulen i que s'han analitzat detalladament.

El lapse temporal d'anàlisi de la tesi doctoral se situa entre el 2011 i el 2015. La raó de situar el punt inicial en el 2011 és perquè és l'any posterior a l'encesa digital i, per tant, situa la recerca en el context de TDT. I es fixa el punt final en el 2015 ja que és una data que permet analitzar amb prou perspectiva el funcionament de les TDT-L des de la digitalització, i també permet examinar amb solvència el canvi de model, que es produeix el 2013. Aquelles novetats rellevants que han tingut lloc entre l'any 2015 i el dipòsit de la tesi doctoral s'han apuntat en aquest treball, per tal d'oferir una visió al màxim d'actualitzada de l'objecte d'estudi.

A banda de delimitar un objectiu general i tres objectius específics per arribar al general, també s'han volgut plantejar aquí alguns aspectes sobre els quals s'ha posat el punt de mira:

- Estudiar l'evolució de la relació entre TV3 i les televisions de proximitat, per determinar si la televisió nacional catalana ha establert acords de col·laboració amb les televisions del territori i si s'han produït sinergies en la producció de continguts.
- Analitzar el paper que TV3 i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha

atorgat a les televisions de proximitat, per tal de conèixer si l'ens públic ha tingut un paper actiu per enfortir-les i potenciar-les.

- Identificar les raons que van motivar TV3 a contractar productores audiovisuals per a la producció de notícies de proximitat, la relació que la CCMA estableix amb aquestes productores i el tipus de servei que presten.
- Explorar els motius que han portat TV3 a deixar de comptar amb el servei de les productores externes per a la producció de notícies de proximitat. Considerar que es pot tractar d'una decisió circumstancial, motivada per la greu situació econòmica que viu la societat i el sector públic català amb una voluntat d'estalvi econòmic, o bé que podem estar davant d'un canvi de model estructural en la producció d'aquest tipus de continguts, amb unes finalitats concretes per part de la CCMA. El possible canvi de model de la CCMA podria establir més sinergies amb les televisions de proximitat, aprofitar els recursos públics i enfortir aquestes televisions.
- Observar la relació entre TV3 i les televisions de proximitat, a través de La Xarxa³, a partir del mes de febrer de 2013 i les conseqüències que té en les rutines de producció de continguts el fet de deixar de treballar amb les productores audiovisuals privades. Determinar si el nou model comporta menys producció pròpia per part de TV3 de les notícies de proximitat i si això pot comportar un grau elevat d'homogeneïtzació de la producció informativa.
- Determinar la viabilitat del nou model de producció de continguts audiovisuals, com s'integrarà en el paradigma tecnològic i quin paper hi tindran la CCMA, TV3, les televisions de proximitat i la Xarxa Audiovisual Local.

1.4. Hipòtesis

La hipòtesi principal del treball es pot concretar en el següent enunciat:

Es produeix un canvi en la relació entre les televisions públiques de proximitat i TV3 pel que fa a la producció de continguts informatius, en què TV3 empra continguts produïts per les televisions de proximitat.

³ La Xarxa (o La Xarxa de Comunicació Local) és una plataforma de continguts i serveis a disposició dels mitjans de proximitat, gestionada per la Xarxa Audiovisual Local SL (XAL). Com s'explicarà detalladament al Capítol 5, es tracta d'una estructura de suport als mitjans de comunicació de proximitat (televisions, ràdios i mitjans en línia) que gestiona l'intercanvi de contingut entre les televisions públiques de proximitat, i entre aquests prestadors i TV3.

D'aquesta hipòtesis principal, se'n deriven altres de més concretes:

- La relació entre TV3 i les televisions de proximitat era més aviat escassa abans de febrer de 2013, no hi havia acords de col·laboració entre les dues parts en la producció de continguts informatius.
- La CCMA tradicionalment no ha tingut un paper actiu en l'enfortiment i potenciació de les televisions de proximitat públiques, fent-les poc participants del seu model de producció de continguts propers al territori.
- TV3 contractava productores audiovisuals externes per a la producció de continguts de proximitat, de manera que el prestador públic nacional comptava amb l'exclusivitat dels continguts que les productores aportaven.
- L'abandonament del servei de les productores audiovisuals per part de TV3 respongué a una decisió basada en motius econòmics i a una voluntat de canvi de model en la producció de la informació de proximitat per a establir més sinergies amb les televisions de proximitat, aprofitant els recursos públics i enfortint aquestes televisions.
- La producció dels continguts de proximitat per TV3, a partir de febrer de 2013, es va realitzar mitjançant el desplaçament de professionals en plantilla a les comarques i també aprofitant els recursos públics de les televisions de proximitat a través de la Xarxa Audiovisual Local, i també de l'Agència Catalana de Notícies. Aquest fet va ocasionar una menor producció de continguts propis per part de TV3 i una major homogeneïtzació en la producció dels continguts de les televisions públiques catalanes.
- El nou model de producció de continguts informatius audiovisuals és plenament viable, ja que aprofita els recursos públics de manera eficient i perquè està ben integrat a l'era digital.

1.5. Metodologia

Per a desenvolupar la recerca, s'ha dut a terme una revisió bibliogràfica exhaustiva per a conformar el marc teòric, seguida del treball de camp mitjançant diverses tècniques que conformen la metodologia del treball. La diversitat de metodologies ha permès abastar el fenomen en la seva totalitat, així com complementar i posar en context les dades obtingudes amb cada mètode, a banda de possibilitar la triangulació metodològica. La recerca ha estat bàsicament qualitativa, malgrat que s'ha complementat amb l'anàlisi quantitativa, que ha permès corroborar allò que indicaven els mètodes qualitius.

L'esquema que es presenta a continuació (figura 4) sintetitza els mètodes utilitzats. Seguidament, es desenvolupa en què ha consistit cada mètode.

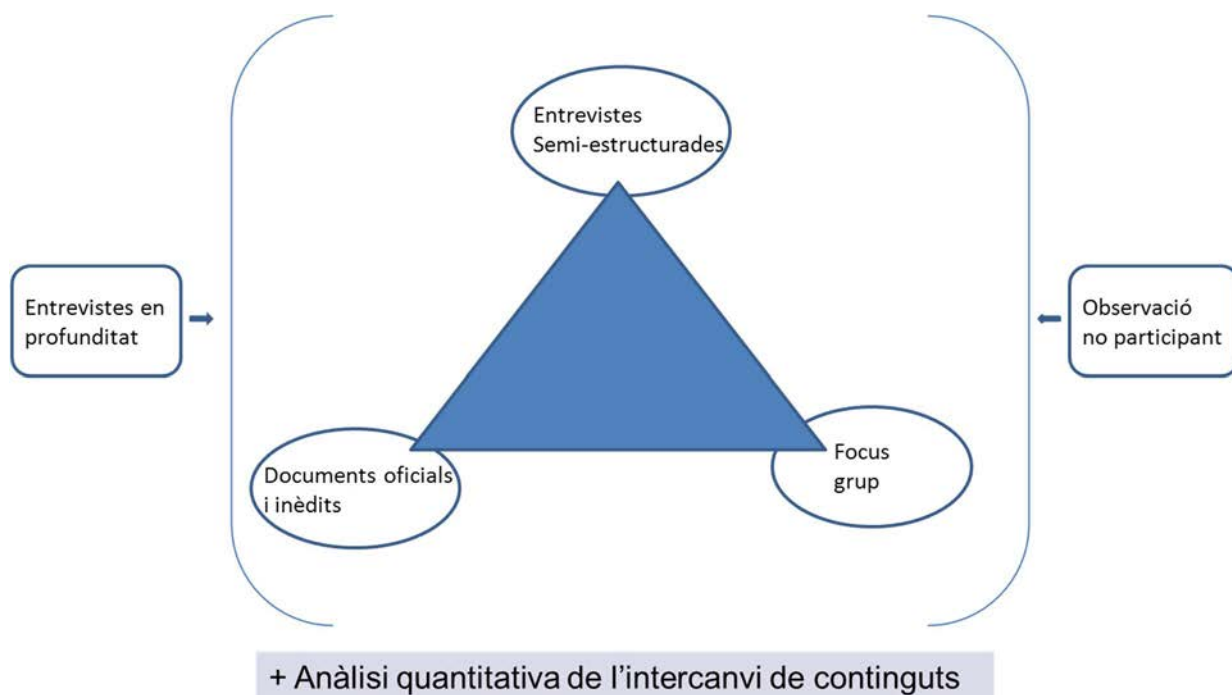


Figura 4. Esquema de la metodologia utilitzada en la recerca. Elaboració pròpia.

Es pot dividir la metodologia utilitzada en recerca qualitativa i recerca quantitativa. Pel que fa a la recerca qualitativa, les entrevistes semi-estructurades, la consulta de documents oficials i inèdits, i el focus grup conformen els tres mètodes centrals de la recerca.

Aquesta triangulació metodològica es complementa amb les entrevistes en profunditat a experts en la matèria i persones rellevants per a la investigació, i l'observació no-participant de tots els prestadors que conformen l'objecte d'estudi (tant de les televisions públiques de proximitat com de TV3). Aquests dos mètodes pretenen posar en context la informació recollida pels altres tres esmentats. Per últim, cal mencionar l'anàlisi quantitativa de l'intercanvi de continguts, que permet mostrar de manera quantificada l'intercanvi de continguts informatius entre les TDT-L i TV3. En els següents paràgrafs, s'explicita com s'ha desenvolupat cadascun dels mètodes descrits.

1.5.1. Recerca qualitativa

1.5.1.1. Entrevistes semi-estructurades

Les entrevistes semi-estructurades s'han dut a terme als gerents o directors de cadascun dels prestadors públics de proximitat. Per tant, s'han fet 12 entrevistes semi-estructurades, que contenen els mateixos paràmetres, per tal de poder comparar la situació en cada un dels prestadors. Els paràmetres pels quals s'han preguntat són:

- Origen del canal i estat del Consorci
- Finançament
- Personal
- Equipaments
- Producció pròpia
- Rutines de producció informativa
- Cobertura informativa
- Relació amb La Xarxa
- Estratègia on-line
- Valoració del model TDT-L
- Compliment de les funcions de servei públic
- Independència del poder públic

Aquestes entrevistes han tingut lloc a la seu de cadascuna de les televisions, que la investigadora ha visitat presencialment. Donat que els prestadors públics de proximitat estan ubicats en diversos punts del territori català –sovint amb àmplies distàncies entre un prestador i l'altre-, i donat que la doctoranda ha fet les visites amb els seus propis mitjans, aquestes han tingut lloc de manera dilatada al llarg dels dos anys en què s'ha desenvolupat el treball de camp.

Per tal de corregir la diferència temporal en la qual s'han elaborat les entrevistes, la doctoranda ha fet una ronda de trucades per comprovar si hi ha hagut canvis significatius en les respectives emissores fins el 2015 pel que fa als paràmetres analitzats (s'han obviat els canvis referents als càrrecs personals, ja que no afectarien l'objecte d'estudi si aquests no modifiquen els paràmetres analitzats). En algun cas en què hi ha hagut canvis substancials, com a Televisió Badalona, s'ha fet una segona visita al prestador, amb l'entrevista corresponent.

En tots els casos s'ha entrevistat al màxim responsable del canal. A banda, per referir-se a alguns dels temes plantejats, el propi director/a o gerent ha requerit la presència d'algun altre professional (coordinador/a, cap d'informatius o editor/a de l'informatiu) ja que són els coneixedors absoluts de les rutines informatives del canal. Quan en l'entrevista hi ha intervingut més d'una persona, s'indica a la taula que es presenta (figura 5).

Canal	Data	Població	Nom entrevistat	Càrrec entrevistat
Barcelona Televisió (BTV) ⁴	17/06/2015	Barcelona	Sergi Vicente	Director
			Xavier Muixí	Cap d'Informatius
Canal 10 Empordà	01/09/2014	L'Escala	Miquel Pagès	Director
Canal Blau	20/01/2015	Vilanova i la Geltrú	Jordi Martí	Director-gerent
			Pere Lobato	Cap d'informatius
			Mita Casas	Editora informatiu
Canal Terrassa Vallès	21/05/2013	Terrassa	Jordi Llonch	Director-gerent
			Marta Anyé	Cap d'informatius
MaresmeDigital (m1tv)	30/05/2013	Mataró	Maria Ballester	Coordinadora Consorci
			Jordi Puig	Coordinador canal
Penedès TV	29/01/2015	Vilafranca del Penedès	Josep Alsina	Director-gerent
Ràdio i Televisió El Vendrell	27/01/2015	El Vendrell	Pep Vinyes	Gerent
TAC12	16/03/2015	Tarragona	Xavier Abelló	Director-gerent

⁴ Malgrat que el nom d'aquest canal ha canviat el 2017 per passar a anomenar-se Betevé, en aquesta tesi doctoral ens referim a BTV que era el nom del prestador durant el període d'anàlisi de la tesi doctoral.

Televisió Badalona (Teleb)	04/06/2013	Badalona	Alberto Fernández Saltiveri	Conseller-delegat Badalona Comunicació
	21/04/2016	Badalona	Josep Viñeta	Conseller-delegat Badalona Comunicació
Televisió L'Hospitalet (Televisió L'H)	29/06/2015	L'Hospitalet de Llobregat	Anna Esteve	Directora dels Mitjans de Comunicació Locals
			Maria Antònia Sánchez	Coordinadora de la televisió
Vallès Oriental Televisió (VOTV)	24/05/2013	Granollers	Albert Jordana	Director
			Clara Armengol	Cap d'Informatius
Vallès Visió	28/05/2013	Mollet del Vallès	Feliu Tura	Gerent
			Neus Parés	Cap d'Informatius

Figura 5. Taula entrevistes semi-estructurades per canals. Elaboració pròpia.

Nota: Els prestadors han estat ordenats alfabèticament segons el nom complet del canal. En parèntesi s'incorpora, si s'escau, el nom abreujat del canal.

L'elaboració de les entrevistes semi-estructurades ha estat de gran valor a la tesi doctoral, ja que ha permès analitzar l'estat dels prestadors de proximitat i establir comparacions entre ells.

1.5.1.2. Consulta de documents oficial i inèdits

La investigadora ha estat autoritzada per a consultar documentació inèdita a la Direcció General de Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, amb la finalitat de comptar amb les fonts oficials per a desenvolupar la tesi doctoral. S'ha expressat explícitament que la informació facilitada serà utilitzada amb finalitats de recerca.

Aquestes consultes, realitzades en quatre jornades de treball (en les dades 05/05/2014, 09/05/2014, 19/05/2014, 29/05/2014), han permès configurar la trajectòria de les 12 televisions públiques de proximitat que formen part de l'objecte d'estudi. El mes de gener de 2016 s'ha consultat a la Direcció General de Mitjans de Comunicació si s'han produït canvis rellevants en

els expedients per tal d'actualitzar la informació, donada la dificultat de tornar a comptar amb l'acreditació per a consultar els expedients de nou. Com que no hi ha hagut modificacions significatives en els expedients, les dades recollides fins el mes de maig de 2014 són vigents fins la data en què finalitza el període analitzat, és a dir, desembre de 2015.

S'ha pogut accedir als expedients en paper corresponents a cadascun dels consorcis, en què la documentació està ordenada de manera cronològica (de més recent a més antiga). S'hi inclou documentació oficial d'acords, convenis, peticions, contractes, etc., i també documentació no oficial, com ara notes de premsa d'ajuntaments que informen sobre moviments en els consorcis. L'objectiu d'incloure als arxius documentació no oficial, respon a la voluntat d'aplegar informació al màxim de fidel possible a la realitat, i de poder recollir allò que està passant als consorcis encara que fins al moment no se n'hagi produït una comunicació oficial a la Direcció.

La investigadora també ha tingut accés a la base de dades digital on s'hi registra tota l'activitat administrativa i tècnica, oficial i no oficial, per a tenir una aproximació a la realitat al màxim de fidel possible del que s'ha produït en cadascun dels canals públics de TDT-L. Aquesta base de dades és una síntesi de l'evolució de cadascun dels canals i dels consorcis. Com que tan sols es pot consultar mitjançant els ordinadors connectats en xarxa a la Direcció General de Mitjans de Comunicació, la doctoranda ha disposat d'un ordinador de consulta i de treball a la seu de la institució durant les jornades descrites.

A banda d'aquesta estada que perseguia la finalitat específica de consultar els expedients de les televisions públiques de proximitat, la investigadora ha demanat documents confidencials a cadascuna de les televisions que ha visitat i en les entrevistes que ha desenvolupat, si ha considerat que aquests eren rellevants per a la recerca. En són exemples els Contracte-programa de les televisions, els convenis de col·laboració entre la Xarxa Audiovisual Local i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales, el protocol de funcionament de la Xarxa Audiovisual Local que estipula el funcionament de les entitats adherides o els estatuts dels consorcis constituïts per operar les TDT-L.

1.5.1.3. Focus grup

El focus grup s'ha aplicat, en aquesta recerca, a l'anàlisi del model de televisió pública de proximitat de Catalunya. Aquesta tècnica de recerca ha anat adquirint prestigi i reconeixement metodològic en diversos àmbits de recerca, com és el cas de la comunicació mediada (Soriano, 2007). Les seves característiques són:

- L'orientació envers el grup d'individus i no envers els individus del grup, és a dir, el grup es concep com una unitat d'observació empírica.

- La interactivitat entre els membres del grup, supervisada o dirigida per un moderador/entrevistador.
- L'expressió espontània dels punts de vista dels integrants del grup, que tenen una participació neutral.

El focus grup és una tècnica que es complementa amb les altres que es descriuen en aquest apartat. Serveix per desenvolupar aspectes ocults a simple vista de les relacions entre els integrants d'una comunitat, en aquest cas els gestors de les televisions públiques de proximitat integrades a la Coordinadora de Televisions Públiques Locals.

La dinàmica que s'ha establert entre els membres del grup ha creat un clima favorable a la participació espontània dels assistents i ha estimulat la conversa, un clima difícil d'aconseguir a través de les entrevistes individuals (Soriano, 2007), com les que s'han realitzat a cadascun dels prestadors per a aquesta recerca.

La selecció dels participants s'ha fet segons el criteri de representativitat significativa dels individus seleccionats (i no segons la representativitat estadística). Per això s'ha aplegat una bona representació de les emissores que conformen l'objecte d'estudi. En concret, s'han reunit set representants dels prestadors públics de proximitat, és a dir, els directors o gerents del mitjà, excepte en el cas de Penedès TV, que hi ha enviat el cap tècnic -una persona amb un ampli coneixement del funcionament i la trajectòria del mitjà-; i en el cas de BTV, ja que qui ha participat al focus grup ha estat la directora econòmica del canal en substitució de l'aleshores recent nomenat director Sergi Vicente.

Després de convocar els 12 gestors de les televisions públiques de proximitat, per motius de disponibilitat s'han pogut reunir 7 prestadors. S'ha considerat aquesta representació suficient, donades les dificultats d'agrupar en un mateix lloc i espai persones amb grans responsabilitats laborals i de gestió en diferents punts del territori català, i tenint en compte que els participants eren prou representatius en quant a les televisions públiques de proximitat. S'ha tingut en compte la recomanació esmentada per Soriano (2007) de desenvolupar un focus grup d'entre 5 i 10 integrants, de manera que s'han agrupat 7 persones representatives en la sessió. Si el grup té menys de 5 integrants pot ser difícil generar i mantenir la discussió dinàmica i viva, i es podria emfatitzar el protagonisme del moderador. En canvi, si el grup conté més de 10 participants, pot ser difícil el manteniment de l'ordre i es dificulta la intervenció d'aquells més tímids o que amaguen les seves opinions.

La representació territorial ha estat equilibrada tenint en compte els prestadors existents -amb excepció de la representació de les comarques gironines ja que els gestors de Canal 10 Empordà,

en tractar-se d'un canal amb molt poca infraestructura, difícilment poden abandonar la zona de cobertura-, i també la tipologia de prestadors. S'ha comptat amb la presència de televisions metropolitanes, així com de canals operats per consorcis, tant prestadors històrics i com dels que es van crear a resultes de la digitalització.

Els participants al focus grup estaven informats prèviament de la temàtica de la recerca a la qual participaven, i s'han reunit en una sala en el marc del Mercat de l'Audiovisual de Catalunya. Aquest mètode de recerca permet interactuar i que els participants intercanviïn experiències, de manera espontània i detallada. La moderadora ha estructurat la sessió en blocs temàtics i ha dosificat els temes d'interès. Ha adoptat una posició neutral i no ha opinat sobre el contingut, i ha qüestionat al grup dirigint-se a tot el conjunt, en lloc de fer-ho de manera individual als seus integrants.

La moderadora és l'autora de la recerca i, per tant, té un coneixement exhaustiu dels objectius de l'estudi, de manera que s'ha evitat que la discussió hagi derivat cap a aspectes de poca rellevància. Ha adoptat un to poc intervencionista i no ha liderat el procés de discussió. D'aquesta manera, ha deixat fluir el debat de forma natural, i ha plantejat els temes des d'aspectes més generals fins a més concrets. S'ha facilitat, moderat i estimulat la discussió amb recursos no verbals, gestos i silencis, seguint les indicacions de Soriano (2007). A partir de les qüestions plantejades, els membres del grup han anat construint un consens a l'entorn de l'objecte d'estudi.

S'ha optat per utilitzar la metodologia del focus grup seguint les tendències més actuals de tècniques aplicades a l'avaluació de projectes, ja que es considera que és més adequat per als resultats que es volen obtenir en aquesta recerca. Cal distingir entre el grup focal o el grup de discussió. La tècnica emprada l'emmarquem en la categoria de grup focal, més que de grup de discussió ja que, en motiu del temps limitat de disponibilitat dels múltiples actors –en aquest cas, una hora-, i del nombre de participants, s'ha decidit focalitzar la sessió als aspectes concrets de la investigació.

La moderadora ha marcat el ritme de la sessió, per a estimular i obtenir respostes discursives del grup. S'han llançat preguntes al grup i s'ha conduït la discussió. També s'ha controlat el grup, per a aconseguir que els participants no deixin de tractar alguns dels temes que es proposaven (Domínguez i Dávila, 2008). En alguns casos, la moderadora ha hagut d'intervenir menys del que tenia previst, ja que el debat ha derivat -de manera espontània- cap a temàtiques que havia previst plantejar de manera directa. En la dinàmica, ha estat rellevant la naturalitat i el procés interactiu entre els participants per expressar les opinions, del qual n'han sorgit consensos i

desconsensos.

L'interès del focus grup radica en la possibilitat d'ajuntar representants dels diversos prestadors de proximitat en un mateix lloc i moment, per tal de detectar els punts d'acord i de divergència, tenint en compte que ja s'havia fet una entrevista en profunditat amb cadascun d'ells. Aquests prestadors es troben repartits pel territori català (especialment en les províncies de Barcelona i Tarragona), de manera que no és senzill poder-los reunir en un espai i en un temps determinat. L'esquema següent (figura 6) mostra la distribució de la sala.

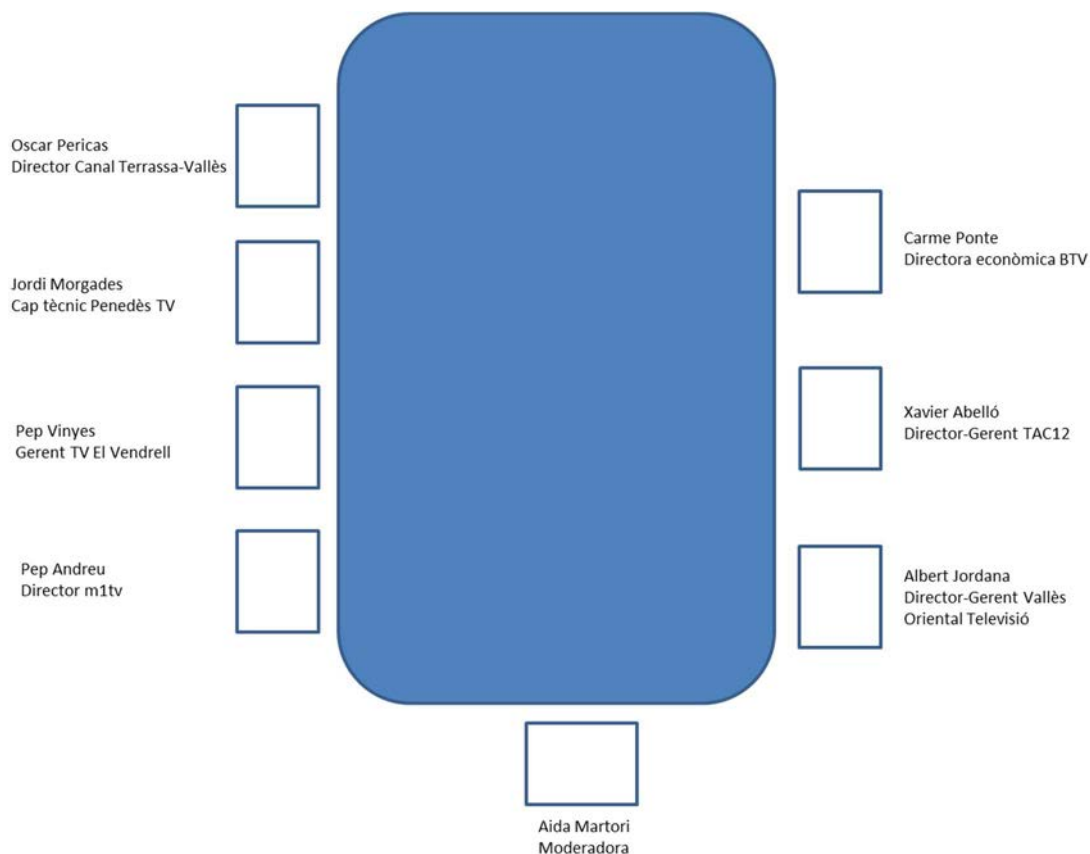


Figura 6. Estructura del focus grup. Elaboració pròpia.

La sessió s'ha celebrat en la data 3 de juny de 2015 a la sala 4 del Mercat de l'Audiovisual de Catalunya, a Granollers, a dos quarts d'una del migdia. La investigadora ha fet una breu introducció en què ha agraït als participants l'assistència al grup de discussió i ha explicat la dinàmica de la sessió. S'ha donat a conèixer que els torns de paraula eren lliures, tot i que es demanava un cert equilibri en la intervenció dels membres en els temes plantejats.

L'objectiu era que els assistents debatessin les temàtiques entre ells, a partir de les qüestions introduïdes per la moderadora, que ha començat la sessió amb una temàtica més genèrica, per anar focalitzant la conversa en aspectes més concrets a continuació. S'ha respectat el transcurs del debat entre els participants i el traspàs de temes que s'ha donat espontàniament, si bé

també s'han plantejat algunes qüestions que eren de rellevància.

1.5.1.4. Entrevistes en profunditat

Les entrevistes en profunditat han permès posar en context la informació obtinguda mitjançant els altres tres mètodes descrits. S'han realitzat a professionals experts en la matèria i/o que ocupen càrrecs rellevants per a entendre el fenomen analitzat. Les persones entrevistades per a aquesta recerca han estat (per ordre alfabètic):

- Alsius, Salvador. Vicepresident del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona, 01/02/2016⁵.
- Abelló, Xavier. President Coordinadora de Televisions Públiques Locals. Tarragona, 16/03/2015.
- Barragan, Gabi. Director d'Acció Local de la Xarxa Audiovisual Local. Barcelona, 10/03/2015.
- Besson, Joan. Coordinador entre La Xarxa Audiovisual Local i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels. Barcelona, 05/10/2015.
- Bramon, Dani. Editor TN Migdia i TN Comarques. Sant Joan Despí, 30/06/2015.
- Clavell, Ferran. Responsable d'innovació i Mitjans de Futur de TV3. Sant Joan Despí, 03/04/2014.
- Gras, Sífrid. Subcap d'informatius de TV3. Sant Joan Despí, 08/06/2015.
- Maragall, Ernest. Gerent d'ICB (1983-1989) i Conseller-delegat de l'ICB (1991-1995). Barcelona, 03/06/2016.
- Mellias, Marc. Cap d'Estratègia de la Xarxa Audiovisual Local. Barcelona, 18/06/2013.
- Moreno, Antoni. Director Grama TV / Núñez, Montserrat. Cap de producció Grama TV. Tona, 21/09/2015.
- Pérez, Montserrat. Cap de Producció de TV3. Sant Joan Despí, 08/06/2015.
- Pont, Josep. Vicepresident del CAC. Barcelona, 07/03/2014.
- Rafel, Pepi. Coordinadora Barcelona TV, Televisions de Districte de Barcelona. Barcelona, 14/09/2015.

⁵ Durant aquesta entrevista, hi ha intervingut la responsable de l'àrea jurídica del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Carme Fita, per fer alguns aclariments sobre aspectes legals.

- Rosés, Joan. Coordinador de Serveis Interactius de TV3. Sant Joan Despí, 03/04/2014.
- Sallent, Eugeni. Director de TV3. Sant Joan Despí, 21/05/2015.
- Vila, Joan. Director de Comunicàlia (2008-2013)⁶. Barcelona, 09/09/2016.

A banda de les entrevistes personals, s'ha fet una entrevista a quatre bandes, a les delegades de les demarcacions territorials de TV3, en data 01/10/2015 a la seu central de TV3, a Sant Joan Despí. Per videoconferència, hi han assistit Isabel Pascual, com a representant de Girona; Carolina Gili, com a representant de Lleida; i Anna Massip, com a representant de Tarragona. De manera presencial, hi havia Clara Cabezas, com a representant de Barcelona i cap de la secció de Societat.

Tots els càrrecs indicats en aquest apartat són els que ostentaven els i les professionals en el moment de l'entrevista.

1.5.1.5. Observació no-participant

L'observació no-participant s'ha dut a terme als prestadors públics de proximitat, generalment coincidint amb les dates en què es produïen les entrevistes a cadascuna de les seus. D'aquesta manera, la investigadora ha pogut estar durant mitja jornada realitzant observació no-participant a cadascun dels prestadors.

Durant aquesta observació no-participant, s'han pogut tenir converses amb el personal de la televisió. En el cas de les televisions de proximitat, aquestes converses s'han produït de manera informal amb els redactors i periodistes del canal. En el cas de TV3, s'han tingut converses informals amb periodistes de la secció de Societat i Territori, i amb personal del Telenotícies Comarques.

1.5.2. Recerca quantitativa

La investigadora ha complementat la recerca qualitativa per tal de quantificar el canvi produït en la relació entre TV3 i les televisions públiques de proximitat en quant a l'intercanvi de continguts informatius. Les metodologies explicitades fins ara apuntaven aquesta relació, a partir d'un punt d'inflexió: febrer de 2013.

Gràcies a l'accés autoritzat a la intranet de la Xarxa de Notícies (d'ara endavant XN) de La Xarxa

⁶ Malgrat que l'anunci del tancament es va fer públic el 2011 i des d'aquell any va cessar l'activitat de Comunicàlia, Joan Vila va constar com a director fins a l'extinció total d'aquesta plataforma.

de Comunicació Local (d'ara endavant La Xarxa), la doctoranda ha pogut accedir a l'historial de notícies intercanviades per analitzar el nombre de peces informatives intercanviades. S'han establert quatre lapses temporals, inserits en els límits temporals que la recerca abasta.

Febrer de 2011-febrer de 2012.

Febrer de 2012-febrer de 2013.

Febrer de 2013-febrer de 2014.

Febrer de 2014-febrer de 2015.

Aquests lapses temporals permeten, per una banda, adquirir context sobre el nombre d'intercanvis de notícies previ al canvi de model, analitzar què succeeix a partir del punt d'inflexió descrit, i veure la tendència durant quatre anys. S'ha considerat que analitzar els dos anys previs i els dos anys posteriors al punt d'inflexió, mitjançant lapses temporals anuals, és suficient per aconseguir dades que quantifiquen i corroboren allò que s'ha esbrinat mitjançant els altres mètodes. Cal considerar, per tant, que la recerca quantitativa no conforma el mètode central del treball, si bé és una metodologia que permet aportar dades que legitimen les conclusions del treball.

1.6. Estades de recerca

En el desenvolupament de la recerca, la doctoranda ha dut a terme estades de recerca en centres internacionals. Aquestes estades han tingut dos objectius bàsics:

- Aportar nous enfocaments, metodologies, bibliografia i contacte amb investigadors internacionals, així com conèixer altres corrents de recerca en l'àmbit de la televisió pública diferent als de Catalunya, per tal de complementar el treball.
- Conèixer altres models de televisió internacionals de referència, que han aportat context i perspectiva a la investigadora per analitzar l'objecte d'estudi català, així com establir comparacions i completar els aspectes propositius amb idees provinents d'altres sistemes.

1.6.1. Estada a Illinois, Estats Units

La primera estada de recerca s'ha realitzat entre octubre i desembre de 2013, al *Institute of Communication Research* de la *University of Illinois at Urbana-Champaign*. La doctoranda ha disposat d'una oficina al campus de la UIUC, ha tingut accés a la biblioteca, i ha estat en contacte amb els investigadors de l'institut de recerca, amb l'objectiu d'intercanviar coneixements.

El centre de destí ofereix un dels programes de doctorat de més renom en l'àmbit de la comunicació, centrat en temàtiques com l'organització, l'estructura i la política dels mitjans de

comunicació, les noves tecnologies, i els nous mitjans de comunicació, entre altres matèries. Aquestes àrees de recerca estan estretament relacionades amb les temàtiques de la tesi doctoral citada, per la qual cosa l'intercanvi de coneixements ha estat de gran utilitat per a la doctoranda.

L'estada ha proporcionat a la investigadora un ampli coneixement de nous enfocaments metodològics per a l'estudi de l'estructura dels mitjans de comunicació. També li ha permès apropar-se a una estructura diferent de l'estudi de cas, cosa que ha aportat elements d'interpretació i d'anàlisi de gran utilitat per a la recerca. El país de destí compta amb un model televisiu públic complex, format per un gran nombre de televisions de proximitat. Aquestes televisions estan integrades en grans xarxes de comunicació (*networks*) que intercanvien continguts. La investigadora ha identificat els punts forts i febles d'aquest model de referència, que utilitza les tecnologies més avançades en l'àmbit de les telecomunicacions, per tal de tenir-los en compte a l'hora d'analitzar el cas català i de preveure'n el futur.

Un altre element de comparació ha estat la poca presència de la televisió pública als Estats Units, en relació amb la gran importància que tenen a Catalunya els prestadors públics. Els EUA compten amb una xarxa de televisió pública, la *Public Broadcasting Service* (PSB), formada per 350 prestadors. La investigadora ha tingut en compte les diferències existents entre el concepte de "televisió pública" als EUA i a Europa, i més concretament a Catalunya.

Als Estats Units, les televisions públiques disposen de recursos financers governamentals, però les llicències de televisió local pública es concedeixen a diverses institucions, com ara organitzacions educatives (universitats o escoles), entitats sense ànim de lucre o productors externs. Només un petit nombre de les llicències estan adjudicades a entitats locals. Aquesta situació permet establir comparacions estructurades amb el cas català, on els prestadors públics són gestionats, en molts casos, per empreses públiques creades per aquesta finalitat, i dependents dels organismes públics.

Malgrat la presència dels prestadors públics, aquestes cadenes tenen uns índexs d'audiència baixos, en comparació amb les televisions comercials. A més, el nombre total de prestadors que integren la xarxa pública és molt baix en relació al nombre total de televisions: de les 1800 estacions existents, 1450 són comercials. Aquestes televisions privades són les que dominen el panorama televisiu nord-americà, seguint la lògica comercial i l'economia d'escala. La major part de televisions de proximitat privades estan integrades en una de les quatre *networks* principals, i un petit nombre de prestadors són independents.

L'estada ha estat tutoritzada pel professor Dr. James Hay, que s'ha dedicat àmpliament a

investigar sobre televisió, el mitjà de comunicació que centra l'objecte d'estudi de la doctoranda. El fet de poder estar tutoritzada per un investigador centrat en la matèria ha estat de gran ajuda per a ampliar el coneixement de la doctoranda sobre el mitjà. El Dr. Hay ha dut a terme aquesta supervisió en coordinació amb la Dra. Angharad N. Valdivia, directora de l'Institut.

Durant l'estada, s'ha realitzat observació no-participant al canal de televisió WILL TV, ubicat a Urbana (Illinois). També s'han dut a terme les següents entrevistes (per ordre alfabètic):

- Cameron, Scott. Cap d'informatius de WILL TV. Urbana, 20/11/2013.
- Davis, Ian Kivelin. Investigador de l'ICR expert en regulació, mitjans i política als Estats Units. Urbana, 05/12/2013.
- Flesch, Richard. Director d'informatius de WCIA. Champaign, 05/12/2013.
- Paul, John. Editor de l'informatiu d'UI7. Urbana, 11/12/2013.
- Schiller Dan. Doctor en comunicació. Urbana, 09/11/2012.
- Stanhle Ann. Periodista que ha treballat a WTAU (televisió afiliada a la PBS) i a WTWL (televisió afiliada a la NBC), i investigadora de l'ICR. Urbana, 23/10/2013.

1.6.2. Estada a Escòcia, Regne Unit

La segona estada s'ha dut a terme al *Centre for Cultural Policy Research (CCPR)* de la *University of Glasgow*. Aquesta estada, ha tingut una durada total de 3 mesos, repartits en dos períodes: octubre de 2014 i octubre-desembre de 2015.

Les tasques que s'han desenvolupat en aquesta institució combinen la revisió bibliogràfica amb el treball de camp. S'ha aprofundit en el marc teòric sobre el servei públic al Regne Unit i Escòcia, mitjançant de la documentació i entrevistes a experts (acadèmics i professionals). S'ha fet recerca sobre la BBC i les regions, prenent el cas d'Escòcia. També s'ha analitzat el cas de la BBC ALBA i el paper d'aquest canal en la promoció de la llengua gaèlica i la identitat. El cas de la televisió local a Escòcia ha estat àmpliament explorat per la doctoranda, per tal d'establir-ne comparacions amb el cas català.

Aquesta estada s'integra al projecte de tesi de manera transversal, ja que ha aportat coneixements a la investigadora en els diferents pilars de la tesi doctoral. El Dr. Philip Schlesinger ha supervisat aquesta recerca, essent un dels màxims exponents en l'anàlisi del sistema de mitjans escocès i en la seva influència en la construcció identitària, entre altres camps d'anàlisi. El Centre compta amb una gran reputació, i acull diversos investigadors internacionals amb els quals s'han establert vincles acadèmics.

Durant l'estada de recerca, s'han dut a terme les següents entrevistes (per ordre alfabètic):

- Hain, Bobby. Director de canals STV. Glasgow, 29/10/2014.
- Hain, Bobby. Director de canals STV. Glasgow, 03/11/2015.
- Huges, Paul. Editor STV Glasgow. Entrevista personal. Glasgow, 14/10/2014.
- MacKinnon, Norrie. Editor de notícies BBC Alba. Inverness, 27/10/2014.
- Mary, Margaret. Responsable del *Gaelic Digital Services* BBC Scotland. Glasgow, 21/10/2014.
- Rushton, Dave. Director *Institute for Local Television*. Videoconferència Barcelona-Edimburg, 19/11/2014.
- Rushton, Dave. Director *Institute for Local Television*. Videoconferència Glasgow-Edimburg. 11/12/2015.
- Schlesinger, Philip. Professor del CCPR de la Universitat de Glasgow i president del Comitè Assessor per Escòcia de l' Ofcom. Glasgow, 30/10/2014.
- Stewart, Alan. Director d'afers de regulació. Glasgow, 29/10/2015.
- Stewart Alan. Director d'afers de regulació. Glasgow. 23/10/2014.

Durant l'estada del 2014, també es va realitzar observació no-participant a la seu informativa de la BBC Alba, ubicada a Inverness.

Les estades de recerca han permès complementar i contextualitzar l'estudi de cas, i aportar unes conclusions més riques tenint en comte altres panorames de referència a escala internacional.

Capítol 2. La comunicació de proximitat i el servei públic audiovisual

El marc teòric d'aquesta tesi s'estructura en tres parts principals. La primera part la conformen elements de context per situar Catalunya com a espai comunicatiu on es desenvolupa el sistema de televisió pública, tenint en compte aspectes identitaris i nacionals.

Després d'una primera part introductòria en què es consideren elements de context, la segona i la tercera part contenen els fonaments teòrics sobre els quals s'estructura l'estudi de cas d'aquesta tesi doctoral. Es tracta, per una banda, d'una aproximació al concepte proximitat, i, per l'altra, d'una anàlisi dels postulats més recents del que es considera servei públic audiovisual. El marc teòric d'aquesta tesi doctoral se situa en la intersecció entre les dues branques teòriques mencionades, tal com mostra el següent esquema (figura 7).

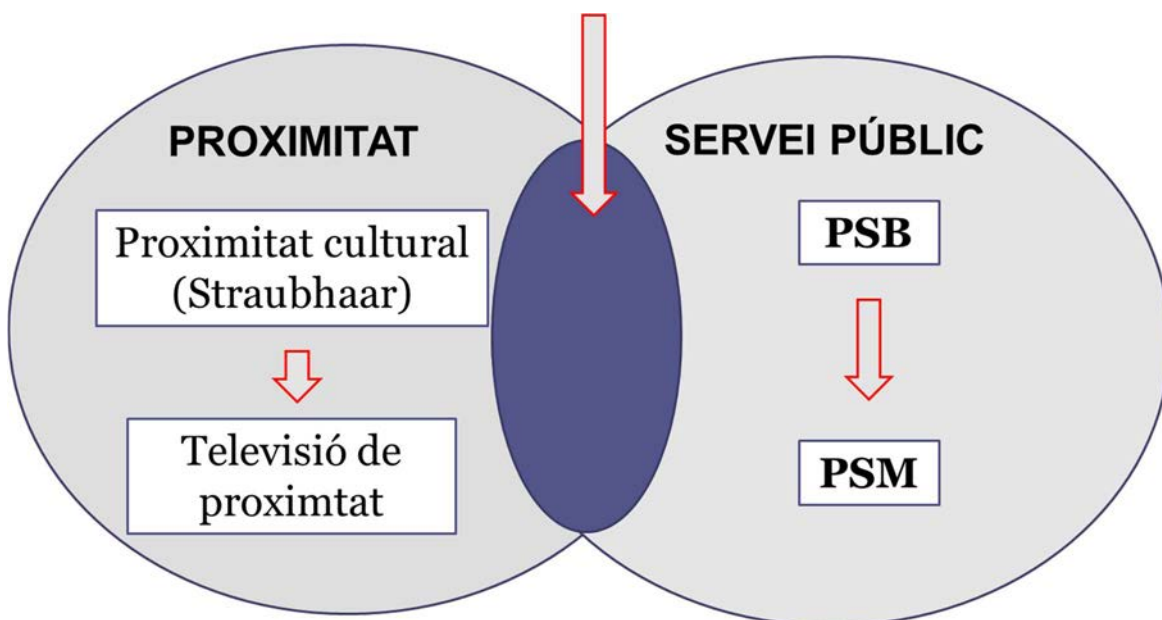


Figura 7. Esquema marc teòric. Elaboració pròpia.

PSB significa Public Service Broadcasting (servei públic audiovisual) i PSM vol dir Public Service Media (mitjans de servei públic).

S'ha pretès, en tots els casos, realitzar una recerca bibliogràfica al màxim d'actualitzada possible i tenir en compte els postulats més recents, sense deixar de banda els autors clàssics que han tractat cadascuna de les bases teòriques del treball. L'últim apartat del marc teòric consta d'una revisió actualitzada del marc legal que regula el servei públic audiovisual a Catalunya, fent especial incís en aquells aspectes que es refereixen als prestadors de proximitat.

2.1. Introducció a Catalunya com a espai de comunicació

Tot i el lligam existent entre les identitats nacionals i els mitjans de comunicació, en la literatura del nacionalisme els mitjans de comunicació de masses estan generalment poc teoritzats (Schlesinger, 1991). Per tal de no reproduir aquesta disfunció en el sentit invers, es tindrà en compte en aquesta investigació la literatura sobre la construcció nacional, que està relacionada amb els espais de comunicació i en l'estructura dels mitjans de comunicació.

El concepte de nació sense Estat⁷ (*Stateless Nation*, en terminologia anglosaxona) s'atribueix, segons McCrone (1998), a aquells territoris en què la identificació amb la nació és major a la de l'Estat al qual actualment formen part. Guibernau (2002) entén el concepte com a comunitats territorials amb identitat pròpia i desig d'autogovern incloses dins de les fronteres d'un o diversos estats amb els quals, generalment, no s'identifiquen.

L'autora explica que el sentiment d'identitat de les nacions sense Estat normalment es basa en una cultura comuna, una història pròpia (que es pot remuntar a una època prèvia al moment de fundació dels estats-nació), la vinculació a un territori particular i el desig explícit d'autogovern. Una nació sense Estat es caracteritza per l'absència d'Estat propi i per la impossibilitat d'actuar com a institució política en l'àmbit internacional (Guibernau, 2002). El terme de nació sense Estat l'han utilitzat per diversos autors, especialment per referir-se a Catalunya, el País Basc, Escòcia, Flandes o el Quebec.

Quan Gifreu i Corominas (1991) defineixen l'espai de comunicació es refereixen a la identitat, és a dir, quins són els components fonamentals i fonamentadors de les comunitats nacionals, que entenen com els mecanismes bàsics que constitueixen espais de comunicació definits pel referent dominant nacional, no estatal. Els autors esmenten, entre d'altres, la llengua pròpia, el territori, els rituals mediàtics i els referents propis. Per últim, mencionen la diferència, ja que un espai de comunicació es crea també per oposició a els altres espais.

L'espai de comunicació s'entén com l'existència d'un territori amb una historicitat particular, una comunitat cultural i lingüística, la presència d'un poder polític concret i institucions

⁷ En aquesta recerca la paraula Estat apareix amb la primera lletra majúscula quan es refereix a l'estructura d'un país, és a dir, al conjunt d'òrgans de govern d'un país o a la unitat política que el constitueix, segons la Real Academia Española; o a la forma d'organització política caracteritzada per l'existència d'un territori delimitat, una població definida i una autoritat que s'atribueix un poder indiscutible sobre els dos elements anteriors, segons l'Institut d'Estudis Catalans. La primera lletra anirà en majúscula sempre que la paraula pugui ser confosa per un dels altres significats del mot.

comunicatives que abasteixin el territori (Gifreu, 2014). La configuració d'un espai de comunicació a Catalunya està vinculat a aspectes que tenen a veure amb la construcció identitària i nacional. Deutsch (1953) afirmava que les nacions estan fortament lligades per les seves estructures socials comunicatives d'interacció, i que els pobles es mantenen units des de dins per aquesta eficiència comunicativa.

L'educació i les celebracions oficials tenen un paper rellevant en la consolidació d'identitats nacionals, tant si ens referim a Estats o a nacions sense Estat. Tot i que les institucions són elements clau en el manteniment de les identitats, aquestes es consoliden només si els actors socials les internalitzen (Castells, 1997), tenint en compte que la identificació ciutadana amb identitats sovint s'origina a través d'activitats que vénen des de la base. La identitat nacional és, per tant, mantinguda mitjançant l'ús del llenguatge i de la repetida exposició de símbols comuns; i en molts casos, ambdós elements es donen als mitjans de comunicació (Billing 1995).

Hassan (2014) reflexiona sobre els diferents significats i interpretacions que pot tenir el concepte nació, amb nombroses implicacions i conseqüències. L'autor té en compte diversos aspectes, com els polítics, territorials o els imaginaris. A través de les interaccions de la vida diària i de com aquestes es presenten als mitjans de comunicació, els ciutadans assimilen i perpetuen símbols i llenguatges que reforcen les seves identitats. Anderson (1983) atorga a la comunicació mediàtica una importància central en la formació de consciència nacional.

Schlesinger (1991) ha prestat atenció en els lligams entre espais de comunicació i identitats nacionals. L'autor considera que la globalització de la comunicació i la preocupació per la interconnexió global no poden fer deixar de banda els forts llaços existents entre les onades de comunicació social i els espais polítics nacionals, que segueixen essent fonamentals per a la identitat col·lectiva (Schlesinger, 2007).

Mackenzie (1998) expressa que les preocupacions modernes per l'internacionalisme i la interculturalitat han posat el centre d'atenció en les identitats nacionals que semblen interposar-se en el seu camí. Billing (1995) es postulava en el sentit que, sigui quin sigui l'impacte transformador de la globalització, aquest no ha neutralitzat els llaços nacionals, ja que les nacions es mantenen unides des de dins.

Bona part de la pràctica de signe nacionalista està enclavada en rituals i pràctiques quotidianes, i els puntals de la identitat nacional es reproduïxen rutinàriament, a través de banderes que onegen cada dia, herois esportius, el pronòstic meteorològic que reforça la consciència de la geografia política, o notícies que categoritzen determinats esdeveniments com a "assumptes domèstics" i els distingeixen de les informacions estrangeres (Billing, 1995).

Segons aquests postulats es justifica, per tant, analitzar el paper dels mitjans de comunicació i, més concretament, de la informació que ofereixen, ja que són els responsables de part d'aquestes pràctiques quotidianes rellevants en la construcció identitària. Les identitats polítiques estan basades en el llenguatge (Hassan, 2014) i en el que Mackenzie (1978: 165) va anomenar "comunitat de comunicadors", molt estretament relacionada amb els mitjans de comunicació i, en especial, amb la televisió.

En el cas de Catalunya, la construcció identitària està estretament vinculada a l'espai de comunicació, i es relaciona de manera directa amb l'element lingüístic i la normalització del català. Aquest aspecte diferencia el cas català de l'escocès, en què la construcció d'aquest espai no està necessàriament vinculada a l'ús d'una llengua pròpia⁸.

Les nacions es defineixen com a comunitats culturals -diferents dels Estats- que es construeixen en les ments de les persones en compartir història i projectes polítics (Castells, 1997). Seguint les idees de l'autor, dins d'un espai comunicatiu com Catalunya s'entrecreuen diferents nivells, per sobre i per sota de la nació, que ofereix múltiples identitats i aliances entre els seus habitants.

En aquest sentit, i tenint en compte la relació entre mitjans de comunicació i la construcció identitària, tindria sentit examinar els prestadors audiovisuals que reflecteixen i ajuden a construir aquestes identitats dins d'un espai comunicatiu. Com explica Castelló (2007), les corporacions de ràdio i televisió pública són elements fonamentals de la construcció nacional, no només des del punt de vista pràctic, com a eina, sinó també simbòlic: el fet de disposar d'una televisió nacional pròpia distingeix la nació.

En la construcció de l'espai de comunicació català, i en la configuració identitària nacional tan lligada a l'ús de la llengua catalana, hi han tingut un paper rellevant tant TV3 com les televisions públiques de proximitat. Tots aquests actors han desenvolupat un rol destacat en quant a la normalització lingüística i en la creació de comunitat identitària a Catalunya.

⁸ En el cas escocès, l'espai comunicatiu s'ha construït utilitzant com a llengua vehicular l'anglès. Segons les darreres dades de 2011, els parlants de gaèlic, la llengua pròpia d'Escòcia, se situen en l'1,2% de la població. El gaèlic ha tingut tradicionalment una presència minoritària en els canals de televisió, si bé des de 2008 s'ha inaugurat un canal, la BBC ALBA, orientat a promoure aquesta llengua.

2.2. El concepte de proximitat

És cabdal definir el concepte “proximitat” en un punt inicial de la investigació, per tal d’acotar l’objecte d’estudi i aplicar-lo de manera adequada a la recerca. En aquest apartat es partirà d’una visió internacional i àmplia del terme, referit inicialment a la proximitat cultural. Posteriorment es delimitarà el concepte fins arribar a definir la televisió de proximitat, un concepte rellevant en la recerca.

2.2.1. La teoria de la proximitat cultural

Joseph Straubhaar desenvolupa la teoria de la proximitat cultural a principis dels anys 90, i la reinterpreta al llarg dels anys 2000. Els seus postulats ajuden a emmarcar aquest treball i l’objecte d’estudi de la tesi. També donen peu a relacionar la proximitat cultural amb els valors de servei públic, que és l’espai on se situen les televisions públiques de proximitat.

S’ha considerat rellevant incloure un apartat referent a la proximitat cultural a partir dels postulats de Straubhaar (amb la incorporació dels punts de vista d’altres autors per a complementar-los) per dues raons. La primera és que la teorització de la proximitat cultural, reflexionada i reformulada al llarg dels anys, permet emmarcar la tesi en un espai teòric estretament relacionat amb la realitat que s’estudia. Per altra banda, l’autor ha aplicat la teoria de la proximitat cultural al camp televisiu, i fins i tot al servei públic de radiodifusió, de manera que les aportacions s’han orientat a interpretar la realitat d’aquest mitjà de comunicació.

La proximitat cultural està relacionada amb la proximitat geogràfica. La primera s’entén com els elements de la cultura que es donen en un indret determinat; i la segona, com l’espai concret en què les comunitats es relacionen. A continuació, es desenvolupen els postulats de l’autor, que relaciona aquests dos conceptes en diverses ocasions, especialment quan es refereix a la identitat multicapa i quan utilitza el terme geografia cultural. En aquesta recerca es considera que la proximitat cultural i la geogràfica estan lligades i es retroalimenten, ja que el conjunt d’elements culturals configuren la identitat i la identificació geogràfica dels individus, que es reflecteix en els mitjans de comunicació.

2.2.2. El paper actiu de l’audiència

Com a punt de partida, hi ha la premissa que els mitjans formen part d’una superestructura cultural que resulta de les relacions econòmiques, en què els productors locals competeixen amb les grans produccions, principalment nord-americanes i europees. A l’anàlisi de l’estructura i el rol dels mitjans de comunicació de masses, als anys 70 i 80 s’identifiquen fluxos d’un sol sentit, des dels països del primer món cap a la resta del món (Boyd-Barrett, 1980) en el camp de

la televisió i de les agències de notícies. La dependència cultural exposa que els mitjans formen part de l'estructura cultural que resulta de les relacions econòmiques de dependència.

Straubhaar (1991) fa una crítica al determinisme d'aquest punt de vista per la suposada limitació a raons econòmiques, deixant de banda el rol que juga l'audiència i les seves interaccions. En aquest sentit, l'autor introdueix el paper de l'audiència com a element clau per entendre el sistema cultural, mediàtic i televisiu, i com a actor determinant en la cerca de proximitat cultural en els mitjans de comunicació. Per tant, en un primer moment incorporava l'audiència en el debat sobre l'imperialisme en els mitjans, com a element actiu en la cerca de proximitat en els béns culturals.

La dependència evoluciona cap a una interdependència asimètrica en el mercat de la televisió mundial, amb una forta presència del component regional i local. En una esfera global, els individus segueixen cercant la proximitat cultural en els mitjans de comunicació, de manera que els continguts globals conviuen amb aquells més propers als ciutadans.

El públic té un paper actiu l'elecció i interpretació de l'oferta televisiva, i no és homogeni. Fiske (1987) ja havia posat de manifest el paper actiu de l'audiència en relació al mitjà televisiu, argumentant que les audiències consumeixen televisió per tal d'observar una comprensió de la realitat que els connecti amb la seva experiència social. Relacionava, per tant, espectadors amb interaccions socials, un postulat aplicable al cas de la televisió local, en què el mitjà projecta el que passa a la societat i retroalimenta la participació social.

Com a centre de l'aportació de Straubhaar (2008) aplicable a la investigació, cal mencionar la teoria que l'audiència cerca la proximitat cultural, que significa que la gent té una preferència per les produccions locals i nacionals, a causa de diferents factors: l'atracció pels rostres amb trets ètnics similars, la familiaritat amb els estils locals, l'atracció per les temàtiques locals, el coneixement local, la comprensió del sentit de l'humor o el reconeixement de les personalitats locals.

Tenint en compte una recerca desenvolupada a Holanda, Costera (2010) identifica set funcions socials que duu a terme la televisió local en relació a la seva audiència:

- Subministrar informació d'antecedents (imparcial, fiable i àmplia).
- Fomentar la integració social i aportar coneixement als ciutadans sobre com funciona la ciutat.
- Garantir la representació (donar veu i reconeixement, i reflectir la societat).
- Augmentar el coneixement local.

- Crear memòria cívica.
- Contribuir a la cohesió social.
- Potenciar un sentit de pertinença.

Segons l'autora, les emissores de televisió local constitueixen una condició prèvia per la democràcia, han de representar l'àrea local i han de subministrar històries contrastades sobre els seus residents.

2.2.3. Les múltiples capes d'identificació

Els individus s'identifiquen amb una varietat de nivells (múltiples capes d'identitat). En un context de globalització i de globalització mediàtica (Stiglitz, 2002; Mattelart, 1998), la identitat dels individus no únicament es globalitza o esdevé transnacional, sinó que conviuen diferents capes d'identitat segons la referència geogràfica (local, regional o transnacional) que es relacionen en base a regions lingüísticoculturals i nacionals (Anderson, 1983).

Aquests nivells d'identitat són articulats a través dels mitjans, en què hi tenen un paper destacat la televisió i Internet. Els mitjans de comunicació, per tant, esdevenen institucions complexes i multicapa. Segons Castells (1997), la identitat encara tendeix a basar-se en el llenguatge, la religió, la geografia, la història, l'origen ètnic, la memòria col·lectiva i els aparells de poder polític. Per tant, els elements de la identitat sovint corresponen a nivells culturals més petits que l'esfera global.

La televisió i les xarxes televisives es globalitzen, però també es dona un fenomen paral·lel de localització i regionalització, per tal de mostrar històries específiques referents a cadascun dels territoris i tradicions culturals. Les demandes d'adaptació a cadascuna de les realitats socials més properes donen lloc a la localització de la televisió.

Les indústries culturals tenen una tendència a gestionar la interdependència de les relacions internacionals i una adaptació de formes importades a nivell nacional. Emergeix una situació de forta adaptació al nivell local dels patrons globals (Kraidy, 2005). Però no tan sols això, a banda de la importació de formats i l'adaptació a escala domèstica, els públics busquen produccions que apel·lin a la realitat més pròxima, i que proveeixin informacions pròpies referents a la primera capa, la més propera als individus.

L'autor esmenta la presència d'una nova capa anomenada globalització, que no fa que desapareguin les altres, més pròximes a l'individu. Les capes no estan aïllades ni existeixen per separat, de manera que interactuen les unes amb les altres, especialment en l'àmbit cultural. La proliferació de múltiples capes d'identitat es relaciona amb l'ús dels mitjans. Straubhaar (2007)

diferencia els fluxos de televisió, segons diferents tipologies que responen a les diverses capes.

Considera que hi ha les següents infraestructures tecnològiques globals: un imperi nord-americà basat a Hollywood; altres exportadors globals (com és el cas de les telenovel·les llatinoamericanes o l'animació japonesa); productors lingüísticoculturals transnacionals i productors geoculturals relacionats amb la proximitat geogràfica, les cultures, els llenguatges i les històries similars; productors translocals, que creuen les fronteres (com és el cas dels EUA i Mèxic); productors nacionals; productors regionals; productors metropolitans; i productors locals.

Segons el que anomena geografia cultural, l'autor defineix la capa regional com la referida a la identitat i els mitjans que fan referència a una àrea més petita que l'Estat, però més gran que l'estrictament local. Com a exemple, esmenta regions amb una rellevància cultural i lingüística. Straubhaar, en canvi, utilitza el mot nacional per referir-se a la capa estatal. Cal deturar-se en aquest punt per aclarir que, malgrat que estem d'acord en situar la capa regional com a aquella que se situa entremig de l'estatal i la local, en la recerca no entenem la nació com a sinònim d'Estat, en considerar que els Estats poden ser plurinacionals (com és el cas d'Espanya) i que les regions també poden complir els requisits de nació (com és el cas de Catalunya).

Si s'avança cap a les capes més pròximes, es pot destacar la diferenciació que fa l'autor entre productors metropolitans i productors locals. En el cas dels primers, fa referència a ciutats globals que estan relacionades amb les xarxes globals i que produeixen un elevat volum de contingut propi, dirigit a la pròpia ciutat però també per a les regions, nacions o espais transnacionals. Els productors locals se situen al nivell de ciutats més petites, municipis o fins i tot barris. L'esquema següent (figura 8) presenta el mapa conceptual que es deriva de la idea d'identitat multicapa, tenint en compte que l'individu es trobaria al centre de l'esquema.



Figura 8. Mapa conceptual de la identitat multicapa. Elaboració pròpia.

En el marc de la globalització i amb Internet com a font de consum audiovisual cada vegada més generalitzat, es produeix un fenomen paral·lel: els grans fluxos informatius de la superestructura cultural fan que les fórmules televisives es globalitzin cada cop més i, per altra banda, també creix la necessitat dels ciutadans de disposar de projectes que donin resposta a les seves necessitats de proximitat cultural. Les diferents capes d'identitat, reflectides en els mitjans, no han fet desaparèixer la presència de prestadors de televisió local ni han homogeneïtzat el mercat televisiu, fent palesa la necessitat dels espectadors de disposar de projectes comunicatius que reflecteixin els diferents nivells d'identitat.

Tot i això, no es pot obviar el procés d'hibridació, vist com el resultat del canvi cultural produït pel contacte dels elements locals, regionals, nacionals, transnacionals i globals. Els nous elements externs d'una cultura s'introdueixen de manera gradual, i tendeixen a integrar-se i adaptar-se a la cultura local al llarg del temps.

La hibridació i la identitat multicapa són dues situacions complementàries, si es té en compte que la hibridació és un procés a llarg termini en què les identitats estan en un canvi permanent (Nederveen Pieterse, 2004). En la situació actual coexisteix el fenomen de la multiplicitat de capes i la hibridació.

2.2.3.1. El mitjà televisiu en relació a les múltiples capes d'identitat

Es produeix una situació dicotòmica, en què la localització dels continguts conviu amb la cerca per part dels espectadors de propostes que reforcin els aspectes de la identitat que facin referència a la nova capa d'identitat transnacional o global. Això no obstant, les capes d'identitat tradicionals, al nivell local o regional, segueixen essent més fortes per la majoria d'individus. “La televisió local és popular perquè la gent viu la majoria de les seves vides a una localitat, i, per tant, vol saber moltes coses sobre aquesta i s'identifica amb ella fortament” (Straubhaar, 2007: 222).

Straubhaar atribueix una importància destacada als canvis tecnològics al desenvolupament dels mitjans i a la televisió, que permet augmentar la producció local i possibilita la descentralització. El paper actiu de l'audiència i els canvis tecnològics, fan que actualment es doni una multiplicitat de relacions possibles entre països en quant al sistema mediàtic, que poden incorporar fórmules d'importació de programes combinades amb programació local. Aquest fet reforça la necessitat, ja esmentada, de moure's dels paradigmes de les teories de la dependència cap a la interdependència asimètrica.

Aquesta aproximació es refereix a la desigualtat de condicions en què es troben els països en relació al seu poder polític, econòmic o, en el cas mediàtic, cultural. “Tot i que els Estats Units encara dominen els fluxos mediàtics mundials, les indústries nacionals estan consolidant una posició relativament més independent en el mercat televisiu global” (Straubhaar, 1991: 56), ja que les audiències cerquen la proximitat cultural en els programes televisius.

Davant la multiplicació de l'oferta comunicativa i televisiva, els prestadors locals juguen un paper destacat en la satisfacció de les demandes dels ciutadans, responen a la teoria de la proximitat cultural. La proximitat cultural explica la tendència a preferir la producció local o nacional, i aquells productes culturals que es trobin a prop de la pròpia identitat de les persones. Els ciutadans busquen a la seva comunitat immediata les senyes d'identitat pròpies i genuïnes, que poden ajudar a fer front a la complexitat i la hibridació creixent (Moragas, Garitaonandia i López, 1999). Les televisions locals tenen la missió d'oferir, també a través d'Internet, aquells productes audiovisuals més propers a la identitat local dels individus.

El món dels mitjans està fortament estratificat i Internet extrema el rang de capes de producció i d'identificació, des de l'esfera més global a la més local. Relacionant la geografia cultural amb la tecnologia, es pot afirmar que els projectes on-line són més econòmics i permeten l'emergència de nous portals de televisió i de notícies més localitzats, per a ciutats, pobles o barris. D'aquesta manera apareixen noves fonts de notícies amb les quals l'audiència s'identifica,

ja que són extremadament localitzades.

La proximitat cultural i la proximitat geogràfica estan estretament relacionades amb el concepte de televisió de proximitat, entès com una atenció preferent als continguts informatius relatius al propi territori de referència, tenint en compte la repercussió en l'entorn més immediat, l'àmbit geogràfic i la visibilitat del món local (Domingo, Alborch i Arauna, 2009). Straubhaar (2007) argumenta que les cultures nacionals i les xarxes de televisió nacionals encara dominen els hàbits de consum de la major part de les audiències.

Prado (2004) defensa que en un context de globalització generalitzada, les televisions de proximitat representen l'única oportunitat pels territoris i col·lectius de trobar el reflex en els mitjans de comunicació. Aquest fet té una gran transcendència com a contrapès als processos de globalització cultural, així com en termes de conservar la memòria històrica i prestar un servei a la normalització lingüística en els territoris que tenen llengües pròpies.

En un context en què els espais socials relacionals es desterritorialitzen i es dilueixen els trets identitaris, la televisió local (tant per TDT com per Internet) té la possibilitat de ser l'actor que justament s'encarregui de refermar de nou les identitats locals perquè no es dilueixin en la globalitat.

2.2.3.2. Proximitat i mitjans públics en l'era digital

Straubhaar fa referència als mitjans de servei públic en l'entorn globalitzat com a "marques" nacionals de mitjans, especialment a Europa. Els mitjans de comunicació públics de proximitat tenen el repte d'integrar-se en les noves xarxes digitals, enteses com un nou espai públic, fins i tot com un nou espai internacional i gairebé mundial (Zallo, 2011).

Es pot exemplificar aquest plantejament amb el cas dels països nòrdics, en què els prestadors de servei públic han creat un vincle amb el ciutadà que els considera un recurs informatiu i cultural fiable, que contribueix a reforçar la capa nacional d'identitat (Sondergaard, 2003). També la BBC és un exemple de mitjà de comunicació públic plenament integrat a l'esfera on-line, exercint com a portal de referència i com a recomanador d'informacions rellevants o fiables.

Aquests postulats serien aplicables en el cas de Catalunya, en què TV3 esdevé un actor que reforça la identitat nacional, essent un prestador de servei públic integrat en l'esfera on-line. Els mitjans de proximitat estan cada vegada més presents a l'entorn on-line i, alguns, fins i tot opten per representar la proximitat cultural únicament per Internet.

2.2.3.3. El concepte multicapa aplicat als mitjans públics de Catalunya

És rellevant emmarcar l'objecte d'estudi segons les categories mencionades, a partir de la interpretació de Straubhaar. Per una banda, TV3 formaria part de la capa de productors regionals i, més concretament, de les regions que tenen un component lingüístic i cultural diferenciat. Per altra banda, els prestadors de televisió de proximitat formarien part de la capa de productors locals, en aquest cas amb una àrea de cobertura de municipi o ciutat.

En el cas de Barcelona, per les característiques de la ciutat es podria considerar la televisió pública local com un prestador metropolità. També es pot emmarcar el prestador Barcelona Televisió (BTV) en la categoria comuna de local, juntament amb les altres televisions, ja que l'estudi de cas i l'observació participant rebel·len que no està intensament interconnectat amb xarxes més globals, i que produeix bàsicament informació local per a la ciutat.

2.2.4. De televisió local a televisió de proximitat

Els mitjans de comunicació locals han estat un objecte d'estudi àmpliament investigat en la segona meitat del segle XX. A Catalunya, la comunitat investigadora va començar a centrar-se en aquesta temàtica especialment a partir dels anys 80, quan va aparèixer la necessitat d'interpretar el naixement i la proliferació de les televisions locals.

El concepte de "local" conté limitacions que cal superar, sobretot pel que fa a la diversitat de realitats a les quals es refereix, que no sempre coincideixen amb els límits territorials d'una localitat. El terme "proximitat" és útil en aquest treball per anar més enllà de la denominació històrica de comunicació local i comarcal.

A Catalunya, l'antecedent més directe al concepte "proximitat" fa referència a la mesocomunicació. Miquel de Moragas defineix quatre àmbits de comunicació: megacomunicació, macrocomunicació, mesocomunicació i microcomunicació (Moragas, 1985). Dins d'aquesta catalogació, la mesocomunicació se situa entre la gran comunicació i les petites circulacions informatives en l'àmbit interpersonal i grupal, amb una forta relació entre els continguts que s'hi emeten i l'activisme social.

Tot i aquest intent de teoritzar l'objecte d'estudi i de donar més visió i notorietat a la comunicació local, el concepte no va arribar a substituir la denominació de comunicació local i va entrar en desús als anys noranta (Guimerà, 2012). En aquesta dècada, el terme "local" seguia sent el més utilitzat per denominar els mitjans de comunicació que oferien una informació propera al territori.

En el cas de la televisió, la legislació també utilitzava aquest terme a la Llei 41/1995 de la

Televisió Local per Ones Terrestres. S'entenia la televisió local com un mitjà audiovisual amb naturalesa de servei públic, i un àmbit de cobertura delimitat pel nucli urbà, gestionat per un municipi o per una empresa privada a través d'un règim concessionari.

Aquesta realitat ha evolucionat, especialment des del pas a la TDT, en què la major part de les televisions tenen un àmbit de cobertura supramunicipal. Per a desenvolupar la investigació que aquí es proposa, es considera més escaient el concepte "proximitat". És una nomenclatura més acurada i precisa, que permet englobar l'àmbit de difusió i cobertura dels mitjans que centren la investigació: les TDT-L.

Tot i que la "L" és la sigla de local, aquests mitjans de comunicació presenten unes característiques concretes en què és complex identificar i definir l'àmbit de cobertura i l'àrea de difusió, que sovint no són coincidents i que no corresponen a una sola localitat. Per aquest motiu, es considera que cal utilitzar un concepte que permeti anomenar aquests mitjans pel model i tipus d'informació que emeten, més que no pas pel territori que engloben.

Amb la implementació de la TDT, el concepte de comunicació de proximitat respon més bé als reptes que planteja la multiplicitat de fórmules comunicatives locals, supramunicipals, comarcals, etc. Tot i això, local i proximitat han estat utilitzats com a sinònims en nombroses ocasions, com es recull a la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya. En el text d'aquesta norma s'utilitza de manera intercanviable "televisió local" i "televisió de proximitat".

La legislació catalana considera oportú incloure el terme "proximitat", a diferència de la legislació espanyola. El mateix any, la Llei 10/2005 de Mesures Urgents per l'Impuls de la Televisió Digital Terrestre, la Liberalització de la Televisió per Cable i el Foment del Pluralisme utilitzava únicament el concepte de televisió local per referir-se a les TDT-L. Actualment és més útil aprofitar el ventall de possibilitats que ofereix el concepte "proximitat" per poder al·ludir a aquells mitjans que emeten informacions arrelades al territori, més enllà del límit territorial concret, ja sigui de barri o districte, local, comarcal o supracomarcal.

El concepte de proximitat aplicat als mitjans va aparèixer en l'àmbit d'estudi de la televisió. Va ser utilitzat per primer cop a França, a finals dels anys vuitanta, com a "télévision de proximité" (Guimerà, 2012). És d'especial rellevància en aquesta investigació destacar que la primera referència pretenia denominar les desconexions que havia començat a fer el canal públic de cobertura nacional France 3.

És notori el fet que el terme no aparegui per referir-se a les televisions de cobertura local i supralocal, sinó que es pretenia donar resposta al tipus d'informació propera al territori que emetia una televisió d'abast estatal. En aquest sentit, concerneix a un tipus d'informació

propera al territori que s'emet mitjançant la fórmula de la desconexió, de manera que cada territori rep les informacions referides a l'àmbit geogràfic que li és propi.

Si s'aproxima aquesta primera interpretació al present estudi, s'observa que aquest model ens pot recordar al que es duu a terme el Telenotícies Comarques de TV3, en què, després d'un bloc d'informacions comunes es produeix una desconexió per províncies, amb informacions més properes a cada territori. Aquesta denominació permet donar resposta al ventall ampli de modalitat de televisions arrelades al territori, ja que no es defineix segons els límits territorials (com és el cas del terme local o comarcal).

Els investigadors belgues Pierre Fastrez i Stéphanie Meyer van desenvolupar el concepte de proximitat a finals dels anys 90. Consideren que la relació de proximitat entre televisió local i receptor s'estableix a través de la programació, basada en tres relacions:

- ✓ Mitjà de comunicació i receptor
- ✓ Mitjà de comunicació i món referencial
- ✓ Receptor i món referencial

Aquesta interpretació del concepte està en consonància amb el fet de donar importància als continguts, en considerar que aquests són propers si es refereixen al territori concret en qual emeten, i que els continguts propers d'un indret no ho seran en un altre.

A Espanya, aquest concepte l'introdueix el grup de recerca EURORETV, que cerca una nomenclatura que delimiti un objecte d'estudi que comprèn una gran diversitat de models televisius (Guimerà, 2012). Miquel de Moragas, Carmelo Garitaonandía i Bernat López s'hi refereixen l'any 2009 per denominar les experiències d'emissió a "petita i mitjana escala", en una recerca sobre les televisions de proximitat a Europa. En aquest sentit, se segueix amb la línia encetada a França, de prestar atenció –a l'hora de definir el concepte– als continguts informatius relatius al seu territori.

El terme de proximitat ja era utilitzat en la comunitat investigadora i també en algunes publicacions, quan la seva incorporació a l'ordenament jurídic català li va donar un nou impuls. Com ja s'ha apuntat, la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya va incorporar aquest concepte de la mà del de televisió local. Malgrat que no es recullen accepcions diferents per als dos conceptes, és rellevant mencionar l'aparició del concepte a la legislació catalana.

El concepte de televisió de proximitat serveix per fer referència tant a les televisions locals i comarcals, com a les diverses fórmules existents en les demarcacions, que apareixen amb l'arribada de la TDT i que sovint no corresponen als límits de la comarca. Permet, a més, anar

més enllà de l'àmbit de cobertura i donar cabuda també al tipus d'informació que emeten.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC, 2001) defineix el concepte de televisió de proximitat com un tipus de televisió que es caracteritza per estar vinculada al territori amb infraestructures i capacitat de producció pròpia en la seva demarcació⁹. Considera que promou mecanismes d'accés i de participació de la ciutadania, dóna impuls i col·labora amb la indústria audiovisual local, i dedica la major part del temps d'emissió a continguts relacionats amb l'àmbit de cobertura (culturals, esportius, cívics, històrics).

En aquest intent de teoritzar l'objecte d'estudi també és útil l'aportació de Domingo, Alborch i Araüna (2009), que defineixen la informació de proximitat com aquella que reflecteix esdeveniments i tendències que es desenvolupen en l'entorn més immediat de l'audiència. Aquesta definició es refereix a l'espai on té lloc la notícia i la relació d'aquest espai amb l'espectador.

Els mateixos autors distingeixen entre les notícies de proximitat que poden resultar atractives en informatius generalistes, i les notícies d'àmbit internacional, estatal o autonòmic que poden tenir un vessant més pròxim, quan se'ls dóna un punt de vista local i s'interpreten d'acord amb com afecten els ciutadans o les institucions locals. El següent quadre (figura 9) mostra els dos vessants de la informació local, en relació al context generalista.

Entorn general ↑atrau Informació de proximitat	Entorn general ↓afecta Informació de proximitat
--	---

Figura 9. Quadre de les dues vessants de la informació local. Elaboració pròpia.

Si continuem amb la definició del concepte de proximitat que fan els investigadors Domingo, Alborch i Araüna (2009), s'observa que desglossen el concepte de proximitat segons:

- La **repercussió** de la notícia, en funció dels ciutadans a qui afecta, de tal manera que els pugui ser útil per prendre decisions i estar al dia d'allò que succeeix al seu entorn més immediat.
- L'**àmbit geogràfic**, que es determina segons els protagonistes i l'escenari d'una notícia.

⁹ La demarcació és l'àmbit de cobertura d'un canal múltiple de TDT, tal com s'explicarà al llarg del treball.

- La **visibilitat del món local**, en funció de si s'han inclòs fonts locals, independentment de la repercussió i l'abast geogràfic d'una informació. Aquesta dimensió permet connectar les tendències locals i la realitat pròxima, que els ciutadans entenguin les repercussions de les informacions d'abast local, i que compreguin el seu entorn immediat. Aquesta dimensió correspon al segon vessant de la informació local, en què l'àmbit local es pot presentar com a origen o causa de l'esdeveniment, o com un cas/exemple de la informació, tant si té repercussió local com general.

La principal concreció de la televisió de proximitat, segons els autors, és l'atenció preferent dels prestadors als continguts informatius relatius al territori de referència. A continuació, es presenta una altra definició de proximitat que serveix per a sintetitzar el concepte en aquesta recerca:

El concepte de proximitat aplicat a la televisió té a veure amb la idea que entre l'emissora i els seus receptors existeix un escenari d'experiències compartides, cosa que, en definitiva, es veurà reflectida en els continguts de la programació (Moragas, Garitaonandía i López, 1999: 19).

La televisió de proximitat ha estat definida per Prado (2004) com aquella que es dirigeix a una comunitat local delimitada territorialment, però que ho fa amb continguts relatius a l'experiència quotidiana dels receptors, a les seves preocupacions, al seu patrimoni cultural i a la seva memòria històrica, amb la voluntat d'incrementar la participació social de la comunitat. "Proximitat fa referència a l'àrea geogràfica de difusió (local), però sobretot es refereix als usos socials dels continguts" (Prado, 2004: 32).

En aquest context, el concepte de proximitat implica el reconeixement d'un escenari compartit entre emissor i audiència, que queda reflectit en el contingut final de la programació, especialment els telenotícies (Prado i Moragas, 2002). Els autors defensen que quan es preserven aquestes missions es poden generar sinergies positives amb el conjunt del sistema audiovisual i de comunicació.

L'article 1 de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya equipara el concepte de local i de proximitat. La normativa entén el servei de televisió local o de proximitat com aquell que es presta dins d'un àmbit territorial més reduït que el del conjunt del territori de Catalunya. I explica que la televisió local es caracteritza per una programació de proximitat, generalista o temàtica, dirigida a satisfer les necessitats d'informació, de comunicació i de participació social de les comunitats locals compreses en la demarcació específica de què es tracti.

Segons la definició en el Plec de Clàusules del Concurs Públic de la TDT Local Privada a Catalunya,

la televisió de proximitat és aquella televisió que es vincula al territori amb infraestructures i capacitat de producció pròpia en la seva demarcació o en una contigua, promou mecanismes d'accés i de participació de la ciutadania a qui s'adreça, dóna impuls i col·labora amb la indústria audiovisual local.

També es defineix com una televisió que, ja sigui mitjançant una programació de caràcter generalista o bé amb una programació de caràcter temàtic, dedica la major part del temps d'emissió a continguts relacionats amb l'àmbit de cobertura, les manifestacions culturals, els esdeveniments esportius, l'activitat econòmica, les novetats tecnològiques, les expressions tradicionals, així com la identitat lingüística o històrica del seu entorn geogràfic i aquelles altres que es refereixin als col·lectius humans que hi conviuen.

La implantació de la TDT, tal com es va planificar, va obligar a redefinir el concepte de televisió local i el va situar en l'àmbit de la proximitat. En una reunió d'acadèmics i intel·lectuals, celebrada abans de l'adjudicació de llicències i organitzada per la Direcció General de Mitjans de Comunicació de la Generalitat, en va sorgir la següent definició¹⁰:

S'entén per televisió local de proximitat aquella que està gestionada per una empresa o institució, pública o privada, amb o sense ànim de lucre, vinculada al territori i amb infraestructures de producció en la demarcació d'activitat, i que emet, predominantment en català, continguts informatius (veraços i plurals), de creació, d'entreteniment i interactius, fonamentalment relacionats amb allò que succeeix en l'àmbit proper, geogràfic, humà, cultural, lingüístic i històric, i que promou mecanismes d'accés i de participació dels ciutadans. Reunió d'experts, 2004.

A banda d'entendre el concepte com a proximitat territorial, es pot concebre també la proximitat temàtica, quan determinats prestadors es dediquen a parlar sobre qüestions temàtiques concretes, com podria ser educació.

El concepte de proximitat serà utilitzat al llarg de la tesi doctoral en un sentit ampli, per referir-nos a:

- ✓ **Televisions de proximitat:** aquelles televisions que tenen un àmbit de cobertura menor a la comunitat autònoma i que emeten una programació compromesa i destinada a

¹⁰ Es tracta d'una definició que es va consensuar en una reunió realitzada a Barcelona a porta tancada de la qual en va resultar un document inèdit que s'ha pogut consultar per a aquesta recerca.

aflorar les informacions del territori més proper¹¹.

- ✓ **Informació de proximitat:** aquella informació -emesa en televisions de proximitat o generalistes- que repercuteix, afecta o dóna visibilitat al món local.

El terme proximitat, per tant, serveix per al·ludir a una realitat diversa, que permet donar resposta a la naturalesa múltiple dels prestadors de televisió actual. Les televisions de proximitat englobaran les televisions de barri o districte, les locals i les supramunicipals.

Els termes descrits seran útils en aquesta investigació per a fer un seguiment de la tendència que han seguit recentment les televisions de proximitat. Amb la digitalització, moltes de les televisions locals van passar a ser supramunicipals i, fins i tot, supracomarcals. En els darrers anys, s'observa una tendència de què algunes d'aquestes televisions de proximitat s'estan municipalitzant, especialment les que emeten per Internet. El concepte "proximitat" permet englobar prestadors de característiques diverses, que aquesta recerca pretén analitzar.

2.3. Servei públic audiovisual

Si es cerca la paraula "públic" al Diccionari de la Llengua Catalana, s'hi troba que és un adjectiu amb la següent definició: "relatiu o pertanyent a la societat, a la comunitat (per oposició a privat)". I, com a exemples, s'hi especifiquen el bé públic, l'ordre públic o el sector públic. Com a definició econòmica de sector públic, hi apareix el següent enunciat: "àmbit de l'activitat econòmica que controla l'Estat, o en la qual aquest participa ja sigui directament o mitjançant instàncies públiques sotaposades".

Els mitjans de comunicació que conformen l'objecte d'estudi d'aquesta investigació corresponen al sector públic. En aquest sentit, però, ens veiem obligats a substituir la paraula Estat per administració pública, ja que en el cas de les televisions públiques catalanes, aquestes són participades per la Generalitat o els ajuntaments (i, en alguns casos, pels Consells Comarcals) mitjançant el que apareix a la definició com a "instàncies públiques sotaposades", que són – generalment- ens públics creats per a gestionar aquests mitjans.

Una vegada definit que aquestes televisions corresponen al sector públic, volem aplicar-ho a la noció de "servei". Els mitjans de comunicació, més enllà de la seva naturalesa pública o privada, i, en el nostre cas, més enllà de formar part del sector públic, desenvolupen una funció de servei

¹¹ En aquesta recerca, televisió de proximitat s'aplica als prestadors que tenen un àmbit de cobertura menor a la comunitat autònoma, si bé hi ha altres autors que també el fan servir per referir-se als prestadors autonòmics. Malgrat això, s'accepta que el prestador autonòmic emet informació de proximitat en algun dels seus espais.

a la societat que s'anomena "servei públic". Considerem que definir aquest concepte és primordial en la present investigació, ja que es tracta d'una base teòrica aplicable a l'hora de desenvolupar el treball de camp.

La definició de "servei" és la següent: "acció de servir o d'ésser útil a algú o a algun ús". Si ajuntem aquesta definició amb la de públic, es podria considerar que el concepte té dues idees bàsiques: la idea d'utilitat i la de pertànyer a la societat. "Servei públic", segons la Gran Enciclopèdia Catalana, és aquell servei prestat de forma regular i contínua per l'administració directament o mitjançant concessionari, per a satisfer les necessitats generals públiques. Al llarg d'aquest capítol procurarem desenvolupar el concepte a partir d'aquesta premissa de partida, aplicar-la al cas dels mitjans de comunicació i buscar les aplicacions del terme en el cas del model de televisió pública catalana.

El terme de "servei públic de radiodifusió" s'associa d'entrada a conceptes com la bona televisió, la televisió digna o la televisió que depèn de les institucions públiques. En aquest apartat, però, volem esclarir exactament què és el servei públic audiovisual i, sobretot, quins valors se li associen. També veurem com ha evolucionat el concepte, per tal d'actualitzar-lo i d'interpretar-lo en el context de la digitalització.

Per a definir aquest concepte es recullen les referències històriques que són rellevants, però també s'analitzen les aportacions al màxim d'actuals possibles per tal d'oferir una descripció detallada aplicada al moment present i als nous contextos comunicatius en què s'insereix la televisió pública, essent especialment rellevant analitzar-lo en relació l'era digital. Per a desenvolupar aquest apartat, s'ha fet una revisió bibliogràfica i també de la legislació d'alguns models de referència de servei públic, complementada amb la mirada dels experts en aquest camp.

2.3.1. Els valors de servei públic

El servei públic audiovisual va associat a determinats valors i conforma un valor en sí mateix que tractarem de definir i acotar. En molts casos, els ciutadans tenen present quins aspectes de la televisió no consideren que compleix amb valors de serveis públics. Es podria afirmar que continguts de qualitat, pluralitat i diversitat són conceptes associats als mitjans de comunicació de naturalesa pública.

La literatura ofereix notables aproximacions sobre servei públic, sovint sustentades en la legislació del sector o en declaracions fetes per diferents organismes relacionats amb la comunicació. Les consideracions sobre què és el servei públic són diverses, però tenen aspectes en comú que intentarem sintetitzar. En aquest capítol es pretén oferir una mirada àmplia sobre

el concepte de servei públic¹², per a acabar oferint un punt de vista més acotat del concepte.

2.3.1.1. Entretenir, informar i educar... i interactuar

Les missions de servei públic en televisió giren al voltant de tres eixos: entretenir, informar i educar¹³.

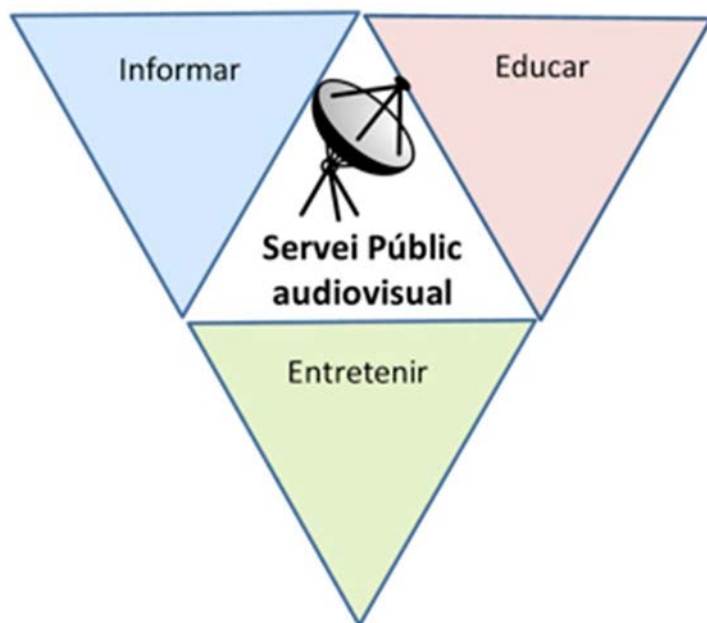


Figura 10. Esquema dels valors del servei públic audiovisual. Elaboració pròpia.

Malgrat que s'atribueix l'autoria dels tres conceptes associats als servei públic al primer director general de la BBC (British Broadcasting Company), Lord Reith, el primer que va mencionar aquests principis va ser l'estatunidenc David Sarnoff, el pioner de la ràdio americana uns mesos abans de la creació de la BBC. Tot i això, la ràdio americana es va desenvolupar principalment a través de la iniciativa privada, mentre que el concepte de servei públic ha estat àmpliament desenvolupat sobretot per la BBC i altres mitjans europeus. Reith, segons el web oficial de la BBC¹⁴, entenia el servei públic com un sentit d'obligació moral i finançament assegurat.

¹² Ens basem en la Directiva 2010/13/UE de Serveis de Comunicació Audiovisuals, que atribueix el servei públic als mitjans de titularitat pública. Tot i això, cal tenir en compte l'interès públic, que s'atribueix als mitjans audiovisuals, siguin de naturalesa pública o privada.

¹³ Aquests tres conceptes van centrar la reflexió de la primera taula de la jornada "Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur", organitzada per l'Institut d'Estudis Catalans i celebrada el 20 i el 21 de febrer de 2014 a Barcelona, a la qual va assistir l'autora d'aquest treball.

¹⁴ <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/> [darrera consulta: 04/02/2016].

Ha passat gairebé un segle des de la primera menció a aquests tres conceptes com a pilars del servei públic i, malgrat el pas del temps, segueixen vigents. El que cal és interpretar-los d'una manera més àmplia i redefinir la relació entre sí. A més, cal sumar-hi un quart infinitiu: interactuar.

En l'era digital, el factor de la interacció amb el l'audiència és un valor fonamental del servei públic, en què la comunicació de masses deixa de ser unidireccional. "El camp de batalla més recent per a les emissores públiques són les noves plataformes de mitjans que ofereixen interactivitat i una oferta més selectiva dels programes" (Bardoel i d'Haenens, 2008: 7). L'espectador passa a ser un subjecte actiu en el sistema de comunicació que no pot ser comprès com una massa receptora de missatges, sinó com un subjecte crític que pot canalitzar les seves demandes i respondre els mitjans de comunicació.

2.3.1.2. Independència política i governamental

Per tal que el servei públic desenvolupi les seves funcions bàsiques d'entretenir, informar, educar i interactuar, aquestes missions han d'anar acompanyades de dos requisits: ésser un servei desgovernmentalitzat i despolititzat. Això significa que, malgrat ser finançat principalment a través de fons públics (amb les seves diverses modalitats de finançament) i atendre el debat polític, s'ha de garantir una independència del govern i de les forces polítiques.

En el cas de la desgovernmentalització, els mitjans públics han d'establir mecanismes que assegurin la independència del govern de torn¹⁵. En relació a aquest aspecte cal mencionar la importància de la creació d'ens independents per a la gestió dels mitjans públics, així com un finançament estable. La despolitització o la independència de les forces polítiques també és difícil d'aconseguir, ja que en molts casos les persones que gestionen els ens estan vinculades als partits polítics.

El sistema de mitjans està relacionat amb la salut de les democràcies contemporànies. Hallin i Mancini (2008) analitzen com algunes de les principals característiques dels sistemes polítics poden influir en l'estructura dels mitjans de comunicació. Segons la seva caracterització, l'objecte d'estudi d'aquest treball se situaria en el model Mediterrani o pluralista polaritzat, en què hi ha una forta instrumentalització dels mitjans i en el qual les radiotelevisions públiques

¹⁵ En el cas de la televisió on-line, la governmentalització de la televisió és un dels reptes més rellevants que cal superar. El nivell de dependència és més elevat que en el cas de la TDT-L, ja que no hi ha organismes independents de gestió i en molts casos els mitjans de comunicació depenen directament d'alcaldia.

estan fortament vinculades als governs, ja que segueixen el “model governamental o parlamentari de control de la radiotelevisió” (Hallin i Mancini, 2008: 62), que són sistemes de “la política per sobre de la radiotelevisió”.

La despolitització i la desgovermentalització són assignatures pendents del model públic de radiodifusió, que serien afavorides per la creació de models estables de finançament i la creació d'organismes independents per a la seva gestió.

2.3.1.3. Un servei no comercial

El servei públic ha estat sovint entès com una contraposició als prestadors comercials (Burns i Brügger, 2012), en crear una clara dicotomia entre televisions privades amb objectius comercials i televisions públiques. Malgrat aquesta consideració inicial, el servei públic de radiodifusió necessita ser interpretat en el seu conjunt com un sistema de prestadors que compleixen unes missions concretes, molt més enllà d'aquesta diferenciació referent a la propietat.

Als Estats Units el servei públic de radiodifusió va néixer en contraposició a la lògica comercial, en mans d'emissores locals educatives que transmetien uns valors bàsics a la comunitat que no estaven satisfets pels grans operadors comercials. A Europa, en canvi, el servei públic és entès majoritàriament com una institució que forma part del funcionament de l'Estat.

El servei públic de radiodifusió (PSB: Public Service Broadcasting) ha estat sovint considerat i interpretat en l'àmbit europeu “com a política” (Brevini, 2013: 3) o, més concretament, com un marc polític originat a l'Europa occidental basat en el reconeixement de la funció social de l'Estat de proveir les condicions per afavorir la participació política, cultural i social en una societat democràtica. Van Cuilenburg i McQuail (2003) afirmen que les polítiques dels mitjans de servei públic a Europa s'han basat en normatives derivades de les necessitats democràtiques, que es focalitzen en els interessos nacionals, i que necessiten d'un *policy-making* actiu i en constant revisió.

A nivell europeu, Dönders (2012) identifica una primera etapa de servei públic, que va dels anys 20 als anys 70, caracteritzada per l'escassetat de l'espectre i pel control dels mitjans per part dels governs nacionals i la forta politització d'aquests. També emmarca en aquest període la creença que els mitjans de comunicació públics podien contribuir a emancipar l'audiència i les masses, a través de les funcions d'informar, entretenir i educar. La producció, programació i distribució està integrada generalment en un sol radiodifusor. Des de la segona guerra mundial fins els anys 70, els mitjans de servei públic s'han mantingut potents, han resistit a l'oposició dels sistemes comercials i han dominat la geologia cultural de les societats (Tracey, 1998).

Una segona etapa, segons l'estructura de Dönders, situada entre mitjans dels anys 70 i els 90, està marcada per la liberalització del servei públic audiovisual, en què es va deixar de considerar la radiodifusió exclusivament com un bé públic i les lògiques del lliure mercat es van introduir en la política de radiodifusió. Als anys 70 es van començar a sentir veus dels mitjans de comunicació privats que qüestionaven la posició dels mitjans públics. L'espectre seguia sent limitat, però les noves tecnologies permetien utilitzar-lo de manera més eficient. Per tant, era difícil mantenir la legitimació del monopoli públic i es podien concedir llicències per gestionar més canals. En aquesta etapa, les polítiques de servei públic es van encaminar a construir una indústria audiovisual que pogués competir amb l'americana.

En aquest context, és pertinent situar el debat sobre si la liberalització es tradueix en pluralisme en el contingut, o bé si aporta menys diversitat com a resultat del procés d'integració i concentració de la propietat. "L'era de la disrupció, la inestabilitat i la incertesa del servei públic europeu va començar al anys 80 quan es va enlairar la competició comercial" (Ferrell Lowe i Steemers, 2012: 13). Aquesta competició va forçar els prestadors públics a prioritzar les audiències.

McChesney (2000) ha alertat sovint de la tendència constant cap a la comercialització dels mitjans de comunicació. Com afirma Manfredi (2006: 173), "hi ha un perill de concentració" després d'impulsar polítiques de liberalització i desregulació que no han aportat més pluralisme. L'autor explica que els operadors comercials a penes compleixen les funcions socials i polítiques de la comunicació, ni tampoc les funcions de servei públics. Per tant, el lliure mercat no garanteix ni el pluralisme ni el servei públic.

Si bé es pot considerar que les lògiques desreguladores i liberalitzadores que està seguint la política europea suposen un perill per als mitjans de servei públic, hi ha autors que donen la volta a aquesta qüestió i argumenten com la desregulació, la comercialització i la concentració de mitjans poden enfortir els mitjans de servei públic. En un escenari en què els interessos corporatius sovint prevalen per davant de l'interès públic en el sistema mediàtic, a les societats democràtiques creixen les necessitats de proveir el públic d'informacions veraces, contrastades, plurals, rigoroses, i que representin la diversitat. Aquesta situació, per tant, millora la posició dels mitjans de servei públic per a respondre a aquestes demandes (Trappel, 2010). En una societat de la informació marcada pels interessos privats, els valors associats al servei públic són més necessaris que mai.

L'argument descrit es podria complementar amb l'aclariment que la diversificació de continguts i plataformes no assegura el pluralisme ni el servei públic. Una gran presència de companyies

privades no és sinònim d'informació contrastada i de qualitat, ni tan sols de multiplicació de continguts. Sovint es diversifiquen les plataformes però no les fonts, i ens trobem davant d'una homogeneïtzació de la informació malgrat que a l'espectador li arribi per canals diferents.

El lliure mercat no garanteix els valors associats a la televisió pública. Els mitjans de comunicació, i en especial els públics, han de ser un contrafrè a aquesta situació, amb una nova centralitat en la informació de continguts de qualitat que actuï com a alternativa a la lògica comercial i als oligopolis de comunicació. Pujadas (2007) afirma que el binomi diversitat-qualitat s'ha demostrat no només clarament insuficient per explicar el funcionament del mercat dels mitjans de comunicació de masses, sinó que ha estat un argument sovint contradit pel propi funcionament dels mercats televisius. En determinades condicions de competència i nombre d'operadors, a mesura que s'incrementa el nombre de canals disminueix la diversitat de la programació televisiva.

El servei públic ha de ser un contrapès de l'oligopoli empresarial i de fragmentació de l'audiència, ha d'ampliar les possibilitats d'elecció dels consumidors i ha d'influir positivament en l'ecosistema nacional de mitjans. Els mitjans públics haurien de ser, per tant, una eina per contrarestar la hipercomercialitat dels mitjans, la concentració de la propietat i l'infoentreteniment com a fórmula televisiva estesa.

Peacock (2004) es refereix a la "sobirania del consumidor", que requereix que el mercat de radiodifusió existent permeti que les preferències del consumidor siguin expressades directament a partir del mercat. Aquesta sobirania del consumidor pressuposaria que el consumidor busca, en algun moment, continguts que garanteixin els valors de servei públic que s'han anat esmentant, tals com la qualitat, la diversitat o la representació de les minories. No obstant, aquest principi està sotmès al problema de l'elecció pública, que sovint no es guia pels valors de servei públic.

Els continguts del servei públic són una eina per garantir la igualtat d'oportunitats dels ciutadans per a participar activament en la societat civil. "El pluralisme i la diversitat mediàtica no estan necessàriament coberts per l'expansió dels mitjans comercials, i per tant es manté el rol dels prestadors públics com a compensadors de la influència dels prestadors comercials" (Flew, 2006: 296).

2.3.2. Servei públic en el marc de l'era digital: de PSB a PSM

A partir dels anys 90, l'auge de les noves tecnologies, enceta una altra etapa, en què el servei públic s'insereix en l'era digital. Aquest servei s'ha de reformular ja que se'n multipliquen les vies de difusió. Donada la importància i la vigència d'aquesta etapa, dediquem un apartat de la

investigació a la reinterpretació del servei públic en el nou paradigma, que serà àmpliament explorat per conèixer la situació del debat teòric en què s'insereix la tesi.

Owen (1999) considerava que Internet podia proveir informació i entreteniment que competissin amb la televisió digital, tot i que afirmava que encara no podia proveir un mercat de serveis de vídeo massius. Actualment, el consum de serveis de vídeo on-line no deixa d'augmentar, mentre que la televisió convencional registra una lleu davallada d'espectadors, tot i que segueix sent el mitjà de comunicació amb més penetració¹⁶. Ens trobem davant d'un canvi de paradigma del model audiovisual, en el qual el servei públic ja no pot ser interpretat únicament com a radiodifusió, sinó que s'ha d'adaptar a aquesta nova realitat existent, ampliant el concepte i reinterpretant-lo.

Per a interpretar el servei públic en l'era digital, no podem deixar de banda el vessant tecnològic, és a dir, com les evolucions tècniques han afectat el mitjà televisiu i les seves funcions. Distanciat del determinisme tecnològic (Williams, 2003), que defensa que les noves tecnologies s'inventen en una esfera independent i després creen noves condicions humanes (entenen els desenvolupaments tecnològics són determinacions que la societat rep com a imperatius de reconfiguració), aquest treball se situa en un punt més proper al punt de vista de la tecnologia simptomàtica. Aquesta teoria, menys determinista, explica que la investigació i el desenvolupament es generen a sí mateixos però de manera més marginal. La tecnologia atén a les necessitats socials, que propicien l'existència de tecnologia.

Les tradicionals funcions del servei de televisió pública (educativa, cultural, estètica, educativa, identitària, de pluralitat política, social i de benestar social, econòmica i de desenvolupament, humanística i moralitzadora)¹⁷, cal sumar-hi les que s'atribueixen a l'era digital. Els mitjans de comunicació ja no es poden interpretar d'una manera autònoma, sinó que cal pensar en un desenvolupament integral de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), en què els mitjans de comunicació convergeixen alhora que les plataformes es diversifiquen.

La televisió pública suma a les clàssiques, noves funcions en l'entorn digital: l'estratègia de desenvolupament de les comunicacions, la garantia de l'accés universal, la mediació davant la

¹⁶ Segons el resum general de resultats EGM, onada de febrer a novembre de 2015, de l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació.

¹⁷ Funcions citades per Miquel de Moragas en la taula rodona sobre les missions de servei públic, en la jornada "Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia", organitzada per l'Institut d'Estudis Catalans, celebrada el 20 i el 21 de febrer de 2014 a Barcelona.

multiplicitat de l'oferta d'informació, l'equilibri i fre als nous oligopolis, i l'exercici com a motor de convergència entre el sector de la comunicació i altres sectors socials¹⁸. Desenvolupament tecnològic i canvi social estan estretament relacionats, i la tecnologia és vista com un producte social, susceptible de ser sotmès al control democràtic, més que com a una entitat autònoma (Smith, i Leo,1996).

La teorització sobre el servei públic en l'era digital s'ha de situar, per tant, en un context marcat per la presència de les noves tecnologies. El pas de servei públic de radiodifusió a mitjans de servei públic, és a dir, el canvi de les sigles PSB (Public Service Broadcasting) per PSM (Public Service Media) és una modificació terminològica que resulta d'una evolució tecnològica, influenciada pels interessos polítics i pels imperatius socials.

L'era digital reclama un nou rol dels serveis públics de televisió, ara integrats en el sistema, més global, dels serveis públics de comunicació. Moragas i Prado (2000) han defensat aquesta redefinició de les missions de servei públic per adequar-les a l'era digital, però també que aquesta missió quedi especificada (en el cas català, a través del Contracte-programa), i que es doti les televisions d'un finançament sostenible i d'una autoritat independent, professional i no partidista que vetlli pel compliment de la missió.

Donada la multiplicació de vies per transmetre el servei públic audiovisual, especialment com a resultat de l'auge d'Internet, parlar de servei públic de radiodifusió era del tot insuficient. D'aquesta manera, calia canviar la B (de *broadcasting* en terminologia anglosaxona, que es tradueix com a radiodifusió) per una M (de *media* en terminologia anglosaxona, que es refereix a mitjans de comunicació d'una manera més genèrica) que pogués englobar les noves modalitats de comunicació pública a través de les plataformes per Internet, en què sovint convergeixen diversos formats.

L'era digital s'emmarca en el desenvolupament de sistemes de compressió més eficients, la convergència de sectors –especialment radiodifusió i telecomunicacions–, la multiplicació dels prestadors públics i la possibilitat que altres prestadors públics que no necessàriament siguin els radiodifusors ofereixin servei públic audiovisual (museus, llibreries i fins i tot, empreses privades). “El PSM està en una fase experimental” (Dönders, 2009: 23), i està funcionant sense

¹⁸ Idea desenvolupada per Moragas i Prado en el document de treball *Repensar la televisió pública en el contexto digital* de 2001, consultat on-line <http://www.portalcomunicacion.com/both/opc/tvp.pdf>.

un consens en els fonaments teòrics o polítics que conceben el servei. El PSM s'està desenvolupant en un marc d'incertesa reguladora, tecnològica, econòmica i financera i, per tant, necessita ser redefinit.

Dönders (2009: 20) afirma que l'era digital "està caracteritzada per l'abundància". En la mateixa línia se situen els postulats de Lévy (1999), qui afirma que hi ha més capacitat per emetre diferent tipus de continguts i que les plataformes són cada vegada més substituïbles. Trappel (2010) defensa que, malgrat els reptes, les tendències internacionals de desenvolupament de la televisió pública indiquen un creixement de la necessitat de mantenir el concepte de mitjans de servei públic. L'autor exposa que, tot i que el servei públic de radiodifusió ha estat erosionat, a la pràctica, els mitjans de servei públic tenen un rol destacat entre l'audiència.

La literatura de servei públic dels últims anys s'ha centrat a identificar els perills del declivi del servei públic i els reptes que ha d'afrontar. Jankowsky (2012) apunta que el servei públic es troba sotmès als ràpids canvis tecnològics, al suport polític vacil·lant i a la disminució de suport públic, a la preocupació sobre la missió institucional, a l'augment per la competició mediàtica i a la redefinició de la relació entre audiència i prestador.

En la banda més pessimista, alguns investigadors parlen de disfunció, caiguda (Tracey, 1996) o, fins i tot, de crisi del PSM. Ferrell Lowe i Steemers (2012) atribueixen aquesta crisi a la crisi generalitzada de la indústria de la radiodifusió, a la fragmentació del mercat i la multiplicació de plataformes. Aquest context impacta sobre el servei públic de radiodifusió, que pot tenir efectes molt nocius per a la societat, si es deixen de complir les funcions bàsiques del servei, no assegurades pels prestadors comercials.

En un punt de vista menys pessimista i més propositiu, hi trobem autors que es prenen la situació actual dels mitjans de servei públic com un nou començament (Jakubowicz, 2007). La literatura sobre servei públic ha identificat alguns reptes als quals s'hauria de fer front, com el de liderar el desenvolupament tecnològic (*high tech*), per oferir interactivitat i immediatesa, i de crear un sentiment de col·lectivitat que involucri els ciutadans des de la base, no des de les esferes elitistes.

Tracey (1996) ha identificat alguns dels perills als quals hauria de fer front el servei públic associats al triomf del model de mercat. Segons l'autor, els mitjans de servei públic es veurien afectats per l'habilitat dels governs a l'hora de regular el sector audiovisual. També podrien patir els riscos desencadenats per la voluntat d'aconseguir grans audiències, que podria accentuar la programació a partir de desitjos de l'audiència i no de necessitats.

Els mitjans públics s'han d'adaptar a les noves tecnologies, però també als canvis que

experimenta la societat. Un repte per a les emissores públiques és la cerca de suport per part de la societat civil, que està canviant amb tendències cap a la individualització, una participació col·lectiva menor, un interès més baix per la política i les institucions establertes, així com un canvi d'una societat monocultural a una multicultural (Bardoel i d'Haenens, 2008).

Actualment ens trobem en una etapa d'abundància d'ofertes, en què alguns acadèmics qüestionen el valor afegit dels radiodifusors públics en un mercat en què suposadament hi ha opcions il·limitades per als consumidors (Armstrong i Weeds, 2007). Les noves tecnologies faciliten la participació dels ciutadans en els mitjans de comunicació, a través d'Internet i les xarxes socials, alhora que permet als prestadors públics diversificar els seus canals de distribució. Enmig de la diversificació d'opcions informatives, els mitjans de comunicació públics han d'adaptar-se a aquest entorn *on-line*, com a actors estrictament necessaris en l'ecosistema comunicatiu i com a garantia d'una oferta de qualitat, diversa, plural i representativa.

A Europa, les organitzacions de servei públic s'estan adaptant a la ràpida proliferació mitjans digitals a diferents velocitats. Segons un estudi del Reuters Institute (Sehl, Corina i Kleis Nielsen, 2016), el prestador britànic BBC i el finlandès YLE són capdavanters en l'adaptació a l'entorn digital ja que operen en mercats de mitjans tecnològicament avançats; estan ben finançats en comparació amb altres organismes públics; treballen en les diferents plataformes de manera integrada; tenen un major grau d'independència política i una major seguretat a través d'acords en les funcions de servei públic i els seu finançament. La televisió social¹⁹, la televisió millorada (*enhanced television*) i la televisió interactiva es postulen com a apostes en aquest escenari de nous mitjans.

El sorgiment d'aquest nou paradigma dels mitjans de comunicació no té data definida però sí lloc, els Estats Units d'Amèrica. És en el mercat mediàtic anglosaxó, que sol marcar les tendències a la resta de mercats occidentals, on es va començar a hibridar la televisió en noves plataformes (Gómez-Domínguez, 2016a)²⁰.

Pel que fa a la informació, els mitjans de comunicació s'enfronten a desafiaments en la seva capacitat per oferir de manera efectiva notícies de servei públic en línia. Aquests inclouen la

¹⁹ S'entén la televisió social com aquell conjunt tecnològic (*software* i *hardware*) que possibilita la connexió entre l'audiència més enllà de l'espai físic (Gómez-Domínguez, 2016a).

²⁰ Part 1 de l'informe *Televisió Social. Conceptualització, mercat espanyol i anglosaxó. Estudi aplicat al sistema televisiu català*, desenvolupat per l'autor en el marc de l'Observatori de la Producció Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra.

capacitat de les organitzacions d'adaptar-se a un entorn de mitjans en ràpida evolució i la constant evolució de les noves tecnologies digitals (Sehl, Corina i Kleis Nielsen, 2016). També han de dur a terme la pròpia adaptació interna, com ara l'organització de redaccions integrades en què també es produeixen els serveis i continguts on-line, que exigeixen més rapidesa. Segons l'informe de Reuters Institute, bona part de l'audiència accedeix a les notícies on-line a partir dels mitjans de comunicació social o dels mitjans de comunicació de servei públic, tenint en compte que el públic de menys edat deserta progressivament l'ús del servei lineal (Fontaine i Grece, 2015).

En la intersecció entre el canvi tecnològic i la provisió de notícies del servei públic, cal destacar que els PSM ha de fer front a reptes i oportunitats mentre encara també reptes polítics i econòmics, tenint en compte la davallada en el finançament dels mitjans de servei públic en els últims anys a diversos països (Sehl, Corina i Kleis Nielsen, 2016).

2.3.3. Servei públic i proximitat: Construcció de l'esfera pública

Segons Hoggart (1983), el servei públic de radiodifusió és aquell que permet a la nació parlar d'ella mateixa. Per tant, es relaciona amb la identitat nacional i amb la pertinença a una comunitat. Un dels atributs més destacats del servei públic és l'enllaç d'aquest concepte amb la noció de ciutadania i identitat.

La literatura sobre servei públic en el camp de la televisió s'ha referit majoritàriament als prestadors generalistes i comercials, tot i que alguns autors han apuntat les demandes generalitzades de la ciutadania per comptar amb l'existència de prestadors de servei públic locals i regionals (Jankowski, Prehn i Stappers, 1993). S'ha criticat abastament la tendència que els mitjans nacionals dominin el panorama del servei públic de radiodifusió i que es deixi a l'abandó les necessitats locals i regionals (Raboy, 1996). Aquí rau la necessitat de disposar d'uns prestadors de servei públic que emetin per àrees de cobertura més petites, i que donin resposta a les necessitats identitàries dels individus.

Rushton (1993) parla de la necessitat de televisió ciutadana, que respongui a les demandes del públic dins l'àmbit local. Si els ciutadans estan encoratjats per a participar en l'expansió de la radiodifusió, poden fer contribucions per una entesa compartida de la cultura i la societat que afecta les seves vides de manera més immediata.

En el marc de l'era digital, aquestes necessitats es fan més paleses. En una societat de la informació cada vegada més interconnectada, els mitjans tenen un paper primordial en la preservació de les identitats locals dels ciutadans que busquen la proximitat cultural i la seva pròpia identificació en l'espai comunicatiu global. En un context en què els espais socials

relacionals estan desterritorialitzats i es dilueixen els trets identitaris, la televisió de proximitat té la possibilitat de ser l'actor que justament s'encarregui de refermar de nou les identitats locals perquè no es dilueixin en la globalitat. I aquí hi tenen un gran paper els mitjans públics.

En els sistemes públics de televisió, sovint no existeix una estricta correlació entre els espais delimitats pel mercat audiovisual i les comunitats (lingüístiques, culturals, nacionals, etc.). La coherència entre aquestes comunitats i els prestadors de televisió és clau a l'hora de garantir la viabilitat del model.

L'esfera pública és entesa com l'àrea de la vida social en què les persones es reuneixen, discuteixen lliurement i identifiquen problemes socials, a través de la qual poden influenciar l'acció política (Habermas, 1989). Aquesta està fortament influenciada pels mitjans de comunicació. Es tracta d'un espai discursiu, en el qual els individus i els grups es reuneixen per a discutir assumptes d'interès mutu i, quan és possible, arribar a una resolució comuna. La relació entre esfera pública i mitjans de comunicació és especialment rellevant en els mitjans de comunicació de proximitat, que tenen una gran capacitat per intervenir-hi com a elements de participació ciutadana i per crear aquests espais de discussió.

L'esfera pública està interrelacionada amb la noció d'espai, interpretada per Lefebvre (1991) com a espai urbà. En aquest espai urbà hi tenen lloc les relacions socials, és a dir la vida social, i afecta la noció d'identitat i de nació. Tenint en compte aquestes premisses, s'ha elaborat un mapa conceptual (figura 11) que pretén explicar les relacions entre els mitjans, que són el resultat de l'evolució tecnològica; l'esfera pública, que afecta la democràcia i la bona governança; i també la noció d'espai, que crea identitats.

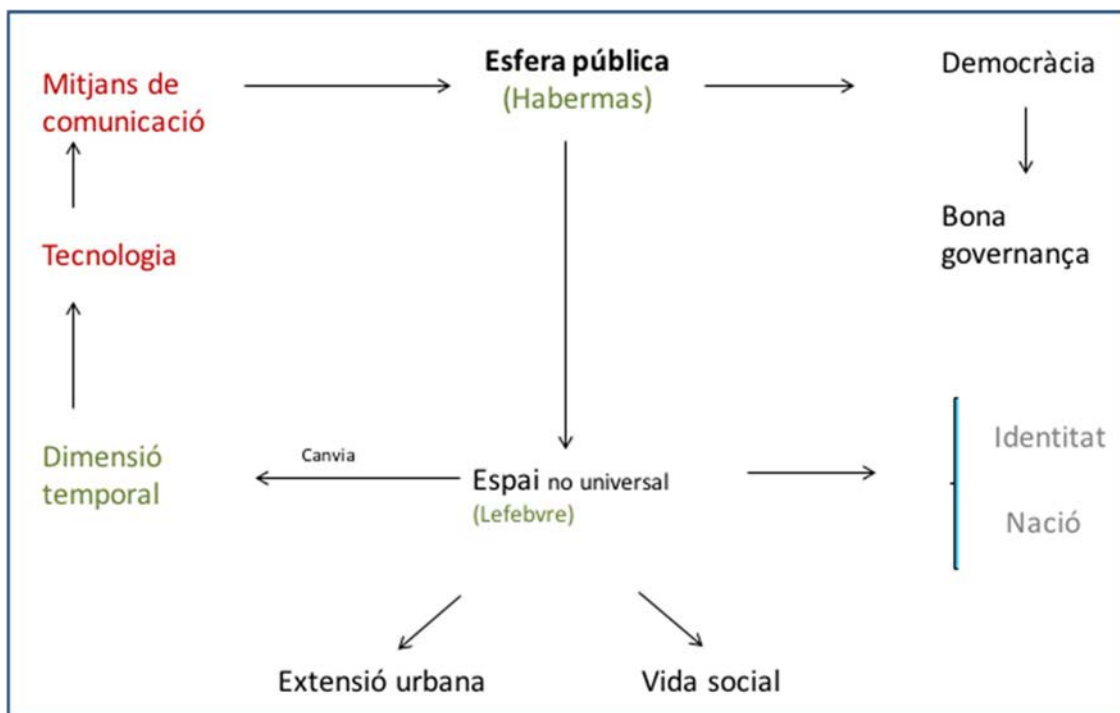


Figura 11. Relació entre esfera pública, mitjans i democràcia. Elaboració pròpia.

Si apliquem l'esquema al cas dels mitjans audiovisuals de servei públic, podem establir que aquests tenen una estructura i funcionament que resulten d'un procés tecnològic, i que impacten sobre l'esfera pública, els espais de discussió i la creació d'opinió pública. El sistema mediàtic públic organitzat no tan sols té efectes sobre l'esfera pública, sinó que també millora la qualitat de la democràcia i afavoreix la bona governança. A més, repercuteix en la noció d'espai, entesa com a espais territorials urbans i vida social, i afecta l'estructura dels mitjans.

L'esquema presentat permet interpretar els canvis estructurals (resultat de l'evolució tecnològica) que es produeixen en els mitjans de proximitat catalans –que conformen l'objecte d'estudi d'aquesta investigació–, i com aquests afecten en l'esfera pública, la governança i la noció d'espai²¹.

²¹ Aquest mapa conceptual s'ha elaborat amb l'ajuda del Dr. James Hay, en el marc de l'estada de recerca realitzada al ICR de la *University of Illinois at Urbana Champaign*. Es pot interpretar tenint en compte que la situació actual és fruit d'un canvi tecnològic que ha modificat l'estructura dels mitjans. Els prestadors on-line deixen de formar part d'un consorci i es municipalitzen, de manera que estableixen noves relacions amb el govern municipal. Aquest canvi afecta la noció d'esfera pública i d'espai, ja que es dona resposta a una necessitat comunicativa local i no més àmplia com fan els canals de TDT. Aquest fet pot tenir repercussions en la noció d'identitat, enfortint, per exemple, la identitat local.

2.3.4. Aproximacions internacionals al servei públic

Aquest apartat ofereix una aproximació a les principals interpretacions sobre el servei públic audiovisual fetes en l'àmbit internacional, en què s'incorporen les aportacions, al màxim de recents possible, recollides en la legislació de referència i també en declaracions fetes per institucions internacionals en aquesta matèria.

Es té en compte el cas del Regne Unit com a model de referència en el camp del servei públic de radiodifusió, així com les reflexions sobre servei públic incorporades en els documents elaborats per la BBC, com a institució que ha desenvolupat àmpliament aquest concepte. Es consideren també les declaracions en aquesta matèria de la UNESCO i la Unió Europea.

2.3.4.1. El concepte de servei públic definit per la UNESCO

Safar i Pasquali (2006), en el seu article recollit en l'informe de la UNESCO sobre bones pràctiques en la radiodifusió de servei públic el 2006, consideren que el sistema de radiotelevisió es pot anomenar servei públic quan compleix els següents requisits:

- No pertànyer a privats
- Estar finançat majoritàriament per l'Estat, és a dir, amb diners públics.
- Tenir autonomia i independència davant del poder executiu i autonomia davant dels poders econòmics.
- Ésser un servei no governamental i desgovernmentalitzat.
- Estar sota la supervisió del poder legislatiu o d'una autoritat especial i aplicar criteris d'igualtat de condicions en el tractament de la política interna.
- Oferir serveis diversificats, complementaris i universals, amb una maximització de les cobertures i atenció a tots els estrats socioculturals.
- Imposar-se elevats estàndards qualitatius i de moral social.

Aquesta definició acota els atributs que hauria de tenir el servei públic, definits per la UNESCO (2006) en el mateix informe de manera més extensa:

- Àmplia cobertura de programes que satisfacin una varietat de preferències i interessos, que són considerats en els plans de producció.
- Alta qualitat tècnica i nivells de producció elevats, demostrar un adequat funcionament, innovació i diferenciació, i utilitzar tots els recursos televisius moderns, per a recolzar el rol de la televisió educativa.

- Prendre en consideració els elements culturals, lingüístics i socials de les minories, i altres necessitats i interessos especials, en particular l'educació, incloent programes per a les escoles i produccions per als discapacitats.
- Atendre als interessos regionals i de comunitats particulars, i oferir representativitat regional.
- Promoure la identitat nacional.
- Oferir una gran quantitat de produccions originals, per a ser exhibides per primera vegada.
- Demostrar una voluntat de creativitat i de tenir teleespectadors crítics, complementant altres canals, sobretot aquells que tan sols tenen el mercat com a objectiu.
- Fer palès un marcat sentit de la independència i la imparcialitat.
- Difondre notícies que conformin un fòrum per al debat públic, garantir la pluralitat d'opinions i teixir un electorat ben informat.
- Oferir cobertura universal.
- Limitar la publicitat comercial.
- No tenir uns costos excessivament elevats.

És especialment rellevant que un organisme com la UNESCO es faci ressò d'aquells aspectes que haurien de regir el servei públic audiovisual, de manera que s'ofereix una teorització transversal que pot respondre a les característiques i necessitats de les diferents realitats mundials del servei públic audiovisual.

2.3.4.2. Servei públic al Regne Unit: el cas de la BBC

S'ha considerat rellevant exposar el cas del model de servei públic al Regne Unit, atès que configura un referent per la literatura en aquest camp i és un model de referència pel que fa al servei públic audiovisual, al qual s'ha pogut aprofundir durant les estades de recerca a Escòcia. Si considerem la Llei de Comunicacions (*Communications Act*) de 2003²², que va actualitzar la legislació relativa al sector audiovisual al Regne Unit, el servei públic de radiodifusió ha de tenir

²² http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/pdfs/ukpga_20030021_en.pdf [darrera consulta: 04/02/2016].

els següents diversos propòsits²³:

- Alta qualitat en la producció de programes.
- Originalitat dels continguts i predominança de la producció pròpia.
- Representació i accés de les diferents llengües i grups socials (multiculturalitat).
- Caràcter atractiu de la producció, per tal que arribi a l'àmplia majoria de ciutadans (audiència massiva).
- Innovació en la programació.
- Estimular als espectadors.
- Descentralització en la producció.
- Diversitat temàtica en la graella.

La diversitat temàtica en la graella es concreta en què la programació reflecteixi l'activitat cultural del Regne Unit, així com les diferents comunitats, interessos i tradicions (també de les comunitats locals) mitjançant continguts variats: notícies i actualitat, esport i oci, educació, ciència, religió, programació infantil, així com programes sobre qüestions socials i internacionals

La legislació britànica identifica quatre objectius bàsics del servei públic de radiodifusió:

- ✓ Valor social: educació, identitat cultural, informació del procés democràtic i suport a la societat tolerant i inclusiva.
- ✓ Qualitat: promoció dels valors, estàndards i innovació.
- ✓ Abast i equilibri: tractament d'una àmplia gamma de temes a través de diferents gèneres, subgèneres i formats.
- ✓ Diversitat: subministrar continguts per a una audiència diversa, que inclogui totes les comunitats i les minories.

Aquests quatre objectius de servei públic de la BBC recollits a la *Communications Act* de 2003 es complementen amb els valors associats al mateix servei, recollits al document *Building Public Value. Renewing the BBC for a Digital World*²⁴:

²³ S'ha utilitzat, en aquest apartat, la sistematització dels propòsits realitzada per Martí Petit (2006).

²⁴ <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf> [darrera consulta: 04/02/2016].

- Valor democràtic: proporcionar notícies i informació fiable i imparcial.
- Valor educatiu: construir una societat forta en coneixement i capacitats.
- Valor cultural i creatiu: enriquir i reflectir la vida cultural.
- Valor social i col·lectiu: relacionar comunitats.
- Valor global: donar suport o enfortir el rol del país al món.

El mateix document exposa els quatre objectius de base, i els valors i accions als quals van associats, tal com mostra el següent mapa conceptual (figura 12).

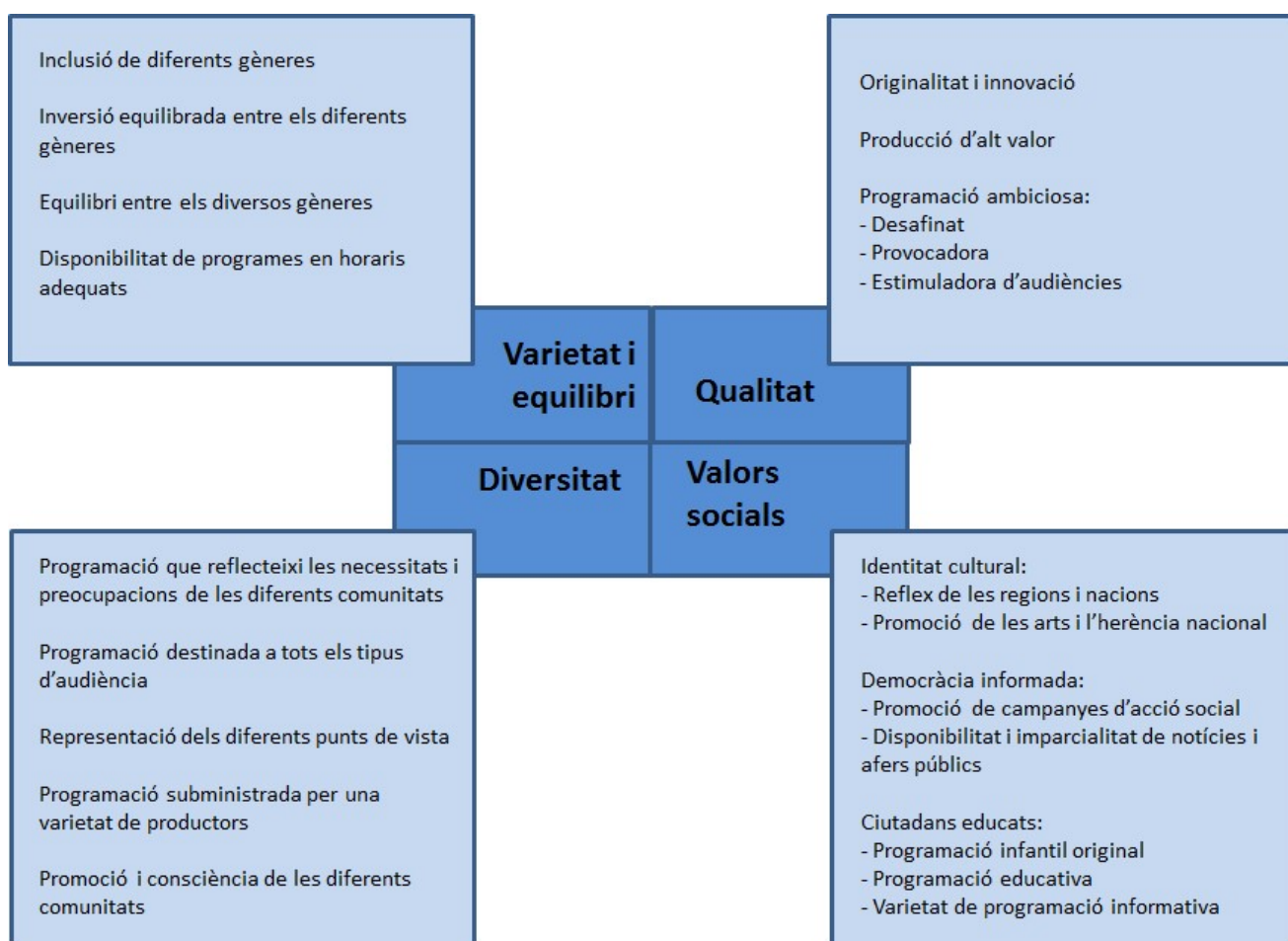


Figura 12. Objectius i valors del servei públic audiovisual. Elaboració pròpia.

Incorporem en aquest punt, la missió de crear “valor públic” com a factor diferencial de les emissores comercials. S’han establert tres blocs que influeixen en la construcció de “valor públic” (BBC, 2004b: 84-85):

- Valor individual: el benefici que les persones obtenen del servei, en comparació amb

els costos d'aquest.

- Valor ciutadà: el benefici que les persones obtenen del servei com a ciutadans, tals com la seva contribució a una democràcia ben informada, a l'educació o a la construcció d'una societat més inclusiva.
- Valor econòmic net: el benefici net que pot derivar-se dels serveis audiovisuals, com ara l'impacte del mitjà sobre la rendibilitat de l'economia creativa, la formació i el desenvolupament del mercat.

Davant la dificultat de quantificar el valor públic per a la societat, es proposa mesurar-lo segons elements com l'abast, la qualitat, l'impacte i la relació qualitat-preu (Petit, 2006), com il·lustra el següent mapa conceptual (figura 13).

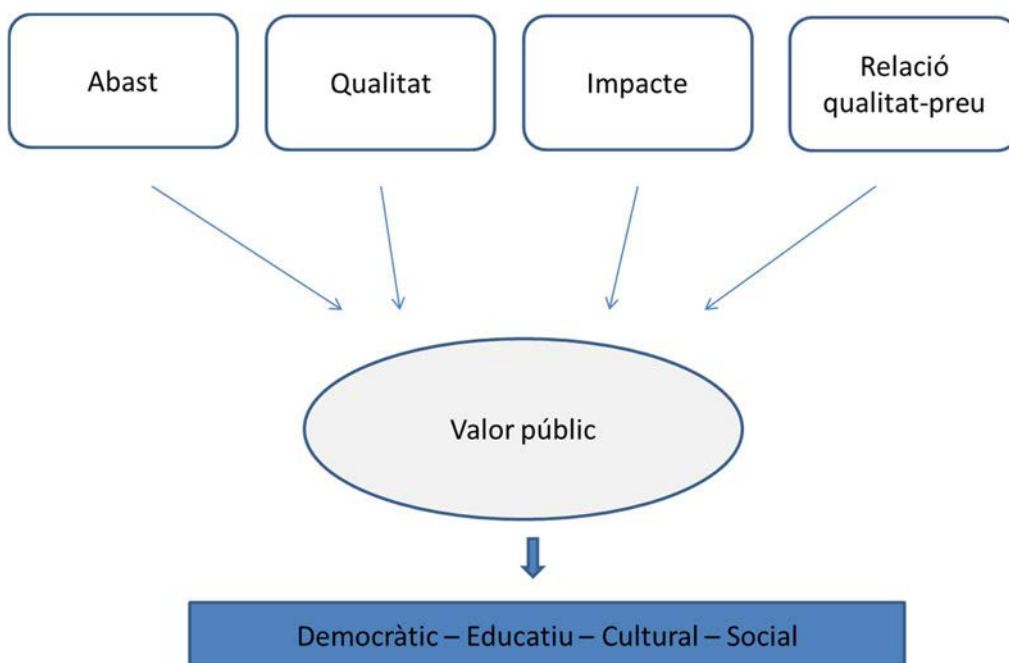


Figura 13. Valor públic del servei públic. Elaboració pròpia en base a l'article de Martí Petit (2006).

Una vegada identificats els valors teòrics, és especialment rellevant tenir en compte com aquests es transmeten a la societat a través de la programació. Com es traslladen aquests valors a la graella d'un mitjà públic? Segons el document *Ofcom Review of Public Service Broadcasting. Phase I- Is Television Special*²⁵, les obligacions de servei públic en programació són:

- Informar i augmentar la comprensió del món a través de les notícies, la informació i

²⁵ <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/psb/summary/psb.pdf> [darrera consulta: 04/02/2016].

l'anàlisi dels esdeveniments i les idees.

- Reflexionar i enfortir la identitat cultural través de l'alta qualitat de la programació.
- Estimular l'interès i el coneixement per les arts, les ciències, la història i altres temes mitjançant un contingut que sigui accessible, encoratjar el desenvolupament personal i promoure la participació en la societat.
- Donar suport a una societat tolerant i inclusiva a través de la disponibilitat de programes que reflecteixin les vides de diferents persones i comunitats. Fomentar una millor comprensió de les cultures i les diferents perspectives.

Mitjançant aquesta programació, les audiències han d'apreciar l'elevada qualitat dels continguts per part dels mitjans audiovisuals de servei públic, l'originalitat, la innovació i la seva àmplia disponibilitat.

La legislació del Regne Unit va considerar, des dels inicis, que la radiodifusió era un servei públic, independentment de la titularitat de l'operador. Tant les televisions públiques com les privades són serveis públics i estan subjectes a les seves obligacions específiques (Petit, 2006), tot i que en el cas dels operadors privats aquestes obligacions són menys exigents. En aquest cas, per tant, el concepte de servei públic no va lligat a la propietat pública de l'operador i és inherent a la comunicació audiovisual.

Les televisions privades tenen un accés subvencionat a l'espectre, mentre que les televisions de titularitat pública tenen accés gratuït a l'ús de l'espectre radioelèctric i reben una subvenció directa a través d'un cànon (*licence fee*), fet que els suposa un plus d'exigència en programació i producció. Per tant, les obligacions de servei públic no estan exclusivament lligades al mètode de finançament del canal ni a la seva titularitat.

2.3.4.3. La Unió Europea i el servei públic

El document *Resolution on the role of public service television in the multi-media society*²⁶, emès pel Parlament Europeu l'any 1996, considera el servei públic audiovisual com un element clau per al desenvolupament de la societat de la informació. Del text se'n desprèn que els mitjans de servei públic són els que han de liderar el desenvolupament dels nous serveis i el ple ús de les noves tecnologies. El document també fa una crida al servei públic de radiodifusió per tal que

²⁶ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:51996IP0243:EN:HTML> [darrera consulta: 04/02/2016].

enforteixi el seu compromís cap a la programació regional, i exhorta els Estats membres de la Unió Europea a assegurar un finançament estable i consistent als mitjans de servei públic per tal que siguin competitius en el mercat.

La resolució insta els Estats a garantir la independència dels canals de servei públic per sobre de les possibles interferències polítiques i econòmiques, amb l'establiment d'estructures independents. Aquesta resolució considera que els radiodifusors de servei públic han de fer un esforç per desenvolupar els seus deures, que ajudaran a construir una esfera pública europea democràtica.

En els Tractats de la Unió Europea s'hi reconeix el rol del servei públic en general, però no específicament el del servei públic de radiodifusió. La primera referència sobre servei públic en el marc normatiu europeu la trobem al *Protocol on Public Service Broadcasting*, annexat al Tractat d'Amsterdam (1997)²⁷. Es tracta d'una declaració que es reproduïx a continuació:

Tenint en compte que el sistema de radiodifusió pública dels Estats membres està directament relacionat amb les necessitats democràtiques, socials i culturals de cada societat i amb la necessitat de preservar el pluralisme dels mitjans de comunicació; han convingut les següents disposicions interpretatives, que seran annex al Tractat constitutiu de la Comunitat Europea. Les disposicions del Tractat constitutiu de la Comunitat Europea s'entendran sense perjudici de la competència dels Estats membres a preveure el finançament públic de la radiodifusió en la mesura que aquest finançament es concedeixi als organismes de radiodifusió per al compliment de la funció de servei públic tal com hagi estat atribuïda, definida i organitzada per cada Estat membre, i en la mesura que aquest finançament no afecti les condicions comercials i la competència en la Comunitat en un grau que sigui contrària a l'interès comú, havent-se de tenir en compte la realització de la funció d'aquest servei públic. Protocol on Public Service Broadcasting, annexat al Tractat d'Amsterdam (1997).

D'aquesta declaració inicial se n'extreuen dues idees clau: la relació del servei públic de radiodifusió amb la democràcia, i la gestió de les competències sobre els Estats membres.

La *Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting*²⁸, elaborada per la Comissió Europea l'any 2001, va ser actualitzada l'any 2009,

²⁷ <http://www.eurotreaties.com/amsterdamprotocols.pdf> [darrera consulta: 05/05/2014].

²⁸ [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52001XC1115\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52001XC1115(01)) [darrera consulta: 05/05/2014].

tenint en compte els ràpids desenvolupaments tecnològics en el sector mediàtic ocorreguts durant aquells anys. Totes dues comunicacions contenen un apartat titulat *The role of public service broadcasting*. La comparació d'aquest apartat entre les dues comunicacions permet visualitzar quina ha estat l'evolució del concepte en el marc de la Unió Europea en la dècada passada.

El document de 2001 reconeixia el rol central del servei públic de radiodifusió en el funcionament de les societats democràtiques modernes, especialment per al desenvolupament i la transmissió de valors socials. Els valors que s'associaven a aquest rol són els de llibertat d'expressió, dret de rèplica, pluralisme, protecció del *copyright*, promoció de la diversitat lingüística i cultural, protecció dels menors i de la dignitat humana, i protecció del consumidor. El document atribuïa als mitjans la funció d'oferir una programació educacional, una informació objectiva a l'opinió pública, i de proveir entreteniment de qualitat.

La comunicació reconeixia la rellevància econòmica en el sector, alhora que diferenciava el servei públic de qualsevol altre sector econòmic, en ser l'únic amb un accés a un sector de la població tan ampli, que proveeix tanta informació i que pot influenciar de manera notable l'opinió individual i l'opinió pública. "La radiodifusió és percebuda com un recurs d'informació fiable i representa, per a una part considerable de la població, el recurs principal d'informació per al debat públic, i assegura que tots els ciutadans participen en una proporció justa a la vida pública" (Comissió Europea, 2001). Aquest text ja contemplava, en el concepte de servei públic, la inclusió de certs serveis que no són els programes en el sentit tradicional, com ara els serveis d'informació on-line.

L'actualització de 2009²⁹ reconeix substancialment els canvis que ha patit el servei de radiodifusió com a conseqüència dels ràpids desenvolupaments tecnològics. Considera que la radiodifusió televisiva ha estat generalment una activitat reservada a empreses públiques en règim de monopoli, sobretot com a conseqüència de la limitada disponibilitat de freqüències de radiodifusió i les altes barreres d'entrada. Com passa en el cas català, amb l'aparició de la televisió per Internet, aquestes barreres es dilueixen i s'ha de reconsiderar el concepte de servei públic audiovisual.

L'actualització de la comunicació de 2009 fa una radiografia acurada dels canvis produïts en els

²⁹ [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52009XC1027\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52009XC1027(01)) [darrera consulta: 05/05/2014].

serveis audiovisuals durant la primera dècada del segle XXI. Considera que els canvis tecnològics han alterat fonamentalment els mercats de radiodifusió i audiovisuals. S'ha produït una multiplicació de les plataformes i tecnologies de distribució, com ara la televisió digital, IPTV, televisió per mòbil i el vídeo sota demanda. Això ha portat a un augment de la competència amb nous actors, com els operadors de xarxa i companyies d'Internet, que entren al mercat. Els avenços tecnològics també han permès l'aparició de nous serveis de mitjans de comunicació, com els serveis d'informació en línia o els serveis a la carta.

La prestació de serveis audiovisuals està convergint i el consumidor és cada vegada més capaç d'obtenir múltiples serveis en una sola plataforma o dispositiu, o obtenir un determinat servei en múltiples plataformes o dispositius. La creixent varietat d'opcions per als consumidors a accedir a continguts dels mitjans ha portat a la multiplicació dels serveis audiovisuals i a la fragmentació de les audiències. Les noves tecnologies han permès millorar la participació dels consumidors.

El model de consum passiu tradicional ha anat canviant gradualment cap a la participació i el control sobre el contingut dels consumidors actius. Per tal de mantenir-se al dia amb els nous reptes, els radiodifusors públics i privats han diversificat les seves activitats, passant a noves plataformes de distribució i ampliant la gamma dels seus serveis. Més recentment, aquesta diversificació de les activitats finançades amb fons públics dels organismes de radiodifusió de servei públic (com ara els continguts en línia o els canals d'interès especial) va donar lloc a una sèrie de queixes per part d'altres agents del mercat, com és el cas dels editors.

La primera comunicació ja notificava que els operadors comercials (un gran nombre dels quals estan subjectes a requeriments de servei públic) juguen un rol en la consecució dels objectius de contribuir al pluralisme, enriquir la cultura i el debat polític i eixamplar l'oferta de programes. L'actualització amplia aquesta menció del sector comercial, incorporant-hi els mitjans on-line que estan competint amb els radiodifusors a Internet. En aquest sentit, s'alerta que els proveïdors de mitjans comercials estan preocupats pels possibles efectes negatius que les ajudes estatals als radiodifusors de servei públic podrien tenir sobre els nous models de negoci. Es considera, per tant, d'interès comú el manteniment del pluralisme i l'equilibri entre l'oferta de mitjans públics i privats en les dinàmiques actuals dels mitjans de comunicació.

La Comissió Europea ha mostrat preocupació pel futur del servei públic de radiodifusió. Així ho mostra, per exemple, la Recomanació 1878 (2009)³⁰ *Funding of public service broadcasting*, que

³⁰ <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17763&lang=en> [darrera consulta:

estipula que el servei públic on-line pot potenciar la universalitat, tant en termes de diversitat com d'inclusió.

Els radiodifusors de servei públic han de diversificar els seus serveis a través dels canals temàtics sota demanda i serveis de comunicació basats en Internet per tal d'oferir una gamma completa i competitiva de serveis de comunicació al públic en general d'acord amb els seus mitjans de comunicació de servei públic. Els avenços tecnològics en el camp dels mitjans audiovisuals i les comunicacions electròniques signifiquen que els organismes de radiodifusió de servei públic també han de fer ús de les noves tecnologies.

Recomanació 1878, Comissió Europea.

Les institucions europees han emès resolucions, comunicacions i protocols sobre el servei públic de radiodifusió i n'han reconegut el seu servei i la seva funció. Aquestes recomanacions van destinades principalment als Estats membres, que són els que legislen en aquest camp.

2.3.4.3.1. El projecte Vision2020

Després de repassar aquells valors associats al concepte de servei públic, utilitzant referències de textos emesos per organismes internacionals, s'ha considerat que no es podia passar per alt la inclusió d'aquest concepte en l'era digital. En aquest sentit, és pertinent i rellevant actualitzar-lo per tal de contextualitzar-lo en el paradigma tecnològic (Brevini, 2013).

El projecte *Vision2020*³¹ és una de les iniciatives de la *European Broadcasting Union* (EBU) -una aliança internacional de mitjans de servei públic- per tal d'explorar com els mitjans de servei públic poden adaptar-se als canvis que s'estan produint en el marc de la societat de la informació. L'objectiu és que els mitjans puguin desenvolupar un servei públic de cara a la seva audiència.

La proposta defineix clarament què entén l'EBU per servei públic, amb l'objectiu de preservar les funcions bàsiques dels mitjans públics i d'adequar-les als nous contextos de l'era digital. El projecte identifica els reptes principals d'aquests mitjans en els pròxims anys, mitjançant l'anàlisi de les tendències, d'entrevistes a experts i gestors dels propis mitjans, i a experts externs. Aquests reptes es desenvolupen en grans idees i recomanacions per ajudar els mitjans de servei

04/02/2016].

³¹ https://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Vision2020-Full_report_EN.pdf [darrera consulta: 04/02/2016].

públic a desenvolupar les seves estratègies.

Les bones pràctiques són recollides i compartides pels membres de la *European Broadcasting Union*, amb la finalitat d'aprendre els uns dels altres. Les recomanacions emeses com a resultat d'aquest projecte, se centren en les següents 10 àrees:

- ✓ Millorar la comprensió de les audiències.
 - Expandir la recerca sobre l'audiència.
 - Accés a dades dels usuaris.
- ✓ Incrementar el compromís i la diversitat.
 - Diversificar el contingut, prioritzar els *targets*. Concepte d'*innoversity*.
 - Diversificar el personal (criteris de contractació i formació).
 - Estratègies de *social media* i xarxes d'audiència.
- ✓ Establir prioritats:
 - Mida del mercat *versus* distinció.
 - Contingut local destacat.
 - Innovació en el contingut i exploració del talent.
 - Aprendre dins de l'EBU (centres d'excel·lència, intercanvis de continguts i coproducció, laboratoris de format).
 - Cooperació amb organitzacions culturals, alta cultura amb formats transversals.
 - Estratègia de drets esportius.
- ✓ Ser el recurs d'informació més creïble i rellevant.
 - Transformar els serveis periodístics cap a les noves plataformes, personalitzar.
 - Estratègia cap a Internet (en contingut i a la sala de producció).
 - Periodisme de qualitat (investigació, especialització, dades, diferents angles, etc.).
- ✓ Adaptar-se a les audiències joves.
 - Estratègies segons grup d'edat i estil de vida.
 - Contingut digital específic i marca de mitjà .
- ✓ Enfortir, curar i compartir.

- Estratègia d'intercanvi de contingut, incloent els models de negoci.
- Tenir un rol positiu en l'ecosistema de mitjans (cooperació amb diaris, indústries culturals, etc.).
- Jugar un rol en la creació de confiança.
- Estructura per potenciar de les audiències i els comunitats.
- Associació amb institucions públiques i societat civil.
- ✓ Accelerar la innovació i el desenvolupament.
 - Full de ruta per la producció i la distribució multiplataforma.
 - Enfortir les àrees d'innovació i intensificant la col·laboració amb l'EBU.
 - Planificar un projecte d'innovació anual, compartit amb l'EBU.
 - Inversió en imatge d'alta definició i so de qualitat.
 - Intensificar la cooperació europea sobre els estàndards de qualitat.
 - Combinar activitat de recerca i desenvolupament, compartir el coneixement i estar atents a les noves tecnologies
 - Reduir la regulació restrictiva per a innovació.
- ✓ Garantir la prominència.
 - Redissenyar estratègies de distribució (incloent-hi l'accés directe cap a les audiències).
 - Considerar serveis *Over The Top* (OTT).
 - Investigar.
- ✓ Transformar la cultura organitzacional i el lideratge.
 - Millorar la cultura corporativa i els estàndards de governança.
 - Augmentar la confiança a tots els nivells.
 - Efectivitat i excel·lència operacional.
 - Estil de lideratge: encaminar el discurs.
- ✓ Cercar l'espai per als mitjans de servei públic.
 - Adaptar la legitimitat dels mitjans públics al nou context.

- Desenvolupar una posició a llarg termini sobre els mitjans de servei públic.
- Promoure l'educació en els mitjans de comunicació.
- Invertir en donar a conèixer a l'audiència el valor social dels mitjans, sobretot en base a l'aportació de contingut local de qualitat.
- Advocar per un finançament estable.

Aquesta proposta expressa la voluntat que els prestadors públics audiovisuals ofereixin contingut local. Els continguts de proximitat i la representació de l'esfera local són un element rellevant en la prestació del servei públic audiovisual.

El pla parteix de la base que la societat Europea del 2020 estarà més fragmentada, serà més urbana i hi haurà més connectivitat. En aquest context s'augura una disminució de l'audiència en ràdio i un comportament desigual en el cas de la televisió, en què disminueix el consum de serveis lineals i augmenta el dels serveis no lineals. En el disseny de l'estratègia es tenen en compte els canvis en el comportament de l'audiència, que augmenta l'ús d'Internet en detriment de les formes més tradicionals de consumir mitjans de comunicació.

Els reptes se centraran en incorporar les noves formes de consumir televisió de servei públic (com és el cas de l'ús de Google per cercar continguts, la utilització de plataformes com AppleTV o Netflix i el fenomen de Youtube). En aquest sentit, s'han de tenir molt en compte les innovacions tecnològiques, no tan sols com un element a incorporar en el servei públic, sinó també com una part més de l'estratègia de lideratge per part dels PSM. Enmig de tota aquesta multiplicació de canals, plataformes i vies de distribució dels continguts, els mitjans de servei públic han de poder oferir confiança i credibilitat als espectadors.

Un altre valor associat als mitjans públics és l'intercanvi de coneixement entre ells, i també l'intercanvi de coneixement amb les universitats, així com la capacitat de preservar la llengua pròpia. Com afirma Ruurd Bierman, responsable del projecte *Vision2020*, es treballa en una plataforma per tal que els continguts de les diferents televisions públiques puguin estar disponibles en els diferents idiomes de la Unió Europea³². Una altra diferència entre els mitjans públics i els mitjans privats rau en la capacitat de produir continguts de qualitat, no en la

³² Afirmació exposada en el marc de la jornada "Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur", organitzada per la Societat Catalana de Comunicació de l'Institut d'Estudis Catalans, desenvolupada durant els dies 20 i 21 de febrer de 2014.

quantitat de continguts produïts.

En un context de multiplicitat de canals amb restriccions de finançament, la situació no pot anar en detriment dels continguts. Si la programació i la qualitat se'n ressent, s'entraria en una espiral en la qual la falta de finançament aniria acompanyada d'una falta de suport, que derivaria cap a una falta de credibilitat per part del ciutadà. En aquest context, l'intercanvi de continguts emergeix amb força com una via per no haver de sacrificar la qualitat dels continguts i oferir-los de forma conjunta.

Les recomanacions emeses pel projecte *Vision2020* plantegen solucions a alguns dels reptes a què han de fer front els mitjans de servei públic. Les decisions que es prenguin –i s'estan prenent– entorn aquest debat tenen un impacte la construcció d'un sistema de mitjans de comunicació públics al servei de la democràcia, així com en la qualitat i el funcionament dels PSM. En un marc en el qual els valors tradicionals de servei públic s'han de reinventar i adaptar a l'era digital, és rellevant i pertinent la reinterpretació del concepte que aporta un enriquiment del debat científic.

2.3.5. Servei públic audiovisual a Catalunya

El model audiovisual català s'insereix, segons la catalogació de Hallin i Mancini ja apuntada, en el model Mediterrani. Segons aquest model, els parlaments o els governs exerceixen un control en la radiotelevisió, i es considera que els sistemes de la política estan “per damunt de la radiotelevisió” (Hallin i Mancini, 2008: 62).

La definició del servei públic audiovisual a Catalunya es basa en el que estipula la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya. Segons l'article 23 de la normativa, “el servei públic de comunicació audiovisual de Catalunya consisteix en la prestació de serveis de comunicació audiovisual en règim de gestió directa per part de la Generalitat, dels ens locals de Catalunya o dels consorcis”. S'ha de dur a terme mitjançant corporacions de propietat pública, impulsades des d'organismes públics de representació democràtica.

La prestació del servei públic s'ha de fer en règim de gestió directa, la qual cosa vol dir que l'ens o l'organisme responsable ha de definir, elaborar i distribuir, sota la seva responsabilitat, un conjunt de programes, continguts i serveis audiovisuals, orientats a la creació de les condicions necessàries per a la plena eficàcia dels drets fonamentals de llibertat d'informació i de lliure expressió, i ha de facilitar la participació dels ciutadans de Catalunya en la vida política, econòmica, cultural i social del país. La prestació del servei públic de comunicació audiovisual d'àmbit local ha d'ésser duta a terme en forma de gestió directa per part dels municipis, les modalitats associatives d'ens locals i els consorcis integrats per ens locals. El compliment de les

missions del servei públic de la Generalitat correspon a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Segons la Llei 22/2005, la prestació del servei públic pot comptar amb el suport d'entitats privades, en els casos en què sigui necessària la disponibilitat de mitjans materials o professionals. Aquest suport no pot significar, en cap cas, deixar la gestió directa dels continguts en mans de les entitats privades. La normativa especifica que s'entendrà especialment aquest suport quan això permeti impulsar el sector audiovisual de Catalunya (però no prendre decisions)³³.

La missió principal del servei públic de comunicació audiovisual de competència de la Generalitat és oferir a tots els ciutadans de Catalunya, mitjançant un sistema de distribució que no requereixi l'ús de tecnologies d'accés condicional, un conjunt de continguts audiovisuals i, si escau, d'acord amb el Contracte-programa, serveis addicionals de transmissió de dades orientats a la satisfacció de llurs necessitats democràtiques, socials, educatives i culturals, garantint de manera particular l'accés a una informació veraç, objectiva i equilibrada, a les més àmplies i diverses expressions socials i culturals i a una oferta d'entreteniment de qualitat. A aquest efecte, s'han d'emprar tots els llenguatges, els formats i els gèneres propis de la comunicació audiovisual que resultin més adequats en cada cas. Article 26 de la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya.

Les missions de servei públic, segons l'article 26 de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, són:

- L'impuls del coneixement i el respecte dels valors i els principis continguts en la Constitució espanyola, l'estatut d'autonomia, el dret comunitari i els tractats internacionals.
- La transmissió d'una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític, social i cultural, i també amb l'equilibri territorial.
- La difusió de l'activitat del Parlament, dels grups parlamentaris, de les organitzacions polítiques i socials i dels agents socials de Catalunya.
- L'accés universal: la garantia de la màxima continuïtat en la prestació del servei i de la

³³ En l'objecte d'estudi analitzat, és legal externalitzar la producció d'informatius, sempre i quan les empreses no prenguin decisions relacionades amb la gestió directa dels mitjans.

plena cobertura del conjunt del territori. D'una manera particular, la garantia de l'accés de tots els ciutadans a les diferents prestacions integrants, en cada moment, del servei públic de comunicació audiovisual.

- La garantia que les persones amb discapacitat puguin accedir d'una manera efectiva a tots els continguts emesos.
- La promoció activa de la convivència cívica, plural i democràtica de la societat, el coneixement i el respecte a les diverses opcions i manifestacions polítiques, socials, lingüístiques, culturals i religioses presents a Catalunya. En aquest context és necessari l'ús de tots els llenguatges, formats i discursos que permetin el diàleg, la comprensió i la cohesió entre les diverses opcions, i entre les diverses àrees del territori de Catalunya.
- La promoció activa de la igualtat entre dones i homes, que inclou la igualtat de tracte i d'oportunitats, el respecte a la diversitat i a la diferència, la integració de la perspectiva de gènere, el foment d'accions positives i l'ús d'un llenguatge no sexista.
- El subministrament de continguts i serveis audiovisuals dirigits als sectors més amplis i diversos de l'audiència, amb una atenció especial als col·lectius més vulnerables.
- L'afavoriment de l'accés dels ciutadans de Catalunya als principals esdeveniments polítics, socials, econòmics, científics i esportius 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.
- La contribució al desenvolupament de la societat del coneixement utilitzant les diverses tecnologies, desplegant nous serveis.
- La definició, l'aplicació i l'impuls d'un model de comunicació basat en la qualitat, la diversitat en l'oferta, el foment de la innovació, el respecte dels drets dels consumidors i l'exigència ètica i professional.
- La contribució al desenvolupament de les indústries culturals catalanes, especialment les audiovisuals, la promoció de la creació audiovisual i de noves formes d'expressió en aquest àmbit.
- L'afavoriment de l'accés dels ciutadans de Catalunya als principals esdeveniments polítics, socials, econòmics, científics i esportius 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.
- La promoció, el coneixement i la difusió de la llengua i la cultura catalanes, i també de

l'aranès.

- El reforç de la identitat nacional com un procés integrador, en evolució constant i obert a la diversitat.
- La contribució a estrènyer els vincles amb la resta de comunitats de llengua i cultura catalanes.
- La difusió del servei públic de comunicació audiovisual més enllà del territori de Catalunya.

La Llei de la Comunicació Audiovisual es complementa amb el Mandat marc, un document que aprova el Parlament, que es renova cada 6 anys, i que ha de contenir els objectius que ha d'assolir el conjunt del sistema públic audiovisual. El Mandat marc del sistema públic audiovisual català és el document normatiu aprovat pel Parlament de Catalunya que estableix les línies bàsiques que han d'inspirar l'acció del sistema públic audiovisual català. El Mandat emana de la Llei 2/2000, del 4 de maig, del Consell Audiovisual de Catalunya; de la Llei 22/2005, del 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, i de la Llei 11/2007, de l'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais.

Segons el Mandat marc³⁴, aprovat en la sessió de l'11 de febrer de 2010 del Ple del Parlament de Catalunya, el servei públic audiovisual té els següents objectius generals: qualitat informativa, pluralisme i igualtat entre homes i dones; promoció de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès; diversitat i cohesió social; difusió del coneixement; potenciació de la indústria audiovisual; transició a la televisió digital terrestre; accés universal als continguts audiovisuals; protecció de la infància i la joventut; i professionalitat, independència i responsabilitat. Respecte el finançament, el document estipula que els mitjans audiovisuals públics poden tenir un sistema de finançament mixt per a percebre fons de l'administració corresponent i també poden obtenir ingressos de la contractació publicitària i de la venda de serveis.

La prestació del servei públic audiovisual s'ha de concretar en un Contracte-programa. El contingut del Mandat marc s'ha de desplegar en els corresponents Contractes-programa que cadascun dels prestadors públics de serveis audiovisuals han de signar amb l'administració o les administracions de referència, per tal de garantir i permetre comprovar l'ús adequat de les aportacions de fons públics, d'una manera transparent i proporcionada amb les missions de

³⁴http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:m_DZ6Xo_yNsJ:www.parlament.cat/getdocie/8011832+&cd=1&hl=ca&ct=clnk&gl=es [darrera consulta: 05/02/2016].

servei públic encomanades pel Mandat marc.

El Contracte-programa ha d'establir la quantitat que l'administració pública aporta en cada exercici als prestadors dels serveis, i la destinació dels fons públics aportats per l'administració corresponent. Segons el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el Contracte-programa és l'instrument mitjançant el qual es determinen objectius concrets de servei públic que seran assuts tant per la part de l'Administració competent com de l'entitat a la qual s'encarrega de forma directa la prestació del servei (és a dir, l'entitat gestora).

La prestació de servei públic audiovisual local fa que els objectius del Contracte-programa s'estableixin a partir d'un marc de referència complex, format per les missions de servei públic establerts a la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual a Catalunya en el seu article 26.3. D'acord amb l'article 32 de la Llei, aquestes missions conformen també el marc de prestació de servei públic d'àmbit local, si bé s'especifica igualment la necessitat que siguin objecte d'un procés d'adaptació en relació amb els interessos específics de la corresponent comunitat local.

La segona funció del Contracte-programa és esdevenir l'instrument, de naturalesa pluriennal, a través del qual es garanteix, de forma proporcionada i transparent, i a la vista de les accions concretes descrites i assumides en el si del mateix, un finançament estable degudament sanejat. El Contracte-programa garanteix, en definitiva, l'autonomia en la gestió directa del servei per part d l'entitat corresponent, sobre la base de la determinació d'uns paràmetres i uns compromisos duradors de finançament, el qual troben la seva contrapartida en l'assumpció d'uns determinats objectius i accions en la prestació del servei. La proposta de Contracte-programa constitueix el darrer pas en l'establiment del marc d'actuació al qual es troba sotmesa, en darrera instància, l'entitat que gestiona, de forma directa, el servei públic de cada demarcació.

Tal com preveu l'apartat VI del Preàmbul de la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual a Catalunya, "la suficiència financera és imprescindible per a garantir la prestació del servei públic d'una manera real i efectiva. En aquest sentit, la presència principal, estable i equilibrada de fons públics, subministrats sobre la base d'un contracte programa de durada pluriennal i en el marc de l'assumpció d'un seguit d'objectius de servei públic, constitueix una peça clau de tot el sistema".

Les principals obligacions de servei públic contingudes en el Contracte-programa segons la Llei són les següents:

a) Prestar el servei de comunicació audiovisual en les freqüències assignades i amb la potència autoritzada, amb continuïtat i amb la qualitat adequada.

- b) Presentar anualment al CAC la declaració responsable del compliment de les obligacions.
- c) Respondre als requeriments d'informació i de tramesa de material audiovisual o d'altra mena que els pugui fer el CAC.
- d) Comparèixer davant el CAC a petició d'aquest.
- e) Tenir a disposició del CAC totes les emissions i les dades relatives a aquestes, i conservar-les enregistrades durant sis mesos perquè el Consell pugui comprovar si compleixen llurs obligacions.
- f) Utilitzar els sistemes o les tecnologies que siguin més adequats, d'acord amb l'estadi de l'evolució tecnològica.

En el cas de les televisions de proximitat, si el prestador públic està format per més d'un municipi, és necessària la constitució d'un Consorci. Es tracta d'una entitat pública de caràcter associatiu, voluntària i constituïda per un temps indefinit, que es regeix per uns estatuts, per la legislació de règim local, i de l'audiovisual i, en el seu cas aplicable, pel Reglament d'Organització i Funcionament (ROF) del servei televisiu. Aquest reglament s'ha d'aprovar al Ple, de conformitat amb l'article 33.1 de la Llei 22/2005 de 29 de desembre de Comunicació Audiovisual de Catalunya, i pels altres Reglaments Interns que regulin la seva organització, el funcionament i l'ordenació de les diverses activitats i, supletòriament, per les disposicions legals que li siguin aplicables.

El Consorci està dotat de personalitat jurídica plena i independent a la dels seus membres, amb tota la capacitat jurídica del dret públic i privat que requereixi la realització dels seus propis objectius. El Consorci pot adquirir, posseir, reivindicar, permutar, gravar i alinear tota mena de béns, declarar contractes, assumir obligacions, interposar recursos i exercir les accions que es preveuen en les lleis i, en general, realitzar tots els actes necessaris per l'acompliment de les finalitats que li són atribuïdes d'acord amb el que disposen els estatuts i la legislació aplicable.

El control del servei públic estipula que els distribuïdors dels serveis de comunicació audiovisual que explotin xarxes públiques per a la prestació de serveis de radiodifusió han de garantir a tots els usuaris l'accés als serveis de comunicació audiovisuals prestats per la CCMA, originàriament distribuïts per mitjà dels sistemes de radiodifusió terrestre. El compliment per part de l'operador corresponent d'aquesta obligació no pot comportar cap mena de cost afegit per als usuaris.

Correspon al Parlament i al CAC, d'acord amb les seves atribucions, controlar que els prestadors públics compleixen amb les missions de servei públic, i també amb el que estableix el Contracte-programa pel que fa als objectius específics derivats d'aquestes. Per tal de garantir el

compliment de la funció de servei públic, el Parlament ha d'aprovar cada sis anys el Mandat marc que estableix els objectius que ha d'assolir el sistema públic audiovisual. El contingut del Mandat marc es desenvolupa en el corresponent Contracte-programa, el qual ha d'establir de manera concreta i precisa els objectius per un període de vigència de quatre anys, revisable cada dos anys.

El CAC va definir el model de servei públic l'any 2001, a instàncies del Parlament de Catalunya³⁵, tenint en compte les directrius marcades per la Unió Europea. El CAC considera les següents funcions del servei públic:

- De preservació de les garanties democràtiques.
- Informativa.
- Econòmica.
- Estratègica de desenvolupament d'elles comunicacions.
- Política.
- Social.
- Cultural.
- Educativa.
- Divulgadora.
- Interrelacional.
- Identitària i lingüística.
- De qualitat.
- D'equilibri territorial.
- Mobilitzadora de valors.

³⁵ El novembre de 2000 el Parlament de Catalunya adopta la següent resolució: "El Parlament de Catalunya, d'acord amb la Llei 2/2000, del 4 de maig, insta el Consell de l'Audiovisual de Catalunya a elaborar i presentar a aquest Parlament, en el termini més breu possible, un estudi que defineixi el model de servei públic que, al seu parer, ha d'inspirar la legislació catalana referent a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, i en general, al sector de l'audiovisual" (Resolució 342/VI BOPC núm. 115). El document que en resulta es va elaborar el 2001 i es pot consultar on-line http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q10model.pdf [darrera consulta: 05/02/2016].

- Impulsora de la interactivitat.
- Exercir com a guia i oferir informació al ciutadà.

Si emmarquem els valors de servei públic en l'àmbit català, n'hi ha que tenen un relleu destacat en aquesta investigació. És el cas de l'equilibri territorial, és a dir, la necessitat de garantir una cobertura que contempli la diversitat comarcal i local, o l'especificitat de llocs i grups dins l'entorn metropolità, així com també les diferències de les minories ètiques i socials que s'han de veure representades.

2.3.6. Consideracions finals sobre el servei públic audiovisual

En aquest apartat s'ha reflexionat àmpliament sobre el servei públic audiovisual, que va molt lligat a les funcions d'informar, entretenir, educar i, més recentment, innovar i interactuar, a més de la necessària desgovermentalització i despolitització del servei.

S'ha observat que el concepte s'associa a valors com la qualitat dels continguts, l'accés universal, l'atenció a les comunitats locals i el fet d'aconseguir la màxima representació social, donant veu a les minories. I que cal que, aquests valors que diferencien els prestadors públics dels comercials, arribin als ciutadans a través de la programació que s'ofereix als canals. Serà en el trasllat d'aquests valors a l'audiència quan la ciutadania valori positivament els mitjans de comunicació públics, de manera que aquests es veuran legitimats.

La radiotelevisió pública se situa com a punt de suport sobre el qual gira la galàxia mediàtica a Europa. Per això, la radiotelevisió pública ha de configurar una referència real, que sigui legitimada per la ciutadania i que compti amb el suport social per exercir de força gravitatòria del sistema (Lamuedra, 2011). Cal que els ciutadans siguin conscients dels perjudicis que suposa estar dominats per uns mitjans en un escenari de concentració empresarial i basats en models exclusivament comercials, i que valorin els prestadors públics com a actors que garanteixen continguts de qualitat, diversos, plurals i representatius, que no estiguin sotmesos a ingerències governamentals, diferenciats dels que ofereixen els privats. D'aquesta manera es consolidarà el suport social cap als mitjans públics que en legitiemi la seva existència i funcionament, com es mostra a continuació (figura 14).

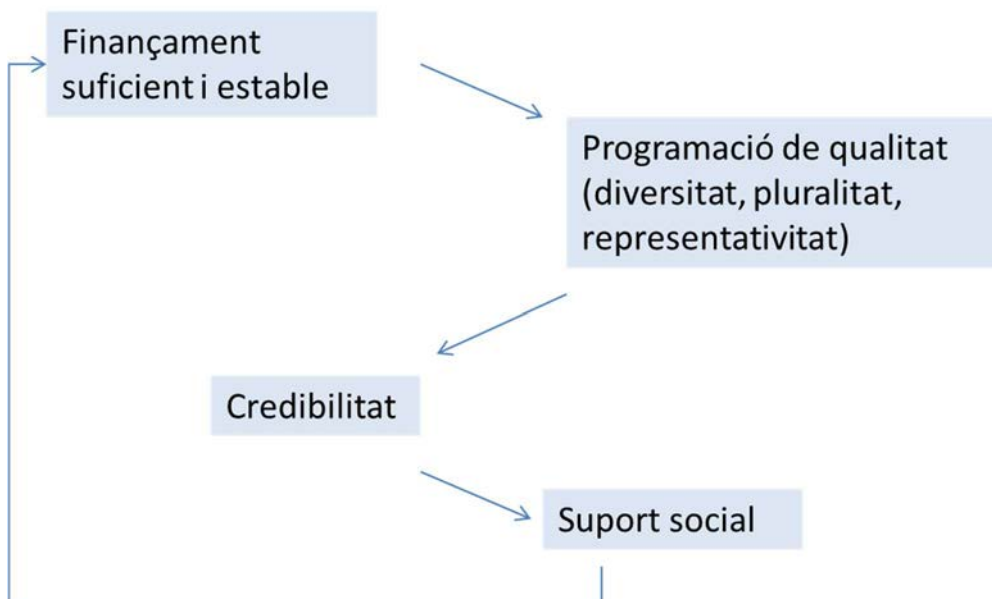


Figura 14. Espiral positiva de funcionament dels mitjans de servei públic. Elaboració pròpia.

Definir què és el servei públic i les seves missions és especialment rellevant en un context en què els mitjans de comunicació públics estan patint les conseqüències d'una reducció dels pressupostos que té afectacions en la precarització laboral i els acomiadaments, el volum i la qualitat de la producció, l'externalització de continguts i la regovernalització. Tots aquests factors estan debilitant el servei públic, de manera que cal identificar els valors claus del sistema públic comunicatiu i revaloritzar-los, per poder adequar-los al nou context econòmic i digital sense deixar de banda els elements tradicionals en els quals es basen el servei públic i la democràcia.

Com han destacat diversos autors i organismes internacionals -i com s'ha recollit al llarg d'aquest text-, el servei públic audiovisual ha d'esdevenir flexible, i ha d'ésser capaç d'adaptar-se als avanços tecnològics de l'era digital. Cal redefinir-ne les missions, ja que la indefinició només perjudicaria els propis mitjans públics, i assegurar-ne l'assoliment a través de l'especificació en els Contractes-programa, d'un finançament estable i de la presència activa d'una autoritat independent que vetlli per aquest servei.

Després de fer un ampli recorregut per la literatura de servei públic i de dedicar una atenció especial als marcs internacionals de referència sobre aquest servei, s'observa que hi ha valors que són indiscutibles i que formen part del denominador comú de les diferents aproximacions, com ara la diversitat, la representativitat o l'accés universal.

Però hi ha un element intrínsec al servei públic que afecta i engloba tots els altres: la qualitat dels continguts. Qualitat entesa com a continguts integradors i que representin les diferències socials, lligada als valors de representativitat i diversitat, i a uns criteris professionals que donin

suport al pluralisme polític, social i cultural, i que garanteixin la independència. Però també s'hi sumen altres aspectes com ara la capacitat d'oferir informació al marge de l'espectacle amb elements contextuals que ajudin a entendre les temàtiques presentades d'una manera global, així com l'elaboració de temes complexos per a fer-los comprensibles als espectadors i l'experimentació de fórmules informatives innovadores que puguin despertar l'interès de l'espectador.

Al llarg d'aquest capítol s'han presentat els valors de servei públic i també l'evolució que ha patit aquest servei, entès com a política i sovint com a institució. S'ha actualitzat aquest concepte i s'ha contextualitzat en l'era digital, explicant en quina línia s'encaminen les necessitats de reformulació. Són molts els autors que han parlat dels riscos que pateix el servei públic, i alguns fins i tot parlen de declivi. El nexa comú entre la comunitat acadèmica, amb les seves visions diverses exposades àmpliament, és el vessant propositiu dels autors en quant a recomanacions i reptes que han d'encarar els mitjans de servei públic (ja no radiodifusors) en l'era digital.

Els postulats s'encaminen, per una banda, al fet que les pàgines web dels operadors públics esdevinguin portals de referència, i es converteixin en una de les principals portes d'accés a la xarxa i en una font autoritzada de notícies i oci, de manera que aquest portals donin resposta als usuaris actius. Internet ofereix, per una banda, més plataformes de distribució dels continguts de servei públic. També amplia el *feedback* amb l'audiència, a través d'aplicacions, xarxes socials, etc., ja que el consum de televisió sovint es fa amb una segona pantalla (*second screen*) que permet al interactivitat. L'entorn on-line també és una font per generar interès en els canals de televisió, de manera que les dues vies de difusió es poden retroalimentar per aconseguir més audiència. A més, permet dirigir l'usuari cap a materials i enllaços relacionats, de manera que se li prescriu altres vincles d'interès de qualitat.

Tot i els reptes que presenta la televisió digital, aquest mitjà obre la porta a la distribució més democràtica dels continguts mitjançant la multiplicació dels canals bàsics, i la creació de canals destinats a serveis més específics i als serveis interactius. En un context de multiplicació d'ofertes, de liberalització del sistema mediàtic, i de poques barreres d'entrada al sector audiovisual, la preservació del servei públic esdevé primordial. Un servei públic que ha de transmetre els valors tradicionals però, a més a més, s'ha de reinventar, en el sentit tecnològic i també pel que fa a les seves funcions. Els mitjans públics han de crear un valor de marca i estar ben posicionats a les plataformes de distribució de continguts i en l'entorn on-line, per a poder seguir difonent contingut de qualitat en l'escenari digital, i per a fer de filtre i recomanar altres continguts de qualitat que generin confiança en l'espectador.

2.4. Marc legal

Aquest apartat incorpora l'anàlisi legislatiu que permet contextualitzar el marc legal en el qual se situa l'objecte d'estudi. Es tracta de la legislació que afecta el sector públic audiovisual de Catalunya i, en especial, els prestadors públics de proximitat. Fins ara, el treball ha abastat els aspectes més teòrics i conceptuals que emmarquen la recerca, en els quals ja s'ha fet referència a algunes normes legislatives. A continuació, es presenta una anàlisi de la legislació marc, i també de l'evolució d'aquesta legislació en aquelles temàtiques que afecten l'objecte d'estudi de la tesi doctoral.

S'ha fet una revisió de les normatives europees, espanyoles i catalanes (per aquest ordre) que regulen el sector televisiu, especialment el sector públic, i també la societat de la informació. S'incorpora, en aquest treball, un repàs cronològic d'aquesta legislació en cadascun dels àmbits descrits, fins arribar a les normatives que regulen els prestadors públics actualment. S'han analitzat textos de diferent rang, com ara directives, lleis i reial decrets, així com documentació relacionada amb aquestes normes.

2.4.1. Legislació europea

2.4.1.1. Directiva 89/552/CEE Televisió sense fronteres

La Directiva 89/552/CEE, de 3 de octubre de 1989, relativa a la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres sobre l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva (Directiva de televisió sense fronteres) és la primera norma europea que legisla en matèria de televisió. El text persegueix dos objectius bàsics:

- a) Garantir la lliure circulació del serveis de radiodifusió, preservant objectius importants d'interès públic com la diversitat cultural, el dret de rèplica, la protecció dels consumidors i la protecció dels menors.
- b) Promoure la distribució i producció de programes audiovisuals europeus. Pretén garantir una presència majoritària en la programació de les cadenes de televisió.

Una vegada establerts els macroobjectius d'aquesta directiva, es destaquen els conceptes relacionats amb el present estudi. Són aquells que marquen les directrius referents als prestadors de serveis audiovisuals i, més concretament, als de la funció pública. El concepte de "radiodifusió televisiva" es defineix per primera vegada en la legislació europea com a "emissió primària, amb o sense fil, per terra o per satèl·lit, codificada o no, de programes televisats destinats al públic".

La normativa concreta que és tasca dels Estats membres vetllar per les emissions de radiodifusió

televisiva transmises pels organismes de radiodifusió televisiva. A més, aquests Estats membres hauran de garantir la llibertat de recepció i no obstaculitzar la retransmissió en els seus territoris d'emissions de radiodifusió televisiva d'altres Estats membres.

La revisió de 1997 de la directiva incorpora modificacions substancials a la norma original, entre les quals el principi de jurisdicció, que estableix que l'Estat membre responsable de les cadenes de televisió es determina d'acord amb el lloc on es troba la seu central i on s'adopten les decisions de programació.

Al concepte de "radiodifusió televisiva" s'hi afegeix el d'"organisme de radiodifusió televisiva", que s'entén com la "persona física o jurídica que assumeix la responsabilitat editorial de la composició de les graelles de programes televisats", i que els transmet o els faci transmetre per un tercer.

El text estableix que aquests organismes de radiodifusió televisiva estaran sotmesos a la jurisdicció d'un Estat membre si hi estan establerts. Per considerar que un organisme de radiodifusió televisiva està establert en un Estat membre, aquest organisme ha de tenir la seu central en el seu territori o desenvolupar-hi la major part de tasques que formen part de les activitats de radiodifusió televisiva.

La revisió de 2007 de les normes sobre els serveis de contingut audiovisual es va dur a terme en base als resultats de l'*Informe de la Quarta Comunicació relatiu a l'aplicació de la Directiva Televisió sense Fronteres*³⁶, elaborat durant els anys 2001-2002. L'informe analitza els principals canvis experimentats en l'aplicació de la Directiva, i en presenta un balanç.

En aquest document, s'hi fa palesa la tendència favorable que ha caracteritzat l'evolució de la indústria televisiva de la Unió Europea. L'augment de cadenes disponibles es considerava un indicador de la bona salut econòmica del sector de la televisió i dels avantatges del consumidor en quant a la varietat de continguts. L'any 2001, hi havia més de 660 cadenes amb capacitat de cobertura estatal que emetien a la Unió Europea per via terrestre, per satèl·lit o per cable. Això suposa un augment del 25% respecte a les xifres de l'any 2000.

Aquestes dades indiquen la tendència de creixement dels prestadors de servei audiovisual a nivell europeu. Tot i que l'informe no parla de la TDT-L, ja que només es tenen en compte aquelles cadenes que poden emetre en l'àmbit estatal, aquesta tendència es pot extrapolar a

³⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52002DC0778&from=EN> [darrera consulta: 26/02/2016].

les televisions de proximitat catalanes. Els anys 2000 hi ha una eclosió de la televisió de proximitat, sobretot en aquells territoris més habitats (Guimerà, 2007).

L'informe dictamina que l'aplicació de les normes de la Directiva correspon als ministeris o les autoritats independents de regulació responsables en cada Estat membre del sector audiovisual. Per tal d'assegurar el pluralisme en els mitjans de comunicació, s'obliga a cada Estat membre a garantir la independència de l'autoritat de reglamentació nacional encarregada de posar en pràctica les disposicions de la Directiva. Si bé és cert que la normativa en protegeix la independència, no estipula que aquesta autoritat independent sigui d'existència obligatòria.

Seguint les directrius d'aquest informe, i en un context de creixement de la indústria audiovisual europea, es revisa novament la Directiva de Televisió sense Fronteres. Una de les modificacions més destacables és la distinció entre:

-Serveis lineals, és a dir, televisió tradicional, Internet i telefonia mòbil que els telespectadors reben passivament.

- Serveis no lineals, que són aquells serveis de televisió a la carta que els telespectadors poden escollir.

La normativa perfila el concepte de "radiodifusió televisiva" o "emissió televisiva", tenint en compte la nova distinció entre serveis lineals i no lineals. El considera un servei lineal aquell que ofereix un prestador de servei de comunicació per al visionat simultani de programes. També s'incorpora el terme "organisme de radiodifusió televisiva", entès com un prestador de servei de comunicació que ofereix radiodifusió televisiva.

La "radiodifusió televisiva" es distingeix del "servei de comunicació audiovisual a petició", que seria un servei no lineal en què el visionat de programes es duu a terme en el moment escollit per l'espectador sobre la base d'un catàleg de programes seleccionat pel prestador de serveis de comunicació. En relació als serveis no lineals, la directiva apunta que els serveis de comunicació audiovisuals sota demanda tenen potencial per substituir, en part, a la difusió televisiva.

La distinció entre els serveis lineals i els no lineals és una reacció a l'aparició de dues tendències. Per una banda, el consum de televisió fora del televisor tradicional (Internet i telefonia mòbil), i per l'altra, el consum asincrònic de televisió, sota demanda.

Fins ara s'han definit els conceptes de "radiodifusió televisiva" (1989) i "organisme de radiodifusió televisiva" (1997). La revisió de 2007 incorpora el concepte de "servei de comunicació audiovisual", seguint la línia de la definició general de "servei" que apareix als

articles 49 i 50 del Tractat de la UE. El servei de comunicació audiovisual és responsabilitat d'un prestador de servei de comunicació que "té com a finalitat principal proporcionar programes amb l'objectiu d'informar, entretenir o educar el públic en general a través de les xarxes de comunicació electròniques".

La modificació estableix que quan els organismes de radiodifusió d'altres Estats membres puguin saltar-se les regles l'Estat membre de destí, hi intervindria la Comissió. La potestat sobre els organismes de radiodifusió la tenen els Estats membres, i només en cas de conflicte entre dos països hi intervindrà la Comissió com a institució medidora i per fer complir el Dret comunitari.

2.4.1.2. Directiva 2010/13/UE de Serveis de Comunicació Audiovisual

La directiva 2010/13/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 10 de març de 2010, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels Estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual (Directiva de Serveis de Comunicació Audiovisual), té per objecte establir un marc per als serveis transfronterers de comunicació audiovisual per a, d'aquesta manera, reforçar el mercat interior de la producció i la distribució de programes, així com garantir condicions de competència lleial.

La norma defineix el concepte "Prestador del servei de comunicació" com a "persona física o jurídica que té la responsabilitat editorial sobre l'elecció del contingut audiovisual del servei de comunicació audiovisual".

Aquesta norma arriba com a resultat de les noves tecnologies incorporades a la transmissió de serveis de comunicació audiovisual, per tal que es reflecteixin els efectes dels canvis estructurals en la radiodifusió i la difusió de les Tecnologies de la Informació i de la Comunicació (TIC) i l'evolució tecnològica. Així, es pretenen garantir unes condicions òptimes de competitivitat i seguretat jurídica per a les tecnologies de la informació i els mitjans de comunicació a Europa, i també el respecte de la diversitat cultural i lingüística.

El text incorpora els següents preceptes:

En les seves Resolucions de 1 de desembre de 2005 i 4 abril 2006 relatives a la Ronda de Doha i la Conferència Ministerial de l'OMC, el Parlament Europeu exigeix que els serveis públics bàsics, com ara els serveis audiovisuals, s'excloquin de la liberalització en el marc de la ronda de negociació relativa a l' Acord General sobre el Comerç de Serveis (AGCS). En la seva Resolució de 27 d'abril de 2006, el Parlament Europeu brinda el seu suport a la Convenció de la UNESCO sobre la Protecció i Promoció de la Diversitat de les Expressions Culturals i afirma, en particular, «que les activitats, els béns i els serveis

culturals són d'índole alhora econòmica i cultural, perquè són portadors d'identitats, valors i significats, i per tant no s'han de tractar com si només tinguessin un valor comercial». Directiva 2010/13/UE de Serveis de Comunicació Audiovisual.

D'aquesta manera, es reconeix la funció pública dels serveis audiovisuals, com a portadors d'identitats. Aquests postulats van en consonància amb el marc teòric d'aquesta tesi, en què conflueixen els valors de servei públic amb els d'identitat i representativitat de la proximitat cultural. La directiva pretén contribuir a la plena realització del mercat interior i facilitar la creació d'un espai únic d'informació, almenys un conjunt bàsic de normes coordinades, que s'apliquin a tots els serveis de comunicació audiovisual, tant de radiodifusió televisiva (serveis de comunicació audiovisual lineals) com a serveis de comunicació audiovisual a petició.

Es cita la Resolució del Consell i dels Representants dels Governos dels Estats membres, reunits en el si del Consell el 25 de gener de 1999, sobre el servei públic de radiodifusió, que va confirmar que cal que els serveis públics de radiodifusió aprofitin el progrés tecnològic per al compliment de la seva funció.

La definició de serveis de comunicació audiovisual engloba tant la televisió lineal com la radiodifusió televisiva a petició que sigui un mitjà de comunicació de masses, és a dir, que estigui destinat a una part significativa del públic en general i que pugui tenir un clar impacte sobre ell. Aquests serveis de comunicació audiovisual inclouen els que han de complir la funció d'informar, entretenir i educar el públic general, així com les comunicacions audiovisuals comercials. D'aquesta manera, es diferencia entre els prestadors públics -que conformen l'objecte d'estudi de la tesi doctoral- dels comercials o de titularitat privada.

Es consideren els serveis de comunicació audiovisual a petició com a televisió, en el sentit que competeixen per la mateixa audiència que les emissions de radiodifusió televisiva. Aquesta inclou la televisió analògica i la digital, l'emissió en directe en temps real per Internet, la difusió web i el vídeo a petició, mentre que el vídeo a la carta, per exemple, és un servei de comunicació audiovisual a petició.

Els serveis de comunicació audiovisual a petició tenen potencial per a substituir en part a la radiodifusió televisiva. Per això, el text explicita que han de fomentar, quan sigui viable, la producció i distribució d'obres europees, contribuint així activament a la promoció de la diversitat cultural.

La normativa defineix:

- Prestador del servei de comunicació: la persona física o jurídica que té la responsabilitat editorial sobre la elecció del contingut audiovisual del servei de comunicació audiovisual

i determina la manera en com s'organitza el contingut.

- Radiodifusió televisiva o emissió televisiva (és a dir, un servei de comunicació audiovisual lineal): un servei de comunicació audiovisual ofert per un prestador del servei de comunicació per al visionat simultani de programes sobre la base d'un horari de programació.
- Organisme de radiodifusió televisiva: un prestador del servei de comunicació que ofereix radiodifusió televisiva.
- Servei de comunicació audiovisual a petició (és a dir, un servei de comunicació audiovisual no lineal): un servei de comunicació audiovisual ofert per un prestador del servei de comunicació per al visionat de programes en el moment triat per l'espectador i a petició pròpia, sobre la base d'un catàleg de programes seleccionat pel prestador del servei de comunicació.

La normativa deixa en mans dels Estats membres la garantia de la llibertat de recepció i el fet de no obstaculitzar les retransmissions en el seu territori els serveis de comunicació audiovisual procedents d'altres països.

La normativa marc europea sobre televisió defineix diversos conceptes que cal considerar en el present treball, com ara què és un organisme de radiodifusió televisiva o un servei de comunicació audiovisual. Es tracta d'una legislació que estableix directrius molt generals per a guiar les polítiques en matèria audiovisual, pensades en els prestadors d'abast nacional. En els textos, no hi apareixen els conceptes televisió de proximitat, televisió local, TDT-L; i es deixa en mans dels Estats membres l'atorgament de llicències als prestadors. En el transcurs de la tesi doctoral, aquesta Directiva ha iniciat un procés de revisió.

2.4.1.3. La revisió de la Directiva 2010/13/UE de Serveis de Comunicació Audiovisual

La Directiva de Serveis de Comunicació Audiovisual (AVMSD) ignora en gran mesura l'especificitat dels serveis locals i regionals, excepte en el fet d'eximir-los de les quotes d'obres europees el 50% (article 18). La Directiva està en procés de revisió, el que suposa una bona oportunitat per incloure referències als prestadors locals i regionals.

Al preàmbul de la directiva apareixen els conceptes de diversitat lingüística i identitat, però no a les disposicions. No hi ha cap esment de la llengua minoritària o de la televisió de proximitat, local o regional. El concepte de diversitat cultural apareix una vegada a la Directiva en disposicions aplicables únicament als serveis a la carta. Això només ha estat rectificat

parcialment en la proposta de modificació de la Comissió Europea, publicada al maig de 2016, que esmenten la diversitat cultural en l'article 30 com un dels objectius de la Directiva a la qual han de respondre als reguladors nacionals.

Aquesta investigació proposa que la revisió de la Directiva hauria de:

- Incloure la promoció de la diversitat cultural com a missió en matèria audiovisual.
- Identificar la necessitat de preservar les llengües, algunes de les quals minoritàries, a la UE, i l'ús d'aquestes llengües en els mitjans de comunicació.
- Reconèixer les emissores de proximitat com a actors que tenen un paper central en la preservació de la identitat local dins d'un panorama de comunicació global.
- Assenyalar la necessitat de tenir accés a la informació local per augmentar el pluralisme i la representació.

La televisió de proximitat és un fenomen que està en auge a causa de la proliferació d'aquests actors en l'àmbit digital. En un context de globalització dels mitjans audiovisuals, és important comptar amb eines per garantir la presència de les emissores de proximitat que serveixen a les comunitats locals i regionals, i així ho ha de promoure i preservar la legislació europea.

2.4.2. Legislació espanyola

La legislació espanyola en matèria audiovisual s'ha caracteritzat per ser general i dispersa, fins a l'aprovació el 2010 de la Llei de la Comunicació Audiovisual. El model de televisió de l'Estat espanyol s'ha basat en el monopoli públic de les televisions fins els anys 90, amb una manca de regulació cap a les televisions locals. En l'anàlisi de la legislació espanyola es destaquen aquells aspectes que poden afectar l'objecte d'estudi i, per tant, els prestadors públics catalans –tant autonòmics com de proximitat-.

Abans d'analitzar les lleis i els decrets aprovats cal fer referència a l'article 149 de la Constitució espanyola³⁷, que descriu que l'Estat es reserva les competències bàsiques del règim dels mitjans de comunicació. L'article 20.1 del mateix text exposa “el dret a expressar, difondre lliurement els pensaments, les idees i les opinions mitjançant la paraula, l'escriptura o qualsevol altre mitjà de producció” i a “comunicar lliurement informació veraç per qualsevol mitjà de difusió”.

³⁷ <http://www.parlament.cat/document/cataleg/48088.pdf> [darrera consulta: 26/02/2016].

2.4.2.1. Llei 4/1980 d'Estatut de la Ràdio i la Televisió

La Llei 4/1980, de 10 de gener, d'Estatut de la Ràdio i la Televisió estipula que les competències de radiodifusió i televisió són de titularitat estatal, i que s'encomanen a l'ens públic RTVE. Les funcions que corresponen a l'Estat com a titular dels serveis públics de radiodifusió i televisió s'exerciran, per tant, a través d'aquest organisme. Tot i això, també s'estableix que el Govern central pot concedir a les comunitats autònomes la gestió d'un canal de televisió de titularitat pública creat per a l'àmbit territorial de cada una, sempre que les Corts Generals ho autoritzin.

En quant a la representació de tots els territoris, s'estableix que Radiotelevisión Española (RTVE), a través de la seva organització territorial, elaborarà una proposta de programació que serà emesa en l'àmbit de la "nacionalitat" o "regió" que correspongui. Les hores d'emissió en desconexió (un terme que no utilitza la llei, però que creiem que s'escau per denominar aquestes emissions específiques per a cada territori) estarà establert per un percentatge que el govern de l'Estat fixarà anualment, a proposta del Consell d'Administració i del director general de RTVE.

2.4.2.2. Llei 46/1983 reguladora del Tercer Canal de Televisió

La Llei 46/1983, de 26 de desembre, reguladora del Tercer Canal de Televisió aprova la posada en funcionament d'un tercer canal de televisió de titularitat estatal, que s'atorgarà en règim de concessió en l'àmbit territorial de cada comunitat autònoma, sempre que aquests ho sol·licitin. La normativa estableix que serà la comunitat autònoma la que regularà l'organització i el control parlamentari d'aquest canal, mitjançant una llei.

2.4.2.3. Llei 31/1987 d'Ordenació de les Telecomunicacions

La Llei 31/1987, de 18 de desembre, d'Ordenació de les Telecomunicacions respon a la necessitat d'establir, per primera vegada a Espanya, un marc jurídic bàsic per a les diverses modalitats de comunicació. També té com a objectiu definir les funcions i responsabilitats de l'administració pública i del sector públic i privat. Com a principi general, la llei configura les telecomunicacions com a serveis essencials de titularitat estatal reservats al sector públic. D'aquesta manera, és l'Estat qui defineix el domini públic radioelèctric i n'ordena la seva utilització.

La llei inclou la televisió en la categoria de "serveis de difusió", és a dir, serveis en què la comunicació es realitza en un sol sentit a diversos punts de recepció simultània. També estipula que la prestació en règim de gestió indirecta d'aquests serveis requereix una concessió administrativa. La normativa defineix la televisió com la forma de telecomunicació que permet

l'emissió o transmissió d'imatges no permanents, per mitjà d'ones electromagnètiques propagades per cable, per satèl·lit, per l'espai sense guia artificial i per qualsevol altre mitjà. El règim jurídic de la televisió es regula per la seva legislació específica i es deixa en mans del govern l'aprovació dels corresponents Reglaments Tècnics i de Prestació de Servei dels Serveis de Difusió. En aquesta llei no apareix cap referència a la televisió de proximitat.

2.4.2.4. Actualitzacions de la Llei d'Ordenació de les Telecomunicacions

La revisió de la llei de 1998 va instaurar un règim plenament liberalitzat en la prestació de serveis, i en l'establiment i explotació de xarxes de telecomunicacions. Obria el sector a la lliure competència entre operadors, fet que va ocasionar el sorgiment d'una multiplicitat d'operadors en diversos serveis.

La revisió de 2003 es dirigeix a regular exclusivament el sector de les telecomunicacions, amb exclusió de la regulació de continguts difosos a través de la xarxa (Internet) i serveis de comunicació electrònics. I puntualitza que aquests formen part del règim dels mitjans de comunicació social, que es caracteritzen per ser transmesos en un sol sentit de manera simultània a la multiplicitat d'usuaris. Aquesta llei va estar vigent fins l'1 de maig de 2010, data en què va entrar en vigor la Llei 41/1995 de Televisió Local per Ones Terrestres.

2.4.2.5. Llei 41/1995 de Televisió Local per Ones Terrestres

La Llei 41/1995 de 22 de desembre, de Televisió Local per Ones Terrestres arriba després de 15 anys de reclamació pel reconeixement legal de les televisions locals, en què aquests prestadors estaven emetent en una situació d'alegalitat. N'és un exemple la Federació Pro Legalització de les Televisions Locals a Catalunya, nascuda l'any 1985. Aquesta organització, formada per les televisions gestionades per ajuntaments i associacions, reclamava, des de feia una dècada, aquesta regulació.

La llei introdueix per primera vegada el concepte de "televisió local" a l'ordenament jurídic espanyol. La normativa considera la televisió local per ones terrestres com un mitjà audiovisual que té la naturalesa de servei públic. Estipula que aquests prestadors de serveis audiovisuals es regularan pel que es disposi en aquesta llei i pel que estableix la Llei 31/1987 d'Ordenació de les Telecomunicacions, ja presentada en aquest document.

La llei delimita l'àmbit territorial de cobertura de la televisió local. Considera que, com a norma general, està delimitat pel nucli urbà principal de població del municipi corresponent. Aquest àmbit, no obstant, pot estendre's a altres nuclis del mateix municipi quan ho aconselli el nombre d'habitants i existeixi la disponibilitat d'espectre radioelèctric.

En quant a la gestió, la normativa estipula que pot anar a càrrec del propi municipi o bé de particulars mitjançant la concessió administrativa. La normativa limita l'àmbit de difusió al municipi, que només es pot estendre per raons de nombre d'habitants o d'espai radioelèctric disponible, i dóna prioritat als ajuntaments a gestionar el servei. S'aposta, per tant, pel servei públic, ja que només pot gestionar el servei un operador privat si hi renuncia el consistori. L'Estat és qui reserva les freqüències, però les concessions i la potestat de sancionar estan en mans de les comunitats autònomes.

La llei prohibeix l'emissió en cadena per part de les televisions locals per ones terrestres, sense autorització per part de les comunitats autònomes, que ho podrien permetre en funció de la proximitat territorial i de les característiques territorials, socials i culturals dels diversos àmbits territorials de cobertura. S'entén que emetran en cadena aquelles televisions en què hi hagi una unitat de decisió en l'administració de dues o més societats gestores del servei, o quan emetin la mateixa programació durant més del 25% del temps total d'emissió setmanal.

La competència d'atorgar les concessions per la prestació de servei s'atribueix a les comunitats autònomes, que podran habilitar un prestador en cada àmbit territorial, i fins a dos quan resulti compatible amb l'espectre radioelèctric i quan un d'ells sigui gestionat pel municipi. Queda, també, en mans de les comunitats autònomes, fixar el temps d'emissió i el contingut de programació del servei de televisió local per ones terrestres.

La norma enumera els principis pels quals s'ha de regir la televisió local. Aquests principis es basen en el criteri d'objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions; la separació entre informacions i opinions; i la promoció dels interessos locals, amb l'impuls de la participació de grups socials per tal de promoure la cultura i la convivència locals. També s'hi presenten principis més generals que ha de tenir en compte la televisió local, com el respecte al pluralisme polític, religió, social, cultural i lingüístic, i d'altres recollits a la Constitució (el respecte a l'honor i la protecció de la joventut i la infància).

D'aquesta llei, se'n deriva una primera definició del concepte de televisió local. Segons la normativa, es tracta d'un mitjà audiovisual que té la naturalesa de servei públic amb àmbit de cobertura delimitat pel nucli urbà, gestionat per un municipi o per un privat a través d'un règim concessionari, que ha d'impulsar la participació de grups socials per a promoure la cultura i convivència locals.

En relació a la TDT, la llei estipula que serà un Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local el que determinarà els canals múltiples necessaris i els seu àmbit de cobertura. El govern socialista va impulsar la Llei de Televisió Local per Ones Terrestres el 1995, però, en canvi, no va tirar

endavant el Pla Tècnic Nacional de Televisió Local, necessari per a l'assignació de freqüències a cada territori. Així doncs, la llei 41/1995 estava pensada per regular la televisió local (TVL) analògica i no es concreta en cap pla tècnic per a aquests prestadors. La TVL tenia cobertura municipal i cada municipi podia disposar d'una freqüència pública (i una per les privades si era possible).

El 2002 i el 2003, el govern va modificar aquesta llei, per obligar els prestadors a emetre continguts originals relacionats amb l'àmbit territorial on s'ha obtingut la concessió durant un mínim de 4 hores al dia i de 32 a la setmana (Guimerà, 2007). La norma també diu que la reemissió de programes ja difosos o que estiguessin difonent altres operadors no podia ser comptabilitzada com a continguts originals. A més, no es poden emetre més de 5 hores diàries i de 25 de setmanals de programació simultània, encara que sigui en horaris diferents (Guimerà, 2010).

2.4.2.6. RD 2169/1998: Pla Tècnic Nacional TDT

En la legislatura popular, el govern va aprovar per Reial Decret el Pla Tècnic Nacional de la TDT (PTNTDT), en el qual reservava cinc múltiplex (MUX) per a emissions de prestadors estatals i un MUX per als autonòmics (amb dos programes destinats a televisions públiques i dos a privades). A més, hi havia 16 programes que s'adjudicarien mitjançant concurs, dels quals 14 es van adjudicar a QuieroTV. Així doncs, el model de TDT del PP es basava en una plataforma multicanal de pagament.

Aquest pla tècnic atribuïa les competències d'atorgar la concessió per a l'explotació dels serveis dels canals múltiples de cobertura autonòmica i local als governs de les comunitats autònomes. El reglament estipula que les concessionàries de servei públic que aconseguissin ser renovades, haurien de començar a emetre en tecnologia digital en un termini màxim de dos anys.

El pla no va ordenar el sector de la televisió local, que es trobava en un moment d'indefinició i inseguretats jurídica. El Pla Tècnic de 1998 deixava la creació de televisions locals pendent de la disponibilitat d'espectre radioelèctric, un cop assegurades les estatals i les autonòmiques (Corominas, 2009).

2.4.2.7. Llei 53/2002 de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social

El 2002, el govern popular estableix les bases per elaborar el Pla Tècnic de la TDT-L, en la llei d'acompanyament dels pressupostos. Aquesta llei estableix que la televisió local només pot emetre per TDT i trenca la identificació entre televisió local i municipi. Hi apareix, per primer cop, el concepte de demarcació, una delimitació territorial feta amb criteris tècnics que delimita

l'àmbit de cobertura de TDT-L en zones de 25.000 habitants o 25 km a la rodona. Estipula que cada demarcació comptarà amb un múltiplex per a la TDT-L, en què un programa serà de gestió pública i tres seran de gestió privada.

2.4.2.8. Llei 34/2002 de Serveis de la Societat de la Informació i el Comerç Electrònic

Aquesta norma incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 2000/31/CE, relativa a aspectes dels serveis de la societat de la informació, en particular, el comerç electrònic. La normativa està centrada, per tant, en regular el comerç electrònic. No obstant, aquest document defineix el concepte de "serveis de la societat de la informació", sobre l'evolució de la societat en relació a la tecnologia i a la comunicació.

S'entenen aquests serveis com la contractació de béns i serveis per via electrònica, el subministrament d'informació per aquest mitjà, les activitats d'intermediació relatives a la provisió d'accés a la xarxa, la transmissió de dades per xarxes de telecomunicacions, la realització de còpia temporal de les pàgines d'Internet sol·licitades per usuaris, l'allotjament de servidors d'informació, etc., així com qualsevol altre servei que es presti a petició individual dels usuaris, sempre que representi una activitat econòmica per al prestador. La televisió per Internet sota demanda o asincrònica, s'inclou en aquesta categoria.

La prestació d'aquest servei, diu la normativa, no està subjecte a cap autorització prèvia. La llei exposa l'extraordinària expansió de telecomunicacions i, en especial, d'Internet com a vehicle de transmissió i intercanvi de tot tipus d'informació.

2.4.2.9. Llei 62/2003 de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social

Aquesta llei d'acompanyament de pressupostos fixa els límits de l'emissió en cadena. Els canals han d'emetre programes originals durant un mínim de 4 hores diàries i 32 setmanals. També estipula que aquestes quatre hores han de situar-se entre les 13.00 i les 16.00 hores i entre les 20.00 i les 23.00 hores, i que els continguts d'aquestes quatre hores han d'estar relacionats amb l'àmbit territorial de cobertura, sense perjudici d'altres continguts que es puguin autoritzar.

2.4.2.10. RD 439/2004 Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local

El Reial Decret estableix la data d'inici de les emissions de televisió amb tecnologia digital, per part dels ens públics gestors dels tercers canals autonòmics, per a l'1 de gener de 2005. Aquest pla tècnic divideix Espanya en 265 demarcacions i també presenta els canals múltiples de TDT-L, per comunitats -un per demarcació-. Aquest Pla Tècnic divideix Catalunya en 21 demarcacions.

2.4.2.11. RD 2268/2004 Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Local

Aquest pla tècnic modifica l'anterior, per tal d'introduir alguns canvis en la distribució de les demarcacions. En el cas de Catalunya, cal destacar l'atribució d'un segon múltiplex a les demarcacions de Barcelona, Cornellà i Sabadell.

2.4.2.12. RD 944/2005 Pla Tècnic Nacional de TDT

El Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Terrestre és reformat novament el 2005, sota el govern socialista. Les comunitats autònomes podien sol·licitar un MUX extra si era tècnicament possible. A més, es deixava en mans de cada govern autonòmic la decisió de com distribuir els programes. Catalunya, que reunia condicions particulars perquè ja tenia dos MUX (el va demanar l'any 1999 i se li va concedir el 2003), va poder demanar encara un altre múltiplex extra. D'aquesta manera es va arribar al model en què dos MUX eren públics, gestionats per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, i un era privat, en mans del grup Godó³⁸.

Aquest decret estipula la data del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, pel 3 d'abril de 2010.

2.4.2.13. Llei 10/2005 de Mesures Urgents per l'Impuls de la Televisió Digital Terrestre, la Liberalització de la Televisió per Cable i el Foment del Pluralisme

La Llei 10/2005, de 14 de juny, de Mesures Urgents per l'Impuls de la Televisió Digital Terrestre, la Liberalització de la Televisió per Cable i el Foment del Pluralisme dóna més flexibilitat a les comunitats autònomes per reservar un o dos programes de cada múltiplex de les diferents demarcacions a la gestió pública, és a dir, permet que s'adjudiquin múltiplex addicionals. Es tracta d'una flexibilització, per tal que els ajuntaments puguin gestionar més d'un canal ja sigui pel nombre de municipis inclosos a la demarcació o pel volum d'habitants d'aquesta.

A més, la llei preveu la possibilitat que les corporacions que no hagin adoptat inicialment l'acord de gestionar el servei de televisió local de forma directa, ho puguin fer en el futur, amb l'autorització del govern autonòmic.

³⁸ Aquesta situació va canviar després del dividend digital, és a dir, de la reordenació de canals de la TDT per destinar freqüències a la tecnologia 4G que va tenir lloc el 2014.

2.4.2.14. Llei 56/2007 de Mesures d'Impuls de la Societat de la Informació

La llei presenta el conjunt de mesures que constitueixen el Pla Avança 2006-2010 per al desenvolupament de la Societat de la Informació i per la convergència amb Europa. El Pla Avança preveu l'adopció d'iniciatives per eliminar les barreres existents a l'expansió i ús de les TIC. La llei pretén promoure l'impuls de la societat de la informació, però les innovacions normatives que presenta la llei les hem d'emmarcar en l'àmbit de facturació electrònica i de reforç dels drets dels usuaris i no en l'àmbit televisiu.

2.4.2.15. Llei 7/2010 General de Comunicació Audiovisual

Fins el 2010 la legislació en matèria audiovisual era dispersa -inserir en lleis de temàtica diversa-, incompleta i desfasada. Presentava mancances per adaptar-se als canvis que es produïen en el sector. La llei General de Comunicació Audiovisual condensa i actualitza la legislació en matèria audiovisual per a respondre a noves demandes i modalitats de comunicació audiovisual.

El sector audiovisual havia manifestat els següents canvis:

- Era un sector econòmic en augment.
- Els continguts audiovisuals havien adquirit més pes a la vida quotidiana.
- Es passava de la televisió analògica -condicionada per l'escassetat d'espectre radioelèctric- a una televisió digital que trencava amb el model anterior i plantejava un augment exponencial de les senyals de radio i televisió.
- S'havia augmentat l'accés als mitjans audiovisuals: multiplicació d'audiències, però més fragmentades.
- Internet irrompia com a competidora de continguts.

El text té la voluntat d'adaptar-se als desenvolupaments tecnològics i d'ordenar el sector amb una visió a mitjà i llarg termini, com a resposta a les demandes que feien el sector audiovisual i els consumidors en un context de liberalització de l'activitat industrial. La llei esdevenia una norma bàsica, pel sector públic i pel privat.

La normativa presenta la creació i regulació de l'autoritat audiovisual estatal. El Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals havia de ser l'òrgan regulador i supervisor del sector que exercís les seves competències sota el principi d'independència dels poders públics i econòmics. Havia de tenir poder sancionador i els seus membres eren escollits per majoria qualificada del Congrés. Les seves funcions previstes eren garantir la transparència i el pluralisme del sector, i la

independència i imparcialitat dels mitjans públics, així com el compliment de la funció de servei públic. La creació d'aquest consell va ser anul·lada definitivament el 2012 pel govern popular, en un paquet de retallades dels organismes reguladors

L'article 2 de la Llei General de Comunicació Audiovisual està dedicat a definir conceptes relacionats amb la comunicació audiovisual. S'han inclòs en aquest treball aquells que poden ser útils en la present investigació.

“Prestador de servei de comunicació audiovisual”: persona física o jurídica que té control efectiu, és a dir, la direcció editorial sobre la selecció de programes i continguts, i la seva organització en un catàleg. L'arrendatari d'una llicència de comunicació audiovisual tindrà la consideració de prestador de servei.

“Serveis de comunicació audiovisual”: serveis la responsabilitat de la qual correspon a un prestador de servei, amb la finalitat de proporcionar, a través de xarxes de comunicació electròniques, programes i continguts amb l'objectiu d'informar, entretenir o educar el públic en general, així com emetre comunicacions comercials. Hi ha diverses modalitats de serveis de comunicació audiovisuals, entre els quals en distingirem tres:

- “Servei de comunicació audiovisual televisiva”: es presta per al visionat simultani de programes sobre la base d'un horari de programació.

- “Servei de comunicació audiovisual televisiva a petició”: es presta per al visionat de programes i continguts en el moment escollit per l'espectador i a la seva petició sobre la base d'un catàleg de programes seleccionat pel prestador de servei de comunicació.

- “Servei de comunicació audiovisual televisiva en mobilitat” o “televisió en mobilitat”: es presta per al visionat de programes i continguts en un dispositiu mòbil.

Es fa referència als serveis lineals, però també als no lineals, segons la terminologia utilitzada a la Directiva europea 2007/65/CE de “Serveis de comunicació audiovisual” i que aquesta llei pretén transposar. També es té en compte a l'aparició de multiplataformes tecnològiques per al consum de televisió.

“Servei de comunicació audiovisual de cobertura estatal”: es considera el servei la reserva per la gestió directa del qual hagi estat acordat per l'Estat, el servei la llicència del qual ha estat atorgada per l'Estat o el servei de comunicació que es presta en més d'una comunitat autònoma.

La definició de servei de cobertura estatal no va acompanyada de definicions de serveis referits a altres delimitacions territorials, que serien útils per al present treball.

“Canal Múltiple” o “Múltiplex”: senyal per a transmetre un canal o freqüència radioelèctrica que,

com que utilitza la tecnologia digital, permet la incorporació de senyals corresponents a diversos senyals de televisió i ràdio i de les senyals corresponents a diversos associats i a serveis de comunicacions electròniques.

“Serveis connexos i interactius”: continguts o serveis associats o no als programes audiovisuals, que són incorporats pels prestadors de serveis de comunicació audiovisual o pels operadors de comunicacions electròniques als quals la ciutadania pot accedir a través de diversos procediments vinculats o no amb el canal de difusió.

“Prestador d’un servei de catàleg de programes”: prestador de servei de comunicació audiovisual en la modalitat “comunicació audiovisual a petició”, que ofereix sota demanda de clients el visionat de pel·lícules cinematogràfiques, pel·lícules per a la televisió i series per televisió en un reproductor fix, portàtil o mòbil.

“Productor independent”: persona física o jurídica que assumeix la iniciativa, coordinació i risc econòmic de la producció de continguts audiovisuals. Produeix els continguts per iniciativa pròpia o per encàrrec.

La llei també fa referència al concepte de “servei públic de comunicació audiovisual”, definit com un servei essencial d’interès econòmic, que té com a missió la de difondre continguts que fomentin els principis i valors constitucionals, contribuir en la formació d’una opinió pública i donar a conèixer la llibertat cultural i lingüística d’Espanya.

La legislació espanyola en matèria audiovisual era dispersa i estava regulada de manera precipitada, fins l’aprovació de la Llei General de la Comunicació Audiovisual que, a banda d’endreçar les normatives del sector, va introduir un seguit de conceptes clau per entendre el panorama audiovisual espanyol.

L’article 29, titulat “negocis jurídics sobre llicències de comunicació audiovisual” explicita que la celebració de negocis jurídics l’objecte els quals sigui una llicència de comunicació audiovisual requereix autorització prèvia de l’autoritat audiovisual competent. Aquesta activitat està subjecta al pagament d’una taxa determinada pel govern, per a les llicències d’àmbit estatal, o per les comunitats autònomes. Aquesta autorització només pot ser denegada quan el sol·licitant no acrediti el compliment de totes les condicions legalment establertes per a la seva obtenció o no es subrogui en les obligacions de l’anterior titular.

La transmissió i arrendament estan subjectes a la condició que hagin transcorregut almenys dos anys des de l’adjudicació inicial de la llicència. Quan la llicència comporti l’adjudicació d’un múltiplex complet o de dos o més canals, no es podrà arrendar més del 50% de la capacitat de la llicència. La llei prohibeix el subarrendament i, en tots els casos, tan sols permet l’arrendament

de canals si l'arrendatari acredita prèviament el compliment de totes les condicions legalment establertes per a l'obtenció de la llicència. El prestador ha de complir amb l'oferta mitjançant la qual es va obtenir l'adjudicació de la llicència.

L'article 40 defineix el servei públic de comunicació audiovisual com “un servei essencial d'interès econòmic general que té com a missió difondre continguts que fomentin els principis i valors constitucionals, contribuir a la formació d'una opinió pública plural, donar a conèixer la diversitat cultural i lingüística d'Espanya, i difondre el coneixement i les arts, amb especial incidència en el foment d'una cultura audiovisual”. També estipula que els prestadors de servei públic de comunicació audiovisual atendran aquells ciutadans i grups socials que no són destinataris de la programació majoritària.

El servei públic de comunicació audiovisual té per objecte, segons la llei, la producció, edició i difusió d'un conjunt de canals de ràdio, televisió i serveis d'informació on-line amb programacions diverses i equilibrades per a tot tipus de públic, cobrint tots els gèneres, per a satisfer les necessitats d'informació, cultura, educació i entreteniment de la societat, així com preservar el pluralisme en els mitjans de comunicació.

L'Estat, les comunitats autònomes i les entitats locals poden acordar la prestació del servei públic de comunicació audiovisual amb la finalitat d'emetre en obert canals generalistes o temàtics, en funció de les circumstàncies i peculiaritats concurrents en els àmbits geogràfics corresponents.

2.4.2.16. RD 365/2010 pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la Televisió Digital Terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica

El Reial Decret 365/2010, de 26 de març, avança en el procés de fer una transició ordenada i adequada del servei de televisió terrestre amb tecnologia analògica al servei de TDT. Determina els criteris per a la planificació dels MUX digitals d'àmbit estatal i autonòmic que es posaran a disposició dels operadors de televisió i de les comunitats autònomes.

Per tant, no s'assigna capacitat addicional de transmissió en la prestació de serveis de Televisió Digital Terrestre, ni s'atorguen nous canals o múltiples digitals, sinó que partint del marc jurídic del Reial Decret 944/2005, es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica.

2.4.2.17. RD 169/2011 pel qual es regula l'assignació de múltiplex de la Televisió Digital Terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica

El Reial Decret 169/2011, d'11 de febrer, suprimeix la limitació establerta al Reial Decret 365/2010, que estipulava que les societats adjudicatàries del servei de televisió terrestre d'àmbit estatal compartien la capacitat assignada mitjançant l'explotació per cadascuna d'elles de dos canals digitals de televisió en cada canal múltiple. D'aquesta manera, mitjançant una fórmula més flexible i sense encotillar-a l'emissió de dos canals, aquesta mateixa capacitat es comparteix mitjançant l'explotació a parts iguals per cadascuna d'elles.

El text estipula que la generalització de les emissions de televisió en alta definició ha d'anar acompanyada d'una major informació al ciutadà, perquè aquest sàpiga en tot moment quan realment rep una emissió de televisió digital terrestre en alta definició.

Per això, es modifica el Reial Decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la Televisió Digital Terrestre en alta definició, establint que les entitats habilitades per a la prestació de serveis de TDT només podran senyalitzar en pantalla que un programa de televisió està sent emès en alta definició quan aquest programa hagi estat produït i editat en origen amb una resolució vertical de vídeo igual o superior a 720 línies actives amb una relació d'aspecte de 16:9, sense perjudici que el seu contingut pugui estar conformat parcialment amb fragments de continguts o programes que no hagin estat produïts amb aquestes característiques.

2.4.2.18. RD 805/2014 pel que s'aprova el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Terrestre i es regulen determinats aspectes per a la liberalització del dividend digital

El context de l'aprovació del Reial Decret pel que s'aprova el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Terrestre i es regulen determinats aspectes per a la liberalització del dividend digital, és que, en l'àmbit internacional, la Conferència Regional de Radiocomunicacions de la Unió Internacional de Telecomunicacions (UIT) havia aprovat el Pla de Ginebra el juny de 2006, que acordava l'ús de tota la banda UHF 470-862 MHz per als serveis de radiodifusió. Més tard, la Conferència Mundial de Radiocomunicacions de 2007 va aprovar l'atribució al servei de comunicacions mòbils la subbanda de freqüències 790-862 MHz (banda del dividend digital).

A l'empara d'aquestes decisions internacionals, les institucions comunitàries van determinar que aquesta subbanda de freqüències corresponent al denominat dividend digital, es destinés a altres usos diferents dels serveis de radiodifusió, principalment els relacionats amb els serveis

avançats de comunicacions electròniques. D'acord amb això, la banda de freqüències disponible per als serveis de televisió es va veure reduïda en un 20% en relació a la capacitat disponible amb anterioritat.

El text explica que l'objectiu perseguit és, a més d'afavorir l'ús més eficient de l'espectre, garantir l'ús de la banda del dividend digital per a serveis que són considerats clau per a la recuperació econòmica, com els associats a la telefonia mòbil de quarta generació que permeten l'accés a la banda ampla ultraràpida en mobilitat. D'altra banda, l'accés al dividend digital és considerat fonamental per a la consecució dels objectius de cobertura de banda ampla establerts en l'Agenda Digital per a Europa.

El pla preveu l'existència de vuit MUX en comptes dels deu actuals, considerant l'oferta de canals locals a part, que resta sense alteració. Els operadors privats estatals que es distribuïen en sis múltiples passaven ocupar-ne cinc i mig, i Televisió Espanyola passava de dos a un i mig. Les comunitats autònomes que gestionaven dos MUX, en passaven a tenir només un cadascuna, amb l'excepció de Catalunya, que conformava l'únic cas que disposava de tres MUX, dos de gestió pública i un de gestió privada, i que passava a tenir-ne un en mans de gestió pública i un de gestió privada.

Fins aleshores la CCMA només utilitzava el segon MUX per al canal d'alta definició, mentre que reservava espai per a IB3 i per un hipotètic canal del País Valencià per emetre recíprocament. L'expedient 16/A/2014 del Consell de l'Audiovisual de Catalunya analitza la sol·licitud d'autorització per a l'arrendament de llicència per a la prestació d'un servei de comunicació audiovisual del canal múltiple de titularitat d'Emissions Digitals de Catalunya SA (EDC), del Grup Godó, a favor de l'entitat mercantil pública Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. La CCMA va demanar al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) un informe sobre la possibilitat legal d'arrendar per part de la CCMA una part de la capacitat del MUX d'EDC.

L'acord 164/2014, de 22 de desembre, del Ple del Consell Audiovisual de Catalunya autoritza l'arrendament de la llicència amb caràcter provisional, atesa l'excepcionalitat d'interès públic. Finalment, la CCMA va llogar al Grup Godó un canal per traslladar-hi l'alta definició. L'operació va permetre mantenir l'oferta de TV3 en aquesta tecnologia, després que d'acord amb la planificació del dividend digital duta a terme per l'Estat espanyol, aquestes emissions perillaven.

2.4.3. Legislació catalana

2.4.3.1. Llei 10/7983 de creació de l'ens públic de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió

La Llei 10/1983, del 30 de maig, de creació de l'ens públic de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i de regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya, és la primera llei promulgada a Catalunya relacionada amb el sector audiovisual. Aquesta llei va comportar la creació del servei públic de radiodifusió de la Generalitat, que ha tingut una importància cabdal en la conformació del sistema audiovisual propi a Catalunya.

2.4.3.2. Llei 2/2000 del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

La Llei 8/1996, de 5 de juliol, va crear el Consell Audiovisual de Catalunya. La Llei 2/2000, de 4 de maig va regular aquest ens ja en funcionament. La normativa pretenia combinar la llibertat i la pluralitat, amb la responsabilitat pròpia dels mitjans. En la seva creació, el CAC estava pensat com un òrgan d'instància que vetllés per l'objectivitat i la transparència de la programació audiovisual. La llei del 2000 va més enllà i el considera un òrgan independent amb competències reguladores i sancionadores sobre els continguts del sector audiovisual a Catalunya.

Segons l'article 10, que concreta les funcions del consell, el CAC ha d'emetre un informe previ dels avantprojectes de llei i de les disposicions de normes relatives al sector audiovisual. També té el paper d'informar sobre la proposta del prec de condicions que elabora el Govern per al concurs d'adjudicació de concessions, amb caràcter vinculant. A més, se li atribueix la funció d'informar sobre les propostes presentades en els concursos d'atorgament de concessions d'emissores de televisió, així com de les renovacions de les concessions. El CAC ha de garantir el compliment de les missions de servei públic assignades als mitjans de comunicació audiovisual de gestió pública

L'ens ha d'adreçar instruccions als operadors perquè compleixin la legislació vigent i ha de fer de mediador en cas d'un conflicte en el sector audiovisual. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya té la potestat sancionadora que les lleis reguladores de la comunicació audiovisual i de la publicitat atorguen a la Generalitat. L'organisme ha d'elaborar anualment un informe sobre la seva actuació i la situació del sistema audiovisual a Catalunya, incloent-hi les propostes i les observacions que calguin per a facilitar el desenvolupament equilibrat del sector. El CAC és la primera autoritat reguladora independent de tot l'Estat espanyol.

2.4.3.3. Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya

La Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya (que neix cinc anys abans que la llei espanyola i que, per tant, incorpora per primer cop les directives europees a l'ordenament jurídic espanyol) respon a la necessitat d'adaptar-se a les profundes transformacions que havia patit el sector des de l'any 1983:

- Irrupció de televisions privades que trenquen el monopoli de les televisions privades estatals i autonòmiques.
- Aparició de la televisió per satèl·lit i per cable.
- Aparició de les televisions locals.
- Liberalització de les xarxes de telecomunicacions.

Per tant, feia falta adequar la llei als canvis provocats per les noves tecnologies a Catalunya, donat que el marc legal existent era insuficient i poc escaient d'acord amb la realitat del moment. La llei reflecteix el dret dels ciutadans de Catalunya a disposar d'un sistema audiovisual que reflecteixi la seva realitat immediata.

Aquesta llei s'organitza en dos nivells:

1. Nivell nacional. Estructurat al voltant dels mitjans i serveis que abracen tot el territori de Catalunya i que tenen la possibilitat de vincular-se al teixit de mitjans dels altres territoris de llengua i cultura catalanes.
2. Nivell local o de proximitat. Comprèn els àmbits municipal i supramunicipal, en el marc de les demarcacions que la normativa estableixi.

Aquests dos nivells s'estructuren a partir del sector públic i del sector privat. La normativa reconsidera la noció de servei públic, amb l'atorgament d'un major protagonisme a la Generalitat en la regulació del sector audiovisual. Aquest protagonisme es concreta tant en l'àmbit dels mitjans públics autonòmics i locals com en el dels operadors privats. La llei catalana té en compte la televisió local en el desplegament dels seus articles. Seguidament, es presenten algunes definicions que es recullen al text, que ens poden ser útils en el desenvolupament del treball d'investigació.

- Distribuïdor de serveis de comunicació audiovisual: la persona física o jurídica que contracta amb els prestadors de serveis de comunicació audiovisual la distribució de llurs continguts, o actua per ella mateixa com a prestadora de serveis de comunicació audiovisual, amb la finalitat de comercialitzar una determinada oferta de serveis.

-Prestador de serveis de comunicació audiovisual: la persona física o jurídica que assumeix la responsabilitat editorial del servei de ràdio o de televisió, o dels continguts audiovisuals de què es tracti, i els transmet o els fa transmetre per un tercer.

- **Servei de televisió local o de proximitat:** el servei de televisió prestat dins un àmbit territorial més reduït que el del conjunt del territori de Catalunya. La televisió local, segons la normativa, es caracteritza per una programació de proximitat, generalista o temàtica, dirigida a satisfer les necessitats d'informació, de comunicació i de participació social de les comunitats locals compreses en la demarcació específica de què es tracti.

La llei estipula que la Generalitat i els ens locals prestin el servei públic de comunicació audiovisual. S'entén com a servei públic la prestació de serveis de comunicació audiovisual en règim de gestió directa per part de la Generalitat, dels ens locals de Catalunya o dels consorcis. L'organisme encarregat de la seva gestió directa ha de definir, elaborar i distribuir un conjunt de programes, continguts i serveis audiovisuals orientats a la creació de les condicions necessàries per a la plena eficàcia dels drets fonamentals de llibertat d'informació i de lliure expressió, i ha de facilitar la participació dels ciutadans de Catalunya en la vida política, econòmica, cultural i social del país.

L'article 32 estipula que la prestació "del servei públic de comunicació audiovisual d'àmbit local ha d'ésser duta a terme en forma de gestió directa per part dels municipis, les modalitats associatives d'ens locals establertes per la llei i els consorcis integrats per ens locals". També en poden formar part els ens de la mateixa àrea geogràfica que els representin, amb una participació no superior al 25%³⁹.

Segons l'article 33, que regula els principis d'organització i funcionament del servei públic audiovisual d'àmbit local, el ple, l'assemblea d'electes o l'òrgan plenari corresponent han d'aprovar el Reglament d'Organització i Funcionament (ROF) del servei públic audiovisual local. Correspon a aquest reglament la definició de les missions de servei públic dirigides a la satisfacció de les necessitats de la comunitat local i de la forma organitzativa, d'acord amb el que estableix la legislació de règim local, per mitjà de la qual s'ha de fer la gestió directa del servei.

La gestió directa del servei públic audiovisual d'àmbit local exigeix que l'ens o l'organisme de gestió corresponent assumeixi la definició, l'elaboració i la distribució dels continguts

³⁹ Aquest podria ser el cas dels Consells Comarcals.

audiovisuals, sense perjudici de la possibilitat de comptar amb el suport del sector privat. Cal garantir la representació adequada de tots els municipis si la gestió correspon a un ens de caràcter associatiu.

Correspon al ple, l'assemblea d'electes o l'òrgan plenari corresponent el nomenament dels màxims responsables de la gestió del servei per majoria qualificada de dos terços, d'acord amb el que estableixi el Reglament d'Organització i Funcionament del servei. Aquest nomenament s'ha de fer a partir de l'informe preceptiu d'un consell de naturalesa consultiva i assessora, que ha d'avaluar la capacitat, el mèrit i la idoneïtat dels candidats.

La subscripció del Contracte-programa ha de garantir l'autonomia de la gestió directa i quotidiana del servei respecte dels òrgans de govern corresponents, la decisió dels ens locals, les associacions i els consorcis responsables del servei. El Contracte-programa ha de proveir els fons necessaris per a la prestació adequada del servei, tot definint a la vegada els objectius específics de servei públic que han d'ésser assumits per l'ens o l'organisme gestor. Cal garantir, d'acord amb el Contracte-programa, la participació dels grups socials i polítics més representatius dins el territori corresponent, i també de les entitats sense ànim de lucre del mateix territori, per mitjà de la seva integració en un consell de naturalesa consultiva i assessora.

L'article 41 regula la modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual, i indica que en aquest cas es requereix l'autorització prèvia del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, tenint en compte que, durant els tres primers anys, el titular no pot fer modificacions que comportin un canvi substancial en el control de l'entitat corresponent.

Els titulars de cada llicència han de presentar anualment al Consell de l'Audiovisual de Catalunya la declaració responsable del compliment de les obligacions derivades d'aquesta llei i de la llicència. La durada de la llicència és de deu anys, renovable per un o dos períodes iguals al de la seva durada.

La normativa contempla que la prestació del servei públic compti amb el suport i la col·laboració d'entitats i subjectes privats en els casos en què sigui necessària la disponibilitat de mitjans materials o professionals diferents dels de l'ens o la societat responsable de la gestió directa del servei, sense perjudici de la seva gestió directa, i d'una manera particular quan això permeti d'impulsar el sector audiovisual de Catalunya, sempre i quan la decisió sigui justificada.

La llei estableix que el Contracte-programa corresponent ha de fixar els objectius concrets de servei públic. Els prestadors estan obligats a respondre als requeriments d'informació i de tramesa de material audiovisual del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de manera motivada,

i de conservar les emissions durant els sis mesos següents.

Aquesta normativa és cabdal per al desenvolupament de la present tesi doctoral, ja que concreta què és el servei públic de comunicació audiovisual. Estipula que consisteix en l'oferta d'un conjunt de continguts audiovisuals i, si s'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.

Segons la normativa catalana, els prestadors del servei públic de televisió d'àmbit local han de garantir una programació mínima de 4 hores diàries i 32 hores setmanals, amb un màxim del 25% de programació de televisió de proximitat en cadena. Així mateix, el plec de clàusules del CAC de la TDT-L, tot i que permet que un màxim del 25% del temps d'emissió pugui ser emès en cadena i que es pugui emetre un 25% de continguts coproduït entre televisions (ho anomena sindicació), estipula que aquests continguts s'han d'emetre sense perjudici de les hores mínimes apuntades (Guimerà, 2010). La normativa estableix que la llengua normalment emprada pels prestadors de serveis de comunicació audiovisual públics ha d'ésser la catalana.

Entre les missions de servei públic de les televisions locals, hi ha la de garantir la participació dels grups socials i polítics més representatius dins el territori corresponent, i també de les entitats sense ànim de lucre del mateix territori, per mitjà de la seva integració en un consell de naturalesa consultiva i assessora, i d'acord amb el que estableixi el Reglament d'Organització i Funcionament (ROF).

També correspon al ple el nomenament per majoria qualificada de dos terços dels màxims responsables de la gestió del servei, amb un informe favorable del consell consultiu o assessor que ha d'avaluar els mèrits dels candidats. La normativa requereix a les entitats que gestionen les televisions locals, que comptin amb un ROF. La llei deixa clar que els objectius específics de servei públic han de ser assumits per l'ens o organisme gestor⁴⁰.

L'article 60 estipula que els serveis de comunicació audiovisual mitjançant tecnologies altres que l'espectre radioelèctric estan sotmesos a un règim de comunicació prèvia al Consell de l'Audiovisual de Catalunya mitjançant una declaració formal. Es pot iniciar la prestació del servei

⁴⁰ Veurem com aquest aspecte ocasiona controvèrsia, ja que hi ha consorcis que tenen externalitzada la producció d'informatius, així com l'edició d'aquests informatius. El CAC ha intervingut en alguns casos en què es considera que hi ha decisions considerades de "servei públic" que no les decideix l'ens públic, sinó l'empresa externa que presta el servei.

si en el termini d'un mes, després de la comunicació, l'autoritat audiovisual no s'hi pronuncia en contra.

L'article 70 explicita que la prestació de serveis de comunicació audiovisual per part d'entitats privades sense ànim de lucre es beneficia d'una reserva d'espai públic de comunicació, atenent la contribució que facin a la realització de finalitats d'interès general. Els distribuïdors de serveis de comunicació audiovisual tenen, com a obligació de servei públic, el deure de reservar un 5% de llur oferta a serveis de comunicació sense ànim de lucre, sense contraprestació econòmica. La llei contempla que en la planificació de l'espectre radioelèctric s'ha de preveure l'establiment de serveis de ràdio i televisió d'un àmbit més reduït que les demarcacions locals, difosos des d'estacions de baixa potència, per a entitats sense ànim de lucre. Les llicències privades són, segons l'article 56, intransmissibles.

2.4.3.4. Llei 11/2007 de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

Amb l'aplicació de la llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió va passar a dir-se Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Aquest canvi de nomenclatura dona resposta als canvis tecnològics que s'havien donat i als que es preveïen en un futur. La llei pretenia regular un nou context audiovisual, que havia d'incloure mesures adients per pal·liar la fractura digital en el trànsit cap a la societat de la informació.

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals està adscrita a l'administració de la Generalitat per mitjà del departament competent en matèria audiovisual, tot i que actua amb plena autonomia funcional respecte d'aquesta administració. La normativa estipula els òrgans de govern de la Corporació (el Consell de Govern i el president o presidenta; el director/a general i el Consell Assessor de Continguts i de Programació) i les seves funcions. Aquesta norma estableix que les empreses filials de la Corporació es regeixen pel dret privat, però no legisla en el cas dels serveis externs subcontractats per la Corporació o les seves filials, ni en la relació amb els altres mitjans.

2.4.3.5. Llei 2/2012 de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual

La llei 2/2012, del 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual implica un canvi instrumental i organitzatiu del sector, atribuït a mesures d'austeritat en un context de crisi econòmica. Pel que fa al CAC, la normativa estipula reduir-ne nombre de membres.

La llei redueix el nombre de membres del Consell de Govern i del Consell Assessor de Continguts i de Programació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i se suprimeix la figura de

director o directora general establerta per la Llei 11/2007, com a òrgan executiu de la Corporació. Les funcions d'aquesta figura s'addicionen a les del president/a del Consell de Govern, que, d'aquesta manera, assumeix la direcció executiva ordinària de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Pel que fa a les competències sobre l'audiovisual, si bé segons la Llei de 2005, el CAC tenia potestat de sancionar els prestadors que emetien de manera il·legal, el 2010 la llei aclareix que totes les qüestions relatives a l'espectre corresponen a la Direcció General de Mitjans de Comunicació, és a dir, al govern. L'article 6 d'aquesta llei modifica l'article 36.4 del Títol IV de l'ordenació de la prestació de serveis de comunicació audiovisual per part de subjectes privats, de la Llei 22/2005. En resulta el següent redactat:

Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual regulats per aquest títol [obligacions generals dels subjectes que participen en la prestació dels serveis de comunicació audiovisual] poden difondre continguts, a més dels publicitaris, per encàrrec de les administracions públiques. Els continguts objecte de contracte s'han d'orientar en tots els casos al compliment dels principis del servei públic audiovisual que determina aquesta llei. Sense perjudici de l'aplicació de la legislació sobre contractes de les administracions públiques, la responsabilitat editorial d'aquests continguts també correspon a l'ens públic contractant. Article 6 de la Llei 2/2012 de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual.

En aquest sentit, i segons les fonts expertes legals consultats per a la recerca, un prestador públic podria encarregar la difusió de contingut a un privat, regint-se en la Llei 30/2007, de 30 d'octubre, de contractes del sector públic, que contempla la possibilitat de fer un contracte administratiu, en aquest cas, un contracte de prestació de servei.

Capítol 3. Configuració del model de TDT pública a Catalunya

3.1. Context: De l'analògic al digital

Les funcions històriques de la televisió pública aplicables a la televisió local es fonamentaven, segons Moragas i Prado (2000), en el foment del pluralisme i les garanties democràtiques, la participació política, la dinamització cultural, l'expressió de la identitat, el control de la qualitat de la programació, la creativitat, l'educació, l'equilibri territorial i el desenvolupament econòmic. Aquestes funcions històriques han de conviure amb d'altres que han aparegut més recentment, que els mateixos autors expressen com el compromís amb el desenvolupament de les comunicacions modernes i els elements equilibradors del nou sistema de comunicacions en l'era digital.

Prado (2004) destacava, en un document de treball, la necessitat que tenen les televisions de proximitat de desenvolupar altres missions més específiques, com la dinamització de la vida local, tant des del punt de vista polític com cultural, el foment de la participació, la funció d'escola en comunicació i d'innovació, la garantia del llegat històric i cultural, i el desenvolupament de la producció audiovisual del territori. L'autor també reclamava "mecanismes que garanteixin la transparència, independència i control democràtic d'aquestes televisions" (Prado, 2004: 37).

La situació de la televisió digital és el resultat dels canvis estructurals ocorreguts a partir del sistema d'emissores de proximitat analògiques. El procés d'implantació de la TDT va comportar una forta estructuració de la televisió local a nivell espanyol i català. La digitalització va introduir la plena regulació de la televisió local i va fer aparèixer un nou model que distava del preexistent en l'etapa de la televisió analògica (Guimerà, 2011).

El model de televisió local a Catalunya és insòlit des dels seus inicis per la ràpida proliferació d'emissores de cobertura municipal que funcionaven de forma autònoma en un àmbit territorial relativament limitat, amb un paper determinant en la cohesió social i en la normalització lingüística del català. En els anys 80 i 90, es va produir el naixement d'un nombre elevat d'emissores de cobertura local, moltes de les quals eren iniciatives cíviqes impulsades per aficionats.

El 1994, durant la celebració del desè aniversari de la Federació de Televisions Locals de Catalunya, es va presentar un mapa que constata l'existència de 74 emissores (Prado i Moragas, 2002). El 2001 es van comptabilitzar 104 televisions locals, segons l'inventari realitzat per l'Observatori de la Comunicació Local de l'InCom-UAB.

L'auge de la comunicació local audiovisual no va comptar amb suficient suport de la Generalitat, que centrava els seus esforços en desenvolupar i enfortir la televisió pública d'àmbit català, sobretot a través del canal generalista TV3. Els prestadors locals se situaven en un marc jurídic de no-regulació (estaven pendents de ser regulats) per part de l'administració, de manera que operaven en un context d'alegalitat (Corominas, 2009).

La televisió local pública constituïa un dels tres grups en què podem classificar la televisió local en funció de la seva gestió, juntament amb la televisió privada (gestionada per empreses privades) i la televisió comunitària o tercer sector (projectes a càrrec d'associacions sense ànim de lucre). Les televisions comunitàries són aquelles en què els membres de la comunitat -de vegades amb el suport de professionals- produeixen i emeten continguts, que conformen una programació coordinada i coherent que representa i involucra la col·lectivitat per a la qual emeten, renunciant a l'ànim de lucre (Jankowski i Prehn, 2002), i que són gestionades per associacions (Guimerà, 2006a). La Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya les defineix de la següent manera:

Formen part de les activitats sense ànim de lucre els serveis de comunicació comunitària que ofereixen continguts destinats a donar resposta a les necessitats socials, culturals i de comunicació específiques de les comunitats i els grups socials a què donen cobertura, basant-se en criteris oberts, clars i transparents d'accés, tant a l'emissió com a la producció i a la gestió, i assegurant la participació i el pluralisme màxims (Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya. Art. 70⁴¹).

Aquesta tipologia de televisió va ser molt representativa especialment durant les primeres etapes de televisió local a Catalunya. Pel que fa al model de televisió pública analògica, els ajuntaments impulsaven projectes en solitari i emetien en àmbits de cobertura majoritàriament local o comarcal.

La digitalització suposà el pas de la televisió analògica a la Televisió Digital Terrestre (TDT). La TDT és una tècnica de difusió dels senyals de televisió que, gràcies a les tecnologies digitals, permet una optimització de l'ús de l'espai radioelèctric (CAC i CMT, 2002). Les raons de la seva implementació van ser bàsicament tècniques, inserides en un marc europeu d'adaptació

⁴¹ El mateix article 50 de la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya explicita que la prestació de serveis de comunicació audiovisual per part d'entitats privades sense ànim de lucre es beneficia d'una reserva d'espai públic de comunicació, atenent la contribució que facin a la realització de finalitats d'interès general i de manera proporcionada a aquesta contribució.

d'aquesta tecnologia, tot i que la normativa deixava en mans dels Estats membres el procés de migració digital.

El 1995, la Comunitat Europea va acordar la migració continental a la TDT com un pas essencial en la planificació a escala europea de l'espectre (Marzal i Murciano, 2007). La TDT va implicar reprendre un model de producció i programació en el qual era imperatiu produir més i amb qualitat davant la fragmentació d'audiències. El públic havia de ser seduït pels nous continguts que es convertien en un valor estratègic clau dins del mercat televisiu, i en un dels motors fonamentals per a l'extensió social de la televisió digital terrestre (Bustamante, 1999).

3.1.1. Riscos i oportunitats de la digitalització

Els arguments que van justificar el pas a la TDT es poden sintetitzar en la possibilitat d'incrementar el nombre de programes amb una disminució dels costos de distribució, la millora de la qualitat en la recepció i visualització, el millor aprofitament de l'espectre radioelèctric, la recepció portàtil i mòbil del senyal de televisió, i la possibilitat d'interactivitat per part de l'usuari, amb l'ajuda d'altres infraestructures de comunicació en la seva forma més completa, denominades canals de retorn⁴².

El Pla d'Implantació de la TDT a Catalunya⁴³, un document inèdit elaborat per la Generalitat de Catalunya el 2006 i consultat per a aquesta recerca, presentava la Televisió Digital Terrestre com una aposta estratègica de Catalunya, d'Espanya i d'Europa per a transformar la televisió en obert analògica en una televisió més plural, més accessible, interactiva i amb una millor qualitat d'imatge i so.

El document també esmentava que la TDT era un projecte desitjable per a Catalunya perquè permetria una millor regionalització de l'oferta en comparació amb el satèl·lit, de manera que s'enriquiria el paisatge televisiu estatal, nacional i local, i s'ajudaria a preservar la cultura i la llengua catalanes. En definitiva, es preveia que la digitalització enfortiria l'espai català de comunicació i posaria ordre en l'estructura de la televisió local.

⁴² Informació recollida al document Consell de l'Audiovisual de Catalunya & Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (2002). *La televisión digital terrestre a España. Situación i tendències*. Barcelona: CAC.

⁴³ Document en paper, en forma de dossier, que data de l'11 d'abril de 2006. Es tracta d'un material inèdit que s'ha pogut consultar a propòsit d'aquesta recerca. El document, elaborat per la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i el Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació de la Generalitat de Catalunya, planifica el trànsit de l'analògic al digital.

El pla considerava que hi havia un cost d'oportunitat ja que estalviava costos de transport i difusió del senyal, i que hi havia un cost social de l'apagada per als ciutadans que no haguessin adoptat la TDT en la data de l'apagada analògica. A continuació (figura 15) es presenten els riscos de la implantació de la TDT, i les mesures per a mitigar-los.

Riscos de la TDT	Mesures preventives
Incrementar el nombre de programes sense incrementar, necessàriament, la qualitat de la programació.	Implementar un model audiovisual que fomenti una oferta diversificada i de qualitat, amb equilibri entre televisions públiques i privades, i entre programes d'interès general i temàtics. Incrementar els mecanismes d'autoregulació pel que fa als continguts. Atorgar llicències d'acord amb criteris estrictes de qualitat.
Causar un desequilibri entre programes públics i programes privats	Mantenir el nombre de programes de televisió pública en el nou entorn multicanal, especialment en els continguts que el sector privat no pot oferir.
Costar costos excessius per al ciutadà	Evitar la penetració de productes receptors de baixa qualitat o amb un cicle de vida reduït.
Crear costos excessius per al sector, especialment la televisió local	Implantar la TDT amb un pla de projecte i un calendari detallats. Gestionar els riscos amb rigor.
Incrementar, en lloc de reduir, la fractura digital entre les llars que tenen accés a la societat de la informació i les que no	Fomentar la distribució de descodificadors Implementar serveis de T-administració Posar èmfasi en els serveis destinats a persones que pateixen discapacitats
Afectar la cohesió social a través d'una visió més fragmentada de la televisió en múltiples canals	Defensar la presència de programes d'interès general d'alta qualitat en la televisió pública

Figura 15. Taula de riscos i mesures de la implantació de la TDT a Catalunya. Font: Pla d'Implantació de la TDT a Catalunya, Generalitat de Catalunya (document inèdit).

La Generalitat era conscient dels riscos que podia suposar el trànsit a la TDT i tenia previstes una sèrie de mesures per mitigar-los. Malgrat això, el context de crisi econòmica va impactar fortament en l'ecosistema comunicatiu català, especialment en l'àmbit de proximitat.

3.1.2. Estructura de la TDT-L a Catalunya

El canvi que va suposar la implantació de la TDT no va ser només tècnic, ja que va representar un nou model de comunicació inserit en la societat de la informació, amb implicacions legals, econòmiques i socials (Martori, 2014). El Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local va

reorganitzar el sector televisiu i va donar empara legal a les televisions locals després d'un període d'indefinició reglamentària. Segons aquest pla, Catalunya quedava dividida en 21 demarcacions, enteses com a unitats territorials en què s'estructura la televisió digital de proximitat.

Una demarcació és l'"àrea de cobertura d'un canal múltiplex" (Corominas, 2007: 70), agrupa municipis que no conformen una unitat política o administrativa preestablerta, i pot tenir dimensions molt dispars d'entre tres o una trentena de poblacions. El disseny del mapa de demarcacions estava condicionat per la delimitació territorial de les comarques i també per les illes radioelèctriques, és a dir, per l'àmbit geogràfic en què es pot actuar dins de l'espai radioelèctric sense afectar greument els territoris veïns.

Les demarcacions comprenen nombres diferents de municipis, que varien en funció de cada zona, les dificultats orogràfiques, la identitat cultural i altres trets diferencials. Tant és així, que si destaquem els dos casos més extrems, les diferències són notables:

- La demarcació de Vielha e Mijaran està formada per 3 municipis.
- La demarcació de Cornellà de Llobregat està formada per 28 municipis.

Es reservava un múltiplex (MUX) per demarcació que comprenia quatre programes, i una cinquena part destinada a serveis afegits (generalment interactius). Un dels programes seria de titularitat pública, encara que la llei contemplava algunes excepcions a aquestes condicions. A Catalunya, aquestes excepcions es van concretar en les demarcacions del Barcelonès (Barcelona), el Baix Llobregat (Cornellà de Llobregat) i Vallès Occidental (Sabadell)⁴⁴, que comptaven amb l'adjudicació d'un múltiplex més cadascuna per a la gestió local, i amb pràcticament el doble de programes destinats a la gestió pública per raons de densitat de població, presència històrica i interès informatiu de les temàtiques de proximitat.

També es van adjudicar dos programes públics a altres demarcacions, com és el cas del Vallès Oriental, on es manté un canal públic per a la zona d'influència de Granollers i un altre per a la zona d'influència de Mollet. Un altre cas va ser el Maresme, on es preveia un canal per l'Alt Maresme i un altre pel Baix Maresme, malgrat que operaven de manera coordinada (aquest segon canal es va posar en marxa però va acabar tancant). També es van concedir dos canals en

⁴⁴ La denominació fora del parèntesi es refereix a l'àmbit de la demarcació, indicant les comarques que inclou. En parèntesi, s'inclou la denominació oficial de la demarcació segons la normativa Reial Decret 439/2004 Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local.

altres demarcacions, que no van tirar endavant. En total, a Catalunya es van planificar 24 múltiplex (MUX) i 96 canals de televisió digital local (TDT-L), dels quals 37 serien públics⁴⁵.

L'Estat té competències exclusives en telecomunicacions i les va exercir mitjançant el Pla Tècnic Nacional que planificava la TDT. Estipulava les demarcacions, la freqüència per la qual havia d'emetre cada canal i la potència. A partir d'aquesta planificació prèvia, els ajuntaments podien constituir consorcis⁴⁶ per operar els canals públics. Era potestat de les comunitats autònomes adjudicar els programes privats segons un concurs públic.

El govern de la Generalitat, en la sessió de 20 de desembre de 2005, va adoptar l'acord pel qual s'establí el procediment de concessió de programes de televisió digital local dels municipis de Catalunya inclosos en les demarcacions que estipulava el Pla Tècnic Nacional. Aquest acord – que posteriorment va ser impugnat – és el que defineix en quines demarcacions hi hauria dos programes públics en un canal múltiplex, en lloc d'un, aollint-se a la possibilitat d'excepcionalitat que reservava el pla tècnic.

Posteriorment, la disposició PRE/1446/2006, de 9 de maig⁴⁷, va donar publicitat als acords de la Comissió de Govern de Política Institucional de 4 d'abril de 2006, pels quals s'atorgava la concessió per a la prestació de servei de televisió digital local als municipis de Catalunya inclosos en les demarcacions territorials establertes al Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Local (DOGC 4634, de 16 de maig de 2006). Aquest acord és el que atorgava les concessions de TDT-L

⁴⁵ L'acord de govern que va concedir més d'un canal públic sobre quatre possibles en els múltiplex d'algunes demarcacions de la TDT local catalana ha estat anul·lat pel Tribunal Superior de Justícia de Catalunya (TSJC) i avalada aquesta resolució pel Tribunal Suprem espanyol (TS), per considerar insuficientment justificada l'excepcionalitat d'aquests casos. El Pla Tècnic espanyol per a la TDT, i la normativa que l'acompanyava, dividia cada múltiplex local entre un canal públic (20% d'ocupació), tres canals privats (60%), i un 20% addicional per a serveis interactius (avui ocupats parcial i · legalment pels serveis radiofònics). De forma excepcional, el mateix pla establí que, en casos justificats, el repartiment podia ser de dos canals públics i dos de privats. El Govern català es va acollir a aquesta possibilitat singular en algunes demarcacions i va justificar la seva decisió. En resposta a la denúncia interposada per un prestador que no va obtenir la llicència, el TSJC va considerar que la justificació no era suficient. El govern català va interposar un recurs, i el Tribunal Suprem espanyol va avalar la decisió del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya. El govern català té de dues opcions: reordenar la demarcacions afectades per la sentència, és a dir aplicar l'1 + 3; o justificar la decisió presa (2 + 2) segons els criteris d'ambdós tribunals.

⁴⁶ Associació d'empreses públiques o bé d'empreses públiques i privades per assolir un objectiu econòmic, tot mantenint la seva independència jurídica.

⁴⁷ [http://consorci.votv.cat/fitxer/46/PRE-1446-2006_concessio%20\(Anex%203\).pdf](http://consorci.votv.cat/fitxer/46/PRE-1446-2006_concessio%20(Anex%203).pdf) [darrera consulta: 13/05/2015].

pública a les agrupacions d'ajuntaments, i estipulava quins ajuntaments formarien part del consorci que gestionaria cada canal.

L'acord estipulava quants canals públics es podien crear a cadascuna de les demarcacions, indicats en la següent taula (figura 16). S'indiquen en negreta aquelles demarcacions que conformen l'objecte d'estudi del treball.

DEMARCACIÓ ⁴⁸	NÚM. DE CANALS PÚBLICS ASSIGNATS
Balaguer	2
Barcelona	3
Blanes	2
Cornellà de Llobregat	4
Figueres	1
Girona	2
Granollers	2
Igualada	1
Lleida	1
Manresa	1
Mataró	2
Olot	2
Palafrugell	1
Reus	2
Sabadell	3
Seu d'Urgell	1
Tarragona	1
Tortosa	1
Vic	1

⁴⁸ Denominació oficial de la demarcació, segons la resolució PRE/1446/2006 i el PTNTDT.

Vielha e Mijaran	1
Vilanova i la Geltrú	2
TOTAL	37

Figura 16. Canals públics previstos per demarcació. Elaboració pròpia, a partir de la disposició PRE/1446/2000.

La reglamentació de la TDT va afectar especialment els prestadors de servei públic, ja que s'obligava als ajuntaments a arribar a acords per gestionar-los conjuntament. El model de gestió que es va inaugurar amb la digitalització era completament nou per a la televisió pública local i gens simple (Corominas, 2009). Els processos administratius de constitució dels consorcis eren complexos a nivell burocràtic i, a més, molts consistoris tenien dificultats econòmiques per fer les inversions necessàries per a iniciar i mantenir el canal, i estaven gestionats per forces polítiques diverses, algunes enfrontades. El context de crisi econòmica i la manca de cultura audiovisual en alguns municipis van agreujar la situació, i van deixar molts projectes en *stand-by*.

Del total de programes, el govern va decidir reservar-ne 37 per a la gestió pública i 59 per a la gestió privada. D'aquesta manera, el sector públic audiovisual de proximitat es va reordenar. Cal tenir en compte que quan es van adjudicar les concessions de TDT-L, l'any 2006, hi havia 54 prestadors públics en emissió. El sector de la televisió local pública analògica suposava un 43% del total d'emissores locals (128). La planificació reduïa aquest percentatge, que passaria a ser del 38,5%, de manera que es dimensionava el fenomen i s'acotava el nombre de televisions locals. Malgrat que la major part dels ajuntaments havien manifestat la voluntat de participar en els projectes de televisió pública de proximitat, en la data de l'apagada analògica, tan sols eren 12 les TDT-L públiques que estaven emetent, el que suposava el 12,5% de la xifra total de prestadors audiovisuals de proximitat. Alguns autors han considerat que la digitalització de la televisió ha suposat el final de l'hegemonia del sector públic a Catalunya (Guimerà, 2009).

La llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya estipula que les entitats que gestionin les televisions locals han de comptar amb un Reglament d'Organització i Funcionament (ROF) on es defineixin les missions de servei públic. L'ens de gestió ha d'assumir la definició, elaboració i distribució de continguts audiovisuals, tot i que pot comptar amb el recolzament del sector privat.

El nomenament dels alts càrrecs s'ha de fer d'acord amb el que estableixi al ROF i ha de comptar amb el consentiment d'un consell assessor-consultiu, que n'avalua la capacitat, el mèrit i la

idoneïtat. Per a separar la gestió política del canal, la llei també estableix que s'ha de garantir l'autonomia de la gestió directa del servei respecte dels òrgans de govern, que han de proveir el programa dels fons necessaris per poder desenvolupar la seva activitat. Se separa la gestió política del canal, corresponent al consorci, de la gestió diària del programa, que correspondrà a l'ens que el ROF determini.

Aquest desenvolupament legal i administratiu que requereix el model ha suposat que molts municipis no hagin fet front a la complexitat, per la dificultat que suposa i per la reticència a invertir en els aspectes més administratius. Segons Guimerà (2011), molts municipis no disposaven de recursos humans ni tècnics, i alguns alcaldes van plantejar la necessitat que la Generalitat creés ajudes per a la creació i administració dels consorcis.

La normativa, a banda d'estipular les condicions administratives de constitució i funcionament dels consorcis, també marcava uns requisits d'emissió. Com a base, el govern català partia de llei 41/1995 de televisió local, que obligava els prestadors (tant públics com privats) a emetre quatre hores diàries i 32 de setmanals de programació original centrades en el territori en el qual emetien. La llei de l'audiovisual de 2005 era més restrictiva i estipulava que les 32 hores havien de ser de producció pròpia, deixant al marge de la comptabilització les coproduccions amb altres televisions i els continguts emesos en cadena.

Per poder complir amb el que estipulava la normativa, feien falta inversions inicials elevades i pressupostos de funcionament també alts (Guimerà, 2006a). Seguint l'anàlisi de Guimerà, les xifres varien en cadascun dels casos de televisions de proximitat impulsades, però en la majoria dels casos (amb excepció de BTV, que treballava amb xifres molt per sobre de la resta de prestadors) rondaven el milió d'euros invertit inicialment i el milió d'euros de funcionament anual.

3.1.3. Evolució de la TDT-L pública a Catalunya

El Pla Tècnic Nacional de TDT (PTNTDT) preveia la creació de 37 canals públics de televisió a Catalunya, tal com s'indica en el següent mapa (figura 17).

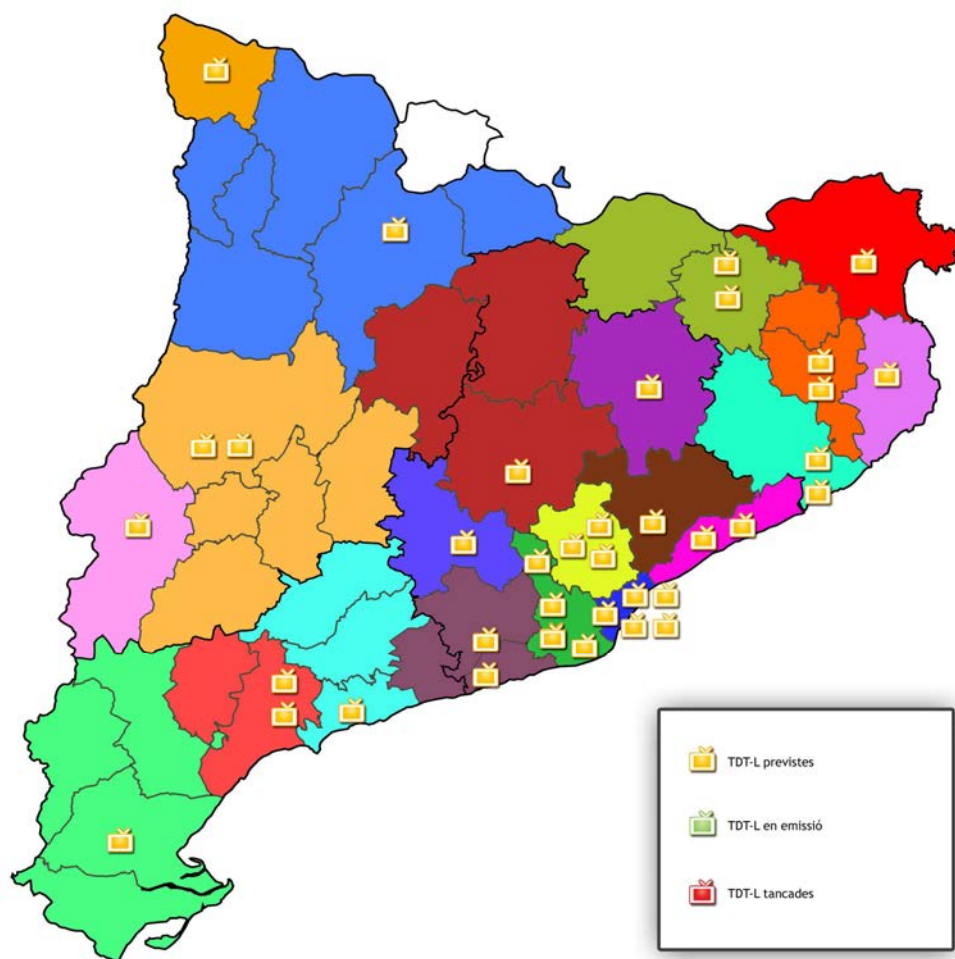


Figura 17. Mapa de TDT-L previstes. Elaboració pròpia.

En analògic, Catalunya comptava amb 54 canals públics de televisió local. Per tant, la reestructuració suposava la reducció de 17 canals públics, ja que se'n van planificar 37. Quan es va produir la substitució del senyal analògic per la digital (abril de 2010), tan sols 12 d'aquests canals estaven actius, tal com mostra el mapa (figura 18). Alguns adjudicataris van perdre l'interès per fer televisió pública, i altres estaven en fase de desenvolupament del consorci.

Els canals que estaven en actiu eren: Barcelona Televisió (BTV), Canal Blau, Canal Terrassa Vallès, Conca TV, MaresmeDigital (m1tv), MaresmeDigital 2 (m2tv), Penedès TV, TAC12, Televisió Badalona (Teleb), Televisió L'Hospitalet (Televisió L'H), Vallès Oriental Televisió (VOTV) i Vallès Visió.

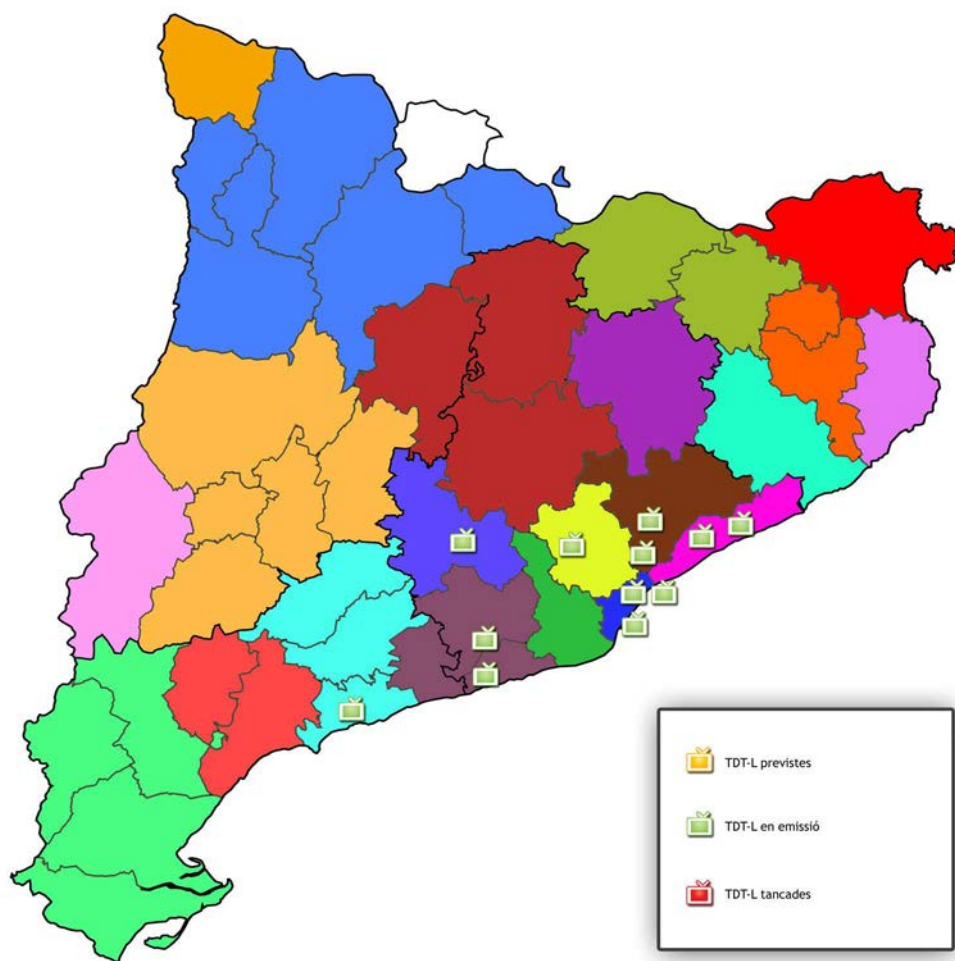


Figura 18. Projectes de TDT-L pública, 2010. Elaboració pròpia.

Dels 25 programes públics que no s'havien posat en marxa, en distingim dos grups (Guimerà, 2011):

- ✓ Concessionaris que estaven en fase de desenvolupament del consorci: Reus -que va iniciar les emissions al setembre de 2010-, Vilafranca del Penedès, Delta de Llobregat, els dos consorcis de la Demarcació de Blanes -que estaven en tràmits burocràtics- i Figueres, que estava en situació irregular per manca d'acord entre els ajuntaments de la demarcació.
- ✓ Adjudicatariis que no estaven fent res per desenvolupar la televisió.

Dels 25 programes que no s'havien posat en marxa, tan sols 14 havien constituït el consorci. Nou demarcacions havien decidit no fer televisió, i deu més que tenien els projectes aturats. Els consorcis constituïts eren els següents: Baix Llobregat Delta, La Selva Marítima-CanalBlanes, TDCamp, Lleida, Sant Adrià-Santa Coloma, Baix Llobregat Nord, Girona, Babes-Berguedà-Solsonès, Terres de l'Ebre, Aran, Banyoles-Porqueres, Sabadell, Vallès Occidental Sud i Vic.

Durant l'any següent, 5 projectes més es van posar en marxa, dos a la demarcació de Reus, dos al Baix Llobregat i un a Figueres, i es van assolir 17 programes actius en 2011 (figura 19).

Dels 20 programes que no emetien:

- a. Hi havia 11 consorcis constituïts però sense emissió.
- b. Hi havia 8 consorcis no constituïts
- c. Hi havia un consorci dissolt (Sant Adrià-Santa Coloma)

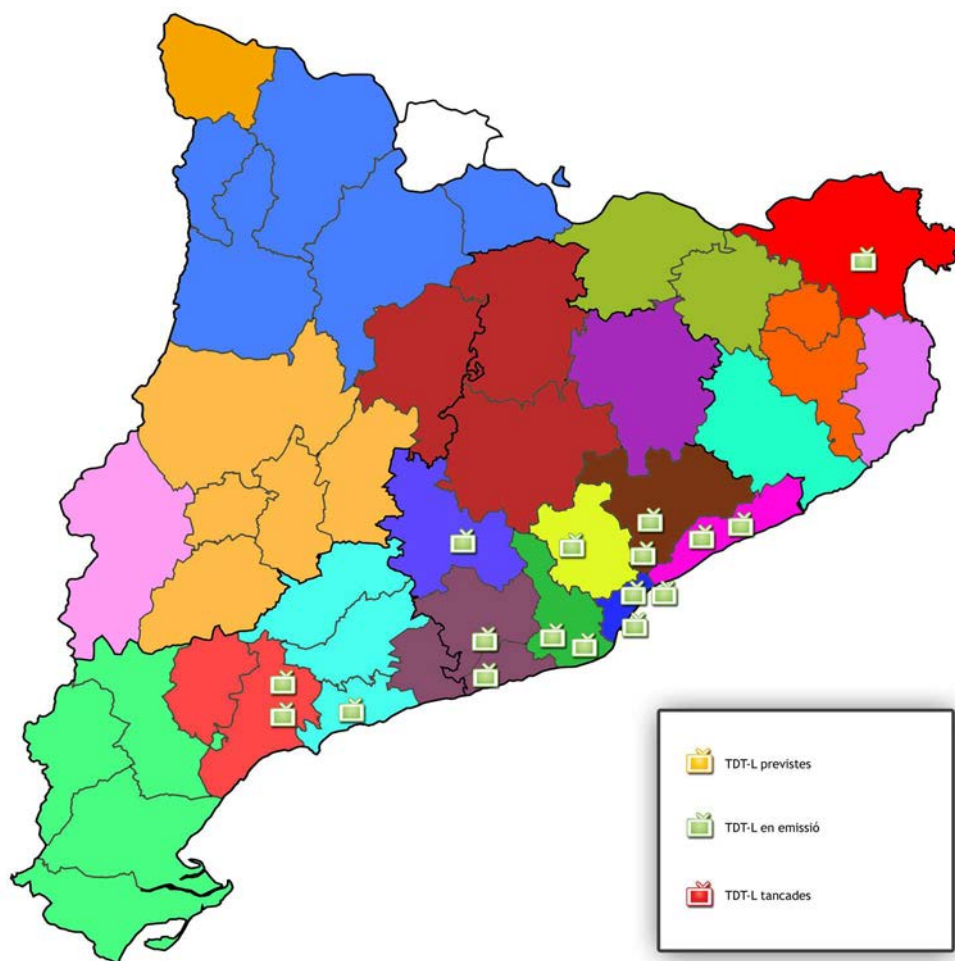


Figura 19. Projectes de TDT-L pública a Catalunya, 2011. Elaboració pròpia.

Aquesta tendència d'augment del nombre de canals públics de TDT no va prosseguir. Des de 2011 s'ha produït el tancament d'iniciatives (un dels canals del Maresme, dos de la demarcació de Reus, el d'Igualada i dos del Baix Llobregat.), fins arribar al mapa conformat per 11 TDT-L públiques, en lloc de les 37 possibles (figura 20 i figura 21).

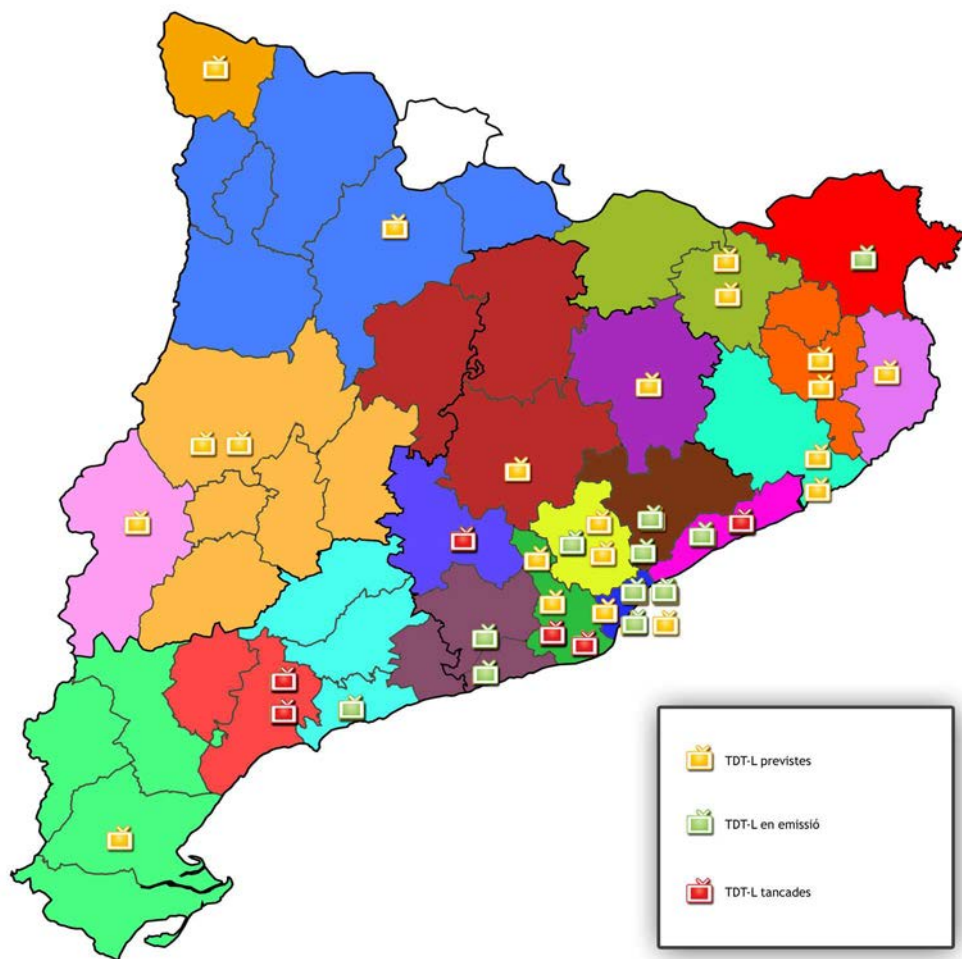


Figura 20. Projectes de TDT-L pública a Catalunya, 2013: previstes, en emissió i tancades. Elaboració pròpia.

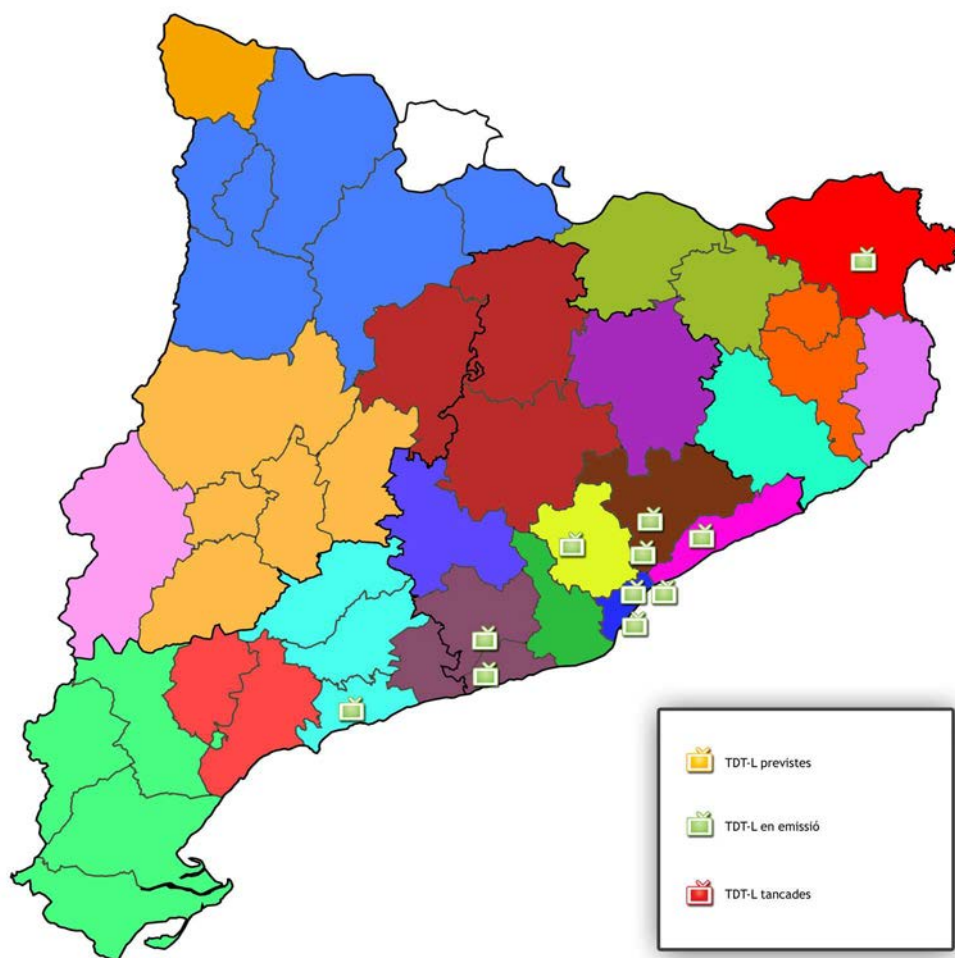


Figura 21. Mapa TDT-L pública a Catalunya, 2013-2015. Elaboració pròpia.

Els canals en emissió, que conformen l'objecte d'estudi, indicats al mapa (figura 21) són: Barcelona Televisió (BTV), Canal 10 Empordà, Canal Blau, Canal Terrassa Vallès, MaresmeDigital (m1tv), Penedès TV, TAC12, Televisió Badalona (Teleb), Televisió L'Hospitalet (Televisió L'H), Vallès Oriental Televisió (VOTV), Vallès Visió. A aquestes 11 televisions que emeten de manera regular, cal sumar-hi el cas d'El Vendrell Televisió, que emet mitjançant la llicència d'un operador privat.

El cas d'El Vendrell s'ha incorporat a l'objecte d'estudi ja que forma part d'una de les demarcacions que compta amb prestadors públics de proximitat. Per entendre la trajectòria i estructura dels prestadors del MUX de Vilanova i la Geltrú, és interessant incorporar aquest cas a l'anàlisi de la TDT-L pública.

3.2. Conseqüències de la digitalització

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.

Durant l'època analògica, el Principat conformava un cas genuí per l'abundància de canals de televisió locals. Aquesta situació s'havia de legalitzar i calia ordenar l'espai radioelèctric. Amb el pas a la TDT, es va apostar per la gestió conjunta dels canals públics per part de diferents municipis que volien disposar d'un canal local. D'aquesta manera, cap població perdia el dret de disposar d'un canal públic, si bé havia de ser compartit.

S'ha reconsiderat el concepte de televisió local per reformular-lo com a televisió de proximitat que dona servei a un conjunt de municipis. No només la digitalització és la causa de la modificació que ha patit el model, ja que Internet permet que els ajuntaments segueixin emetent en solitari. Però és cert que l'organització de la TDT-L mitjançant demarcacions ha afectat l'estructura del model. Un altre factor a tenir en compte són els elevats costos de distribució del senyal d'aquesta tecnologia, que han fet que la major part dels prestadors que han tirat endavant es concentrin en l'àrea metropolitana o en zones poblades.

Cal tenir en compte el fort impacte de la crisi econòmica en un sector econòmicament precari, en un moment de redefinició del model en el qual es requerien inversions per part dels municipis per impulsar o donar continuïtat als projectes. Malgrat que la tecnologia és un factor que influeix en la definició del model, no és l'únic. Aquest treball s'allunya del determinisme tecnològic, i pretén exposar tot un seguit d'elements que han afectat el model. Cal parlar d'una sèrie de factors que no són simples ni independents, i que estan interconnectats entre si (Martori, 2014).

a) El nou model trenca la identificació d'una televisió local amb un municipi. El punt de partida era un model analògic en què els prestadors públics projectaven la vida social del municipi. Les televisions reforçaven la identitat local i els ciutadans se sentien representats amb aquest espai comunicatiu per les connexions socials existents entre ells en l'esfera pública. Les demarcacions obliguen a crear un nou espai comunicatiu més gran que el local i, en alguns casos, els ciutadans no s'hi senten tan identificats o la identificació és difusa.

b) La crisi econòmica irromp amb força en un sector que requereix inversions per reformular-se, amb elevats costos de retransmissió del senyal.

c) Es professionalitza la televisió local. Els ajuntaments constitueixen un consorci i creen un ens per gestionar el programa. Les televisions passen de funcionar majoritàriament gràcies a voluntaris a comptar amb professionals, generalment contractats per productores privades als quals els consorcis externalitzen la producció de continguts, que passen a estar regulats per

lleí⁴⁹. El criteri periodístic pretén ser decisor tant en l'elecció de les informacions noticiables com en el seu tractament. La política municipal passa a ser un tema clau de l'agenda televisiva local, complementant les temàtiques socials i culturals, majoritàries fins a la digitalització, com fires, festes o concerts. Això configura una eina de control democràtic per afavorir la bona governança a escala municipal, però en moltes ocasions no ha respost als interessos que la classe política local té envers les televisions, més enfocats a projectar cap a la ciutadania els aspectes positius i festius del municipi.

c) La televisió s'allunya de la ciutadania. Les seus de les televisions ja no són presents a cada localitat, situant-se generalment en les poblacions amb més habitants. Els centres de producció es troben a més distància dels ciutadans, el que els fa menys accessibles. Aquest factor, sumat a la feble identificació de la ciutadania amb l'espai comunicatiu i la professionalització de la televisió, allunya la televisió del ciutadà local.

e) Es produeix una desigualtat de representació. En el model de televisió digital, els municipis comparteixen un mateix canal de televisió que funciona amb criteris periodístics. Les ciutats amb més habitants solen concentrar la major part dels fets noticiables, de manera que els municipis més petits no apareixen tan sovint a la pantalla. Alguns ajuntaments han perdut l'interès per uns canals de televisió en què rarament es veu representat el seu municipi.

f) Internet possibilita desenvolupar projectes en solitari i més econòmics. Alguns ajuntaments han sortit dels consorcis per impulsar projectes de televisió per Internet, IPTV (Internet Protocol Television) o a través de pàgines web senzilles. La difusió on-line permet emetre sense costos de distribució del senyal ni la necessitat d'arribar acords entre municipis. La regulació actual tampoc estableix mínims de programació pròpia a aquestes iniciatives, per la qual cosa es poden generar vídeos de forma no regular que l'usuari pot visionar sota demanda. Aquest tipus de televisió pot ser una opció de futur un cop superats els problemes tècnics i la cultura d'hàbits de consum de televisió, així com els reptes estructurals relacionats amb la independència dels mitjans. De fet, s'observa una correlació entre municipis que han abandonat els consorcis i que han impulsat canals de televisió on-line en solitari.

La combinació d'aquests factors ha ocasionat la pèrdua de membres en els consorcis que, en

⁴⁹ La Llei 22/2005 de la comunicació audiovisual de Catalunya estipula que els prestadors del servei públic de televisió d'àmbit local han de garantir una programació mínima de 4 hores diàries i 32 hores setmanals, amb un màxim de 25% de programació de la televisió de proximitat en cadena. Les obligacions en la producció pròpia, en un context de crisi econòmica, van dificultar la viabilitat d'alguns projectes de televisió de proximitat.

alguns casos, ha fet els projectes insostenibles i ha derivat en el tancament del canal. En altres casos, ha complicat la situació i la supervivència dels programes que segueixen operant, ja que tenen menys independència dels ajuntaments membres del consorci. D'aquests factors, es deriven algunes conseqüències que evidencien el feble funcionament dels canals de TDT-L públics:

- Fràgil independència dels governs municipals. Les televisions públiques estan passant per situacions econòmiques greus i són cada vegada més dependents dels ajuntaments que integren els consorcis. Els directius de les televisions de proximitat són conscients que els governs municipals aposten per les televisions de proximitat públiques per fer d'altaveu de les informacions que generen els consistoris. És difícil garantir la independència del poder polític, tenint en compte que moltes d'elles depenen econòmicament de la subvenció municipal i alguns periodistes practiquen l'autocensura.

- Representativitat desigual del territori i valors-notícia difusos. La dependència econòmica de les televisions cap als governs origina un model en el qual només els temes dels municipis que integren el consorci (i que, per tant, aporten diners al canal de televisió) apareixen en l'informatiu. Hi predomina el criteri econòmic i no el de noticiabilitat, de manera que hi ha una representació desigual dels municipis que formen part de l'àrea de cobertura en funció del pressupost que cada ajuntament destina al canal.

- Intensificació de l'ús de les xarxes d'intercanvi de continguts. La disminució en els pressupostos dels prestadors provoca una reducció del personal que treballa a les emissores i també una reducció de la producció pròpia. Això fa que les televisions augmentin la seva participació en les xarxes de distribució (i també la seva dependència a elles), especialment pel que fa a la Xarxa Audiovisual Local. Si bé s'ha cregut rellevant apuntar l'aspecte de l'intercanvi de continguts en aquest apartat, es desenvoluparà més detalladament en un apartat posterior del text.

Després de la digitalització, alguns dels municipis que no s'han integrat a cap consorci han empès projectes de televisió on-line o han passat a emetre de manera irregular. Algunes són televisions públiques que emeten a nivell local utilitzant forats de freqüències de l'espectre, ja que no s'han integrat a cap consorci però tampoc han renunciat a fer televisió local. Altres casos irregulars són prestadors del tercer sector que emeten sense llicència, en molts casos amb el suport de l'ajuntament. També hi ha prestadors que emeten per cable, majoritàriament en municipis en els quals la recepció del senyal ha estat pobra. Els casos més representatius s'exposaran al següent capítol, després d'aprofundir en els casos que conformen l'objecte d'estudi, per tal de fer una fotografia extensa de la situació de la televisió pública de proximitat a Catalunya.

3.3. Els prestadors de TDT-L pública a Catalunya

Quadres-resum múltiplex TDT-L a Catalunya

Abans de l'anàlisi dels prestadors públics de proximitat que s'han posat en funcionament a Catalunya, es presenta una taula per cadascun dels múltiplex (MUX) destinats a la TDT-L a Catalunya en cada territori. Les figures permeten copsar quins programes hi havia destinats a cada un dels MUX. Malgrat que l'objecte d'estudi són els programes públics en funcionament durant l'etapa 2011-2015, en aquest apartat es presenten, de manera esquemàtica, la totalitat dels programes destinats a la televisió de proximitat per TDT a Catalunya per oferir-ne una visió general.

En els casos excepcionals en què es reserven dos MUX de TDT-L per a la cobertura local, s'ha fet una taula per al MUX públic i una altra per al privat. Les taules estan ordenades per províncies (seguint la seqüència alfabètica Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona), i dins de cada província se segueix també l'ordre alfabètic segons el nom oficial del MUX. Els programes marcats en un to més fosc són aquells que formen l'objecte d'estudi de la tesi: els canals de TDT-L públics en emissió durant el període analitzat. Es pretén emmarcar l'objecte d'estudi en la totalitat del fenomen de la televisió de proximitat a Catalunya

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL01B	Barcelona-públic	26		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	BTV	Ajuntament de Barcelona	Públic	
2	Televisió L'Hospitalet-L'H	Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat	Públic	
3	TV Badalona	Ajuntament de Badalona	Públic	
4		Consorti de la Televisió local de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet	Públic	Consorti dissolt

Figura 22. Quadre-resum MUX Barcelona-públic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL01B	Barcelona-privat	48		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Sense concessionari assignat	Privat	
2	El Punt Avui	Publicitat i Comunicació del Vallès, SL (arr. Xarxa de Serveis i Comunicacions 2014, SL)	Privat	
3	25 TV	Gibson Time, SL	Privat	
4		Sense concessionari assignat	Privat	

Figura 23. Quadre-resum MUX Barcelona-privat. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL11B	Cornellà de Llobregat-Públic	46		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorci TL11B progr 1	Públic	
2		Consorci per a la gestió de la TDL pública del Baix Llobregat Centre	Públic	
3	TV10	Consorci Teledigital Baix Nord	Públic	Aprovada dissolució inicial
4	DeltaTV	Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta	Públic	Activitat suspesa

Figura 24. Quadre-resum MUX Cornellà de Llobregat-públic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL03B	Cornellà de Llobregat-Privat	53		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	ETV Llobregat Televisió	ETV-Llobregat TV, SL	Privat	
2		Sense concessionari assignat	Privat	
3	Teletaxi TV Cornellà	Teletaxi Televisió Digital, SL	Privat	
4		Sense concessionari assignat	Privat	

Figura 25. Quadre-resum MUX Cornellà de Llobregat-privat. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL02B	Granollers	40		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	Vallès Oriental Televisió (VOTV)	Consorci Teledigital Granollers	Públic	
2	Vallès Visió	Consorci Teledigital Mollet	Públic	
3	El PuntAvui TV	UTE Promocions Audiovisuals 3 Acció, SL - Vallès Serveis de Televisió, SL	Privat	Arrendatari
4		Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta	Privat	

Figura 26. Quadre-resum MUX Granollers. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL04B	Igualada	37		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	Conca TV	Consorti de la Televisió Digital Local Pública de la demarcació d'Igualada	Públic	No emet
2	Canal Català Anoia	UTE Masquefa Televisió, SL - Vallès Serveis de Televisió, SL	Privat	
3	TV Igualada	IG Media Produccions, SL	Privat	Arrendatari
4	Canal Taronja Anoia	Taelus, SL	Privat	

Figura 27. Quadre-resum MUX Igualada. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL05B	Manresa	49		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Sense concessionari assignat	Privat	
2	TVM Televisió de Manresa	Televisió de Manresa, SL	Privat	
3	Canal Taronja Bages	Canal Taronja, SL	Privat	
4	Canal Català Central	Radio i Televisió de Manresa, SL	Privat	

Figura 28. Quadre-resum MUX Manresa. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL06B	Mataró	24		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	Maresmedigital TV, M1	ConSORCI Digital Mataró-Maresme	Públic	
2	Maresmedigital TV2, M2	ConSORCI Teledigital Maresme Nord	Públic	Aprovada dissolució inicial
3		Sense concessionari assignat	Privat	
4	Canal Català Maresme	Radio i Televisió de Manresa, SL	Privat	

Figura 29. Quadre-resum MUX Mataró. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL12B	Sabadell-Públic	45		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		ConSORCI Teledigital Sabadell	Públic	No emet
2	Canal Terrassa Vallès	ConSORCI per a la gestió de la TDL Pública Terrassa - Vallès Oest	Públic	
3		ConSORCI per a la gestió de la TDL Pública de la demarcació del Vallès Sud	Públic	No emet
4	Teletaxi TV Sabadell	Teletaxi Televisió Digital, SL	Privat	

Figura 30. Quadre-resum MUX Sabadell-públic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL07B	Sabadell-Privat	24		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	El PuntAvui TV	Privat	Privat	
2	Mola TV	Mola TV, SL	Privat	
3	TVSC Vallès 1	Televisió Sant Cugat, SL	Privat	
4	TV 20	Publi 20, SL	Privat	

Figura 31. Quadre-resum MUX Sabadell-privat. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL08B	Vic	50		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorci d'Osona per a la gestió de la TDL pública canal múltiple de Vic	Públic	No emet Aprovada dissolució inicial
2	Canal Taronja Osona	Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Privat	
3	El PuntAvui TV	Publicitat i Comunicació del Vallès, SL (arr. Xarxa de Serveis i Comunicacions 2014, SL)	Privat	
4	El 9 TV	Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	Privat	

Figura 32. Quadre-resum MUX Vic. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL09B	Vilanova i la Geltrú	30		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	Canal Blau	ConSORCI Teledigital Garraf	Públic	
2	Penedès Televisió-PTV	Penedès TV - Consorci per a la gestió de la TDL Pública del Penedès	Públic	
3	Cat 4 TV	CAT 4 TV, SL	Privat	
4	TV El Vendrell - 3de8 TV	Publicacions Penedès, SA	Privat	

Figura 33. Quadre-resum MUX Vilanova i la Geltrú. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL01GI	Blanes	42		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		ConSORCI per a la gestió de la TDL pública de la demarcació de la Selva Marítima - Canal Blanes	Públic	
2		ConSORCI per a la gestió de la TDL pública de la demarcació de Blanes	Privat	
3	El Punt/Avui TV	Publicitat i Comunicació del Vallès, SL (arr. Xarxa de Serveis i Comunicacions 2014, SL)	Privat	
4		Desert	Privat	

Figura 34. Quadre-resum MUX Blanes. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL02GI	Figueres	26		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	Canal 10 Empordà	Consorci de la TDT local de l'Alt Empordà	Públic	
2		Sense Concesionari Assignat	Privat	
3	Empordà TV	Televisió de Roses, SL	Privat	
4	TSF Figueres	Televisió sense Fronteres, SL	Privat	

Figura 35. Quadre-resum MUX Figueres. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL06GI	Girona	39		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorci Teledigital Girona	Públic	
2		Consorci Teledigital Banyoles-Porqueres	Públic	
3	Banyoles Televisió	Consorci Teledigital Banyoles-Porqueres	Privat	
4	TSF Figueres	Televisió de Girona, SL	Privat	

Figura 36. Quadre-resum MUX Girona. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL04GI	Olot	51		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorci per a la gestió de la TDL pública de la demarcació d'Olot	Públic	
2		Consorci TL04GI progr 2	Públic	Consorci no constituït
3	Televisió del Ripollès (TVR)	Televisió del Ripollès, SL	Privat	
4	Olot Televisió	Olot Televisió, SL	Privat	

Figura 37. Quadre-resum MUX Olot. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL05GI	Palafrugell	25		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació del Baix Empordà	Públic	
2	Televisió Costa Brava	D-9 Comunicació, SL	Privat	Consorci no constituït
3		Sense concessionari assignat	Privat	
4		Sense concessionari assignat	Privat	

Figura 38. Quadre-resum MUX Palafrugell. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL01L	Balaguer	24		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorti de Televisió Local de Balaguer	Públic	Consorti no constituït
2	Televisió Costa Brava	Consorti per a la gestió de la TDL pública de la demarcació de Segarra/Urgel	Públic	
3	TV Lleida Digital	Prensa Leridana, SA	Privat	
4		Desert	Privat	

Figura 39. Quadre-resum MUX Balaguer. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL02L	Lleida	50		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	7 TV Segrià	Consorti per a la gestió del servei de TDT Local de la demarcació de Lleida (Consorti TDTL Lleida)	Públic	
2	Lleida TV Digital	Prensa Leridana, SA	Privat	
3	El PuntAvui TV	Publicitat i Comunicació del Vallès, SL (arr. Xarxa de Serveis i Comunicacions 2014, SL)	Privat	
4	Canal 35	Canal Audiovisual Lleida, S.L.	Privat	

Figura 40. Quadre-resum MUX Lleida. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL03L	La Seu d'Urgell	55		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		ConSORCI TL03L progr 1	Públic	
2	Tot TV	Prensa Leridana, SA	Privat	
3	Pirineus TV	Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Privat	
4	TSF Puigcerdà	Televisió Comtal, SL	Privat	

Figura 41. Quadre-resum MUX La Seu d'Urgell. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL04L	Vielha e Mijaran	51		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		ConSORCI Teledigital Aran	Públic	
2	Lleida TV Digital	Prensa Leridana, SA	Privat	
3	TSF Vielha	Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Privat	
4		Desert	Privat	

Figura 42. Quadre-resum MUX Vielha e Mijaran. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL01T	Reus	51		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Sense concessionari assignat	Privat	
2	ConSORCI TDCamp - TDC	TDCAMP - Consorci de la TDL Pública del Camp	Públic	
3		Sense concessionari assignat	Privat	
4	Canal Reus TV	Iniciatives de Televisió, SL	Privat	

Figura 43. Quadre-resum MUX Reus. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL02T	Tarragona	54		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1	TACOALT (TAC 12)	ConSORCI per a la Gestió de la TDT del Camp de Tarragona	Públic	
2	El PuntAvui TV	Publicitat i Comunicació del Vallès, SL (arr. Xarxa de Serveis i Comunicacions 2014, SL)	Privat	
3	CAT 4 TV	CAT 4 TV, SL	Privat	
4	Teletaxi TV Tarragona	Teletaxi Televisió Digital, SL	Privat	

Figura 44. Quadre-resum MUX Tarragona. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMC.

MUX	DEMARCACIÓ	CANAL		
TL03T	Tortosa	34		
PROGRAMES	NOM COMERCIAL	CONCESSIONARI	TIPUS	NOTES
1		Consorti de Televisió Local Terres de l'Ebre	Privat	
2	Canal 21	Canal 21 Ebre, SL (arr: Televisió Teveon Ebre, SL)	Públic	
3	Canal TE	Tortosa Televisió, SL	Privat	
4	L'Ebre TV	L'Ebre Televisió, SL	Privat	

Figura 45. Quadre-resum MUX Tortosa. Elaboració pròpia a partir dels documents de la DGMG.

Segons les taules presentades (figura 22-figura 45), en pocs casos els prestadors públics donen servei a un sol municipi com passava majoritàriament en l'era analògica, i no hi ha presència de televisions del tercer sector, que no estaven planificades tot i ser un fenomen àmpliament present a Catalunya des de principis dels anys vuitanta (Guimerà, 2007).

Les taules mostren que molts dels consorcis que havien de gestionar canals de televisió de proximitat públics no s'han arribat a constituir, s'han dissolt o estan inoperatius. El CAC (2009) va exposar:

Els Consorcis que han arribat a constituir-se formalment i estan avançant en el desenvolupament de l'oferta televisiva tenen com a mínim comú denominador el fet d'estar liderats per un municipi de més de 35.000 habitants que ha aconseguit implicar a tots o bona part de les poblacions més petites de la seva demarcació en el projecte. Són municipis amb potència i recursos institucionals suficients, i en tots els casos concorre un d'aquests tres elements: existència d'una televisió analògica; vinculació de la TDT a un projecte econòmic més ampli o voluntat de crear una televisió que contribueixi a la vertebració territorial i social dels municipis implicats.(...) L'estudi ha detectat que els municipis menys interessats a posar en marxa consorcis públics són aquells que compten amb una televisió privada a la seva demarcació i que consideren que ja presta funcions de servei públic. A més, aquests ajuntaments solen tenir convenis o contractes amb aquestes televisions, amb els quals consideren que les ajuden a funcionar. CAC, 2009: 31.

Els Consell de l'Audiovisual de Catalunya va detectar que els consorcis que no avançaven ho

feien per causes complexes, al voltant de dificultats econòmiques agreujades per la crisi, la manca d'un lideratge clar en el projecte o la falta d'acord entre els municipis implicats en aspectes bàsics (CAC, 2009).

Segons el treball de camp actualitzat i realitzat per a aquesta recerca, es consideren pertinents les raons descrites pel CAC anys enrere, segons les quals bona part dels projectes gestionats per consorcis que han tirat endavant s'han integrat en projectes econòmics i d'innovació més amplis vinculats a la ciutat que lidera el consorci. En són exemples el Tecnocampus de Mataró, l'espai audiovisual i artístic Roca Umbert de Granollers, o l'edifici tecnològic Neàpolis de Vilanova i la Geltrú. Cal esmentar, no obstant, com es detallarà en el proper apartat d'aquest treball, que la majoria dels consorcis han anat perdent municipis adherits. Als consorcis creats per a gestionar canals de televisió, cal sumar-hi els municipis que gestionen el canal en solitari, (Barcelona, Badalona, L'Escola, l'Hospitalet de Llobregat, o TV El Vendrell).

3.3.2. Evolució dels expedients de les demarcacions de TDT-L

En aquest apartat es presenta l'evolució dels 11 prestadors de televisió pública de proximitat que han operat de manera regular a Catalunya entre els anys 2011 i 2015. També s'incorpora la Televisió del Vendrell que, com s'ha justificat, s'ha inclòs en aquesta tesi malgrat ser un cas atípic per poder comprendre i interpretar de manera adequada el fenomen de la televisió pública de proximitat al MUX Vilanova i la Geltrú. Per tant, en aquest punt es traça la trajectòria dels prestadors que conformen l'objecte d'estudi de la tesi, gràcies a la consulta de documentació oficial que s'ha dut a terme a la Direcció General de Mitjans de Comunicació (DGMC)⁵⁰ de la Generalitat de Catalunya, tal com s'ha explicat en l'apartat de metodologia.

La investigadora ha consultat la documentació d'aquelles demarcacions en les quals hi ha televisions públiques de proximitat en el període analitzat i que formen part del seu objecte d'estudi. S'han revisat els arxius de les 7 demarcacions on s'emmarquen les 12 TDT-L públiques

⁵⁰ Direcció General de Mitjans de Comunicació és la nomenclatura que adopta l'organisme en el moment de consulta dels documents (2014). No obstant, en els documents es fa palès que el nom d'aquest organisme ha patit diverses modificacions, i ha depès de diferents àrees del govern, com ara el Departament de Presidència o la Conselleria Mitjans de Comunicació i Cultura. Aquests canvis es veuen reflectits en com s'anomena al llarg d'aquest apartat, segons cadascun dels moments temporals: Secretaria General de Mitjans Audiovisuals (SGMA), Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals (DGMSDA), Direcció General de Mitjans de Audiovisuals (DGMA) o Direcció General de Mitjans de Comunicació (DGMA). En alguns casos, en aquest apartat, l'autora es refereix de forma genèrica a Direcció General.

que formen l'objecte d'estudi. Aquestes són: Barcelona (3 canals), Figueres (1 canal), Granollers (2 canals), Mataró (1 canal), Sabadell (1 canal), Tarragona (1 canal), Vilanova i la Geltrú (2 canals + 1 canal en situació irregular). D'aquestes 7 demarcacions, s'han analitzat tots els canals en emissió, però també aquells que ja han tancat o que no s'han arribat a posar en marxa, per tal de tenir un punt de vista detallat de quina ha estat l'evolució del sector públic audiovisual en cada una de les demarcacions.

S'ha consultat la base de dades digital de la Direcció General de Mitjans de Comunicació, així com els arxius en paper de cadascun del consorcis de TDT-L vigents, i s'han recollit aquelles informacions consultades en la documentació que s'han considerat rellevants per a la investigació. En cadascun dels documents, s'indica la data de publicació (en cas de no constar, apareix la data de registre del document), i un resum de la informació recollida.

Consideracions prèvies:

- L'apartat 1 de la disposició transitòria desena de la Llei 7/2010, de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual (BOE núm. 79 de 1 d'abril de 2010) estableix que les concessions per a la gestió de televisions locals per ones hertzianes que no hagin iniciat les seves emissions, quedaran automàticament extingides sis mesos després de l'entrada en vigor d'aquesta Llei (entrada en vigor 1 de maig de 2010). Per tant, si l'adjudicatari d'un servei de televisió local no es va posar en funcionament al mes de novembre de 2010, la concessió va quedar extingida. Aquest cas es va donar en el canal 4 del MUX públic de la demarcació de Barcelona.
- La data que s'indica en cadascuna de les entrades no té per què correspondre amb la data en què es va elaborar els documents, sinó amb la data que la DGMC els va rebre. En el cas del processament de dades a l'arxiu digital de la Direcció, la data de creació del consorci és la que consta al document de creació. El temps verbal de la redacció d'aquest apartat és el present, ja que es detalla el contingut de la documentació consultada.
- Els expedients estan ordenats segons el número d'expedient oficial amb què estan registrats la DGMC.

3.3.2.1. Expedient TDT TL01B. Barcelona-Públic

Programa 1 (BTV). Ajuntament de Barcelona

- 07/07/2004: L'Ajuntament de Barcelona envia a la Secretaria General de Mitjans Audiovisuals (SGMA) el certificat d'assumpció de la de la gestió directe d'un programa de la televisió digital local i sol·licitud reserva d'un dels programes del canal múltiple.
- 30/06/2005: EL Consell Comarcal del Barcelonès en el ple del Consell manifesta la

voluntat de cooperar amb els municipis de "Barcelonès Nord" en la gestió del MUX TL01B i facultar al President del Consell per formalitzar els documents de la gestió.

- 30/06/2005: Acord del Consell Comarcal del Barcelonès per demanar al govern de la Generalitat de Catalunya que cadascun dels àmbits urbans del Barcelonès disposi d'un programa públic de TDT. El document explica que a la comarca hi conviuen tres realitats urbanes clarament identificables, que són la ciutat de Barcelona, la de l'Hospitalet de Llobregat i la que formen les tres ciutats que configuren l'anomenat Barcelonès Nord (Badalona, Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet). També es manifesta la voluntat de cooperar amb els municipis del "Barcelonès Nord" en la gestió del MUX TL01B i facultar el President del Consell per formalitzar els documents de la gestió.
- 21/07/2005: L'Ajuntament de Barcelona comunica a la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals Govern de la Generalitat (DGCSDA) la ratificació de l'acord de gestió directe d'un programa de televisió digital local i sol·licitar la gestió d'aquest programa. Demanen que s'incrementi fins a quatre el nombre de programes a gestionar de forma directa pels ajuntaments. S'explica que l'Ajuntament de Barcelona gestionarà directament un d'aquests quatre programes de televisió digital local.
- 04/04/2006: Acord de Govern 04/04/2006 que atorga la concessió per a la prestació del servei de la TDT local als municipis inclosos en la demarcació territorial "Barcelona" establerta al Pla Tècnic Nacional (PTN). S'atorga el programa 1 a l'Ajuntament de Barcelona, el programa 2 a l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat, el programa 3 a l'Ajuntament de Badalona, i el programa 4 als ajuntaments de Santa Coloma de Gramenet i Sant Adrià de Besòs.
- 16/05/2006: La DGCSDA rep la sol·licitud de l'ajuntament de Barcelona (concessionari del programa 1) per mantenir emissions analògiques.
- 19/06/2006: El Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació de la Generalitat de Catalunya (CTTI) envia resposta a la DGCSDA a la petició de *simulcast* de l'Ajuntament de Barcelona.
- 12/09/2006: Conveni de col·laboració entre els titulars dels programes públics de TDT local del MUX TL01B-Barcelona i la Xarxa Audiovisual Local (XAL) per a la gestió del servei d'aquest MUX. Els ajuntaments acorden que la gestió del canal múltiple sigui realitzada per la XAL. Cada MUX participarà de forma paritària en al totalitat de les despeses que suposi la gestió del múltiplex i la transmissió del senyal. Els costos màxims estimats per la transmissió i difusió del senyal el primer any eren de 240.000€. Els costos màxims per

activitats vinculades amb la gestió del MUX durant el primer any eren 35.000€. Per tant, els costos totals estimats pel primer any eren de 275.000€. A partir del segon any i fins el sisè, els costos estimats per la transmissió i difusió del senyal eren de 206.080€. I els costos màxims per activitats vinculades amb la gestió del MUX eren 13.920€. En total, s'estimaven 220.000€ de costos anuals.

- 12/02/2008: La Xarxa Audiovisual Local (XAL) envia a la DGCSDA la sol·licitud de Centre Emissor (CE) Montcada fora demarcació com a CE addicional al CE Collserola.
- 19/06/2008: La DGCSDA notifica a la XAL l'aprovació provisional dels Plans Tècnics dels Centres Emissors de Collserola i Montcada. Aprovació condicionada a la inspecció tècnica de les instal·lacions.
- 01/10/2008: La DGCSDA notifica a la XAL que el reconeixement tècnic instal·lacions és favorable. Està en procés l'autorització posada en funcionament CE's Collserola i Montcada. S'avancen les característiques tècniques.
- 02/12/2009: La DGCSDA notifica a la XAL el requeriment d'un segon annex al Pla Tècnic modificat (CE Montcada). Falta respectar algunes característiques tècniques. Existeixen discordances de valors tant en guanys com en alçada màstil.
- 22/02/2010: La XAL envia el segon annex al PT modificat (CE Montcada). Falta respectar algunes característiques tècniques. Existeixen discordances de valors tant en guanys com en l'alçada del màstil.
- 23/03/2010: La DGCSDA notifica a la XAL el requeriment d'un tercer annex al PT modificat (CE Montcada) per canviar la disposició del sistema radiant.
- 02/06/2010: El Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació comunica a BTV que el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya, mitjançant sentència núm. 212 de 10 de març de 2010, ha declarat la nul·litat de l'acord de 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 televisió local i el règim jurídic d'aquestes. S'explica que s'ha presentat recurs de cassació davant el Tribunal Suprem.
- 13/12/2012: Escripura per la constitució d'una Societat Limitada i nomenament dels càrrecs de la Xarxa Audiovisual Local, entre ells el Conseller-Delegat Francesc Josep Pena Carbó.
- 21/05/2014: La Direcció General de Mitjans de Comunicació (DGMC) trameta a la XAL

còpia de les comunicacions de les posades en servei de les estacions de Barcelona (Collserola) i Montcada i Reixach.

Programa 2 (Televisió L'Hospitalet). Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat.

- 09/07/2004: L'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat envia a la DGCSDA la certificació de l'acord del Ple de l'Ajuntament que manifesta la voluntat de gestió i de compartir amb d'altres municipis un programa del canal múltiple de TDT-L.
- 08/05/2006: DGMSDA envia a l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat còpia de l'acord de Govern 4/04/2006 que atorga la concessió per a la prestació del servei de la TDT local als municipis inclosos en la demarcació territorial "Barcelona" establerta al PTN.
- 22/05/2006: La Direcció rep la sol·licitud de l'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat (concessionari del programa 2) per mantenir emissions analògiques.
- 08/09/2006: L'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat envia a la DGMSDA l'acord de l'Ajuntament del 26/07/2006 que aprova ampliar la gestió directa del servei públic de televisió local digital portada a terme per La Farga, Gestió d'Equipaments Municipals, SA

Programa 3. (Televisió Badalona). Societat Municipal Badalona Comunicació

- 07/07/2004: L'Ajuntament de Badalona envia a la SGMA un certificat expressant la voluntat de gestionar directament un programa del MUX de la seva demarcació. L'Ajuntament aprova la gestió directa per part de l'ajuntament d'un programa de televisió digital per ones terrestres, mitjançant la forma de gestió directa a través de la Societat Municipal Badalona Comunicació, S.A.
- 01/08/2005: L'Ajuntament de Badalona envia a la DGCSDA la ratificació de l'acord pel qual es va acordar la gestió directa del servei de televisió local.
- 08/05/2006: La Direcció General de Mitjans Audiovisuals rep la sol·licitud de l'ajuntament de Badalona (concessionari del programa 3) per mantenir emissions analògiques.
- 30/06/2006: El Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació de Catalunya (CTTI) envia informe a la DGCSDA relatiu a la petició de *simulcast* de l'ajuntament de Badalona (Programa 3).

Programa 4. Consorci de la Televisió local de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet

- 14/07/2006: Aprovació inicial de la constitució del Consorci de la Televisió Local de Sant

Adirà de Besòs i Santa Coloma de Gramenet, que estarà integrat pels ajuntaments dels dos municipis i pel Consell Comarcal del Barcelonès. La finalitat del consorci és la gestió del servei públic de televisió digital local.

- 14/10/2006: Aprovació definitiva de la constitució i els estatuts del Consorci de la Televisió Local de Sant Adirà de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet.
- 23/01/2008: Es comunica que l'adreça del consorci se situa a l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet, a falta de trobar un emplaçament definitiu.
- 17/07/2010: Petició de la DGCSDA per tal que el consorci comuniqui si té intencions d'iniciar les emissions de televisió digital local, després d'observar que no consta que hagin iniciat les emissions corresponents a la concessió atorgada. Se'ls recorda que les concessions que no hagin iniciat les seves emissions quedaran automàticament extingides, sis mesos després de l'entrada en vigor de la Llei General de al Comunicació Audiovisual (1 de maig de 2010).
- 24/01/2011: Adopció de l'acord de dissolució del Consorci de la Televisió Local de Sant Adirà de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet. S'acorda constituir una comissió liquidadora per garantir al complerta cancel·lació de les obligacions assumides pel Consorci. No s'exposen els motius de la dissolució.
- 04/07/2011: Comunicació del Ministeri d'Indústria per extingir l'afectació per l'ús privatiu del domini públic radioelèctric a nom del Consorci de la Televisió local de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet, tenint en compte que s'ha extingit la llicència de comunicació audiovisual de televisió digital local per la renúncia a la gestió del servei i la dissolució del propi consorci.

3.3.2.2. Expedient TDT TL01GI. Figueres

Programa1 (Canal 10 Empordà). Consorci de la TDT de l'Alt Empordà

NOTA: Aquest consorci està format per un sol Ajuntament, el de L'Escala.

- 04/4/2006: Aprovació en la sessió de la Comissió de govern de Política Institucional d'atorgar la concessió de la prestació de servei públic de televisió digital local corresponent al programa núm. 1, amb referència TL02GI, als ajuntaments de Figueres, Roses, Castelló d'Empúries, L'Escala i Vilafant.
- 16/09/2006: Document de l'Ajuntament de L'Escala a la DGCSDA sobre l'aprovació al ple de L'Escala de la voluntat de formar part i constituir el Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de l'Alt Empordà, juntament amb els

ajuntaments de les poblacions de Figueres, Roses, Vilafant, Castelló d'Empúries i L'Escala.

- 07/04/2008: Carta de l'Ajuntament de L'Escala a la Direcció General de Mitjans Audiovisuals sobre l'aprovació definitiva dels estatuts del Consorci de la Televisió digital Terrestre Local de l'Alt Empordà. Es comunica que l'Ajuntament de L'Escala havia liderat la tramitació relativa a la constitució del consorci pel fet de ser l'únic Ajuntament de la zona que va manifestar l'adhesió als estatuts regulador del Consorci. Es tracta d'un consorci format per un únic Ajuntament interessat.
- 16/01/2009: Manifestació de l'adhesió del consorci al projecte tècnic presentat al Ministeri de Telecomunicacions a Madrid pels tres canals privats (Empordà TV, Canal Nord i TV sense Fronteres) que comparteixen MUX de TDT local a l'Alt Empordà.

3.3.2.3. Expedient TL02B. Granollers

Programa 1 (Vallès Oriental Televisió). Consorci Teledigital Granollers

- 09/06/2004-16/06/2005: Els ajuntaments de (per aquest ordre) Cardedeu, Sant Celoni, l'Ametlla del Vallès, Llinars del Vallès, la Garriga, Granollers, Caldes de Montbui, la Roca del Vallès, Lliçà d'Amunt, Santa Eulàlia de Ronçana, Sant Pere de Vilamajor, Santa Maria de Palautordera, Les Franqueses del Vallès, Sant Feliu de Codines, Lliçà de Vall i Canovelles envien a la DGMSDA el certificat de ratificació de l'acord del Ple que expressa la voluntat de gestionar directament i de forma compartida un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital local.
- 17/07/2005: El Consell Comarcal del Vallès Oriental envia a la DGMSDA l'acord que manifesta la voluntat de disposar de dos programes de televisió digital local a la demarcació de Granollers Els motius que s'hi exposen són la "llarga i coneguda tradició pel que fa a l'existència de televisió local que, en l'àmbit municipal està liderat per les televisions de Granollers i Mollet del Vallès, amb una llarga trajectòria en fer televisió pública local". El document també reconeix la tasca desenvolupada per la Televisió de Cardedeu i la Televisió de Caldes, amb 25 i 15 anys d'existència respectivament.
- 05/09/2005: L'Ajuntament de Santa Eulàlia de Ronçana envia a la DGMSDA la comunicació del seu desacord amb l'agrupació de municipis proposada per als programes de TDT local municipal. El document expressa que Canal Set (Santa Eulàlia Televisió) és una televisió local que funciona des de l'any 1991, amb els objectius d'informar, educar i entretenir i, com a primordial, vincular una col·lectivitat. Per això,

ha desenvolupat un projecte pedagògic en conjunció amb l'escola de primària i secundària per aprendre a fer, a mirar i a entendre la televisió. També s'expressa que l'àmbit d'incidència de Canal Set és el dels municipis de Bigues i Riells, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall i l'Ametlla del Vallès i que aquest àmbit d'incidència coincideix en bona part als que constitueixen la Mancomunitat de la Vall del Tenes. Per aquests motius el consistori argumenta que "no es pot entendre l'esmentada proposta d'agrupament, que prescindeix d'aquest àmbit d'incidència efectiu (de cobertura televisiva), social i d'organització territorial".

- 01/10/2005 -11/10/2005: Els ajuntaments de Bigues i Riells i Sant Antoni de Vilamajor envien a la DGMSDA el certificat de ratificació de l'acord del Ple que expressa la voluntat de gestionar directament i de forma compartida un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital local.
- 29/05/2006: L'Ajuntament de Granollers envia a la DGMSDA l'acord del ple d'aprovació inicial del Consorci Teledigital Granollers i els seus estatuts.
- 19/09/2006: El Consorci Teledigital Granollers envia a la DGCSDA el certificat de la constitució del Ple i els càrrecs del consorci. Els ajuntaments que han acordat constituir el consorci són els de l'Ametlla del Vallès, Bigues i Riells, Caldes de Montbui, Canovelles, Cardedeu, la Garriga, Granollers, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, la Roca del Vallès, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Celoni, Sant Pere de Vilamajor, Santa Maria de Palautordera, Aiguafreda, Cànoves i Samalús.
- 14/02/2008: El Consorci Teledigital Granollers envia a la DGCSDA els estatuts, l'acta designació presidència, els ajuntaments membres (els indicats a l'acord de constitució del Consorci) i el domicili del Consorci. El document explica que el Consorci i els altres tres concessionaris del múltiple es troben en un complex procés de preparació i d'adaptació del projecte general per fer possible l'accés del consorci al calendari establert que situaria l'emissió per TDT durant el segon semestre de 2008. El Consorci Teledigital Granollers, com a canal públic del MUX amb tradició en televisió local, se sent responsable d'impulsar aquest canal. Per això sol·licita un avançament del calendari previst a través d'una prova pilot d'emissió de Granollers TV, que es portés a terme des d'una de les possibles ubicacions de les capçaleres que correspondran (Centre Emissor de Montcada), a l'espera de comptar en els pròxims mesos amb el projecte tècnic.
- 07/01/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers l'esborrany de resolució autorització de més d'un CE (Bigues-Riells, Granollers, Sant Fost de

Campsentelles, Vallromanes) al MUX TL02B-Granollers.

- 03/03/2009: El Consorci Teledigital Granollers envia a la DGCSDA la sol·licitud d'autorització del CE Montcada fora de demarcació.
- 11/03/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers la resolució d'autorització de més d'un Centre Emissor (Bigues-Riells, Granollers, Sant Fost de Campsentelles, Vallromanes) i denega el Centre Emissor Sant Celoni per estar situat fora de la demarcació.
- 06/04/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers l'esborrany de resolució d'autorització del CE Montcada fora de la demarcació. Es tracta d'una mesura excepcional per les següents raons: l'orientació de les antenes existents a la demarcació, la situació dels municipis a cobrir i la utilització de les infraestructures existents. Per tal de no causar un greuge comparatiu, la resolució estipula que caldrà implantar un diagrama de radiació de l'antena directiu que redueixi l'eventual desdoblament de les emissions cap a altres demarcacions.
- 11/06/2009: L'Ajuntament de Santa Maria de Palautordera comunica a la DGMSDA l'aprovació definitiva de l'expedient de separació del Consorci Teledigital Granollers.
- 29/06/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers la resolució d'autorització d'extensió de la zona de servei a la demarcació de Granollers (inclou Vilanova del Vallès a la zona de servei).
- 11/08/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers la resolució d'autorització del CE Montcada fora demarcació.
- 12/04/2010: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers l'aprovació provisional del Pla Tècnic del CE Montcada i Reixach. Està pendent la inspecció tècnica de les instal·lacions.
- 16/07/2010: L'Ajuntament de Sant Feliu de Codines envia a la DGCSDA la comunicació de no adhesió al Consorci Teledigital Granollers.
- 27/07/2010: L'Ajuntament de Santa Maria de Palautordera envia a la DGCSDA la confirmació de no adhesió al Consorci Teledigital de Granollers.
- 30/07/2010: El Consorci Teledigital Granollers envia a la DGCSDA un correu electrònic relatiu als problemes de cobertura de Vallès Oriental Televisió, i adjunta un estudi de cobertura. L'estudi explica que els tres canals que han quedat a la demarcació de Granollers (Vallès Visió i Canal Català Vallès, després que Localia renunciés a la llicència)

utilitzen com a CE principal el centre situat a Montcada, a banda del desplegament de diversos transmissors a punts com Sant Celoni, Bigues, Vallromanes i Tagamanent, que serveixen per estendre la cobertura televisiva dels canals inclosos dins el MUX. La majoria de domicilis del centre de la comarca tenen les antenes enfocades al Centre Emissor de Collserola (històricament, el CE de referència). Segons els ateneïstes, els ciutadans haurien de reorientar l'antena cap a Montcada o algun dels repetidors repartits per la zona. Però argumenten que aquesta mesura no sempre és possible i no garanteix la recepció dels canals de proximitat amb qualitat. A banda, pot significar la pèrdua d'altres canals. També destaquen que aquesta reorientació té un cost elevat i que segurament els particulars no estan disposat a fer-hi front per guanyar només una televisió comarcal.

- 09/08/2010: L'Ajuntament de les Franqueses del Vallès envia a la DGCSDA el certificat de la proposta d'acord que aprova deixar sense efecte l'adhesió al consorci i al seus estatuts del Consorci Teledigital Granollers.
- 10/08/2010: La DGCSDA envia al Consorci Teledigital Granollers còpia de l'esborrany de la proposta de resolució de modificació del canal múltiple 40 al canal múltiple 51.
- 22/10/2010: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Granollers l'autorització de la posada en funcionament de les instal·lacions del CE Montcada-Reixach.
- 15/12/2011: L'Ajuntament de Sant Antoni de Vilamajor envia a la DGMC el certificat de l'acord del Ple d'aprovació inicial de separació del Consorci Teledigital Granollers.
- 19/12/2011: Comunicat de premsa (no oficial) que explica que l'Ajuntament de l'Ametlla del Vallès vol separar-se del Consorci l'any 2012.
- 04/01/2012: L'Ajuntament de les Franqueses del Vallès envia al departament de Presidència un certificat de l'acord del Ple de nova adhesió al Consorci Teledigital Granollers (només n'ha quedat registrat en còpia).
- 05/02/2013: La DGMC notifica al Consorci Teledigital Granollers l'autorització de la posada en funcionament del CE Montcada-Reixach.
- 05/03/2013: La DGMC notifica al Consorci Teledigital Granollers l'aprovació provisional del Pla Tècnic CE Montcada-Reixach. Pendent d'inspecció tècnica instal·lacions.

Programa 2 (Vallès Visió). Consorci Teledigital Mollet

- 30/06/2004: Els ajuntaments de (per aquest ordre) Mollet del Vallès, Parets del Vallès, Vallromanes, la Llagosta, Vilanova del Vallès, Montmeló, Montornès, Sant Fost de

Campsentelles i Martorelles envien a la SGMA el certificat de l'acord del ple que expressa la voluntat de gestionar directament i de forma compartida un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital.

- 14/09/2006: El Consorci Teledigital Mollet envia a la DGMSDA l'acta de constitució i estatuts del Consorci. Els ajuntaments que formen part del Consorci són: Mollet del Vallès, Parets del Vallès, Montornès, la Llagosta, Montmeló, Sant Fost de Campsentelles, Martorelles, Vallromanes i Vilanova del Vallès (els mateixos que havien manifestat la voluntat de gestionar un programa, amb la incorporació de Vallromanes).
- 24/11/2006: El Consorci Teledigital Mollet envia a la SGMA la certificació del Ple del consorci d'adhesió de Montmeló al Consorci.
- 11/03/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Mollet la resolució d'autorització més d'un CE (Bigues-Riells, Granollers, Sant Fost de Campsentelles, Vallromanes) i la denegació CE Sant Celoni (fora de demarcació).
- 16/03/2009: El Consorci Teledigital Mollet envia a la DGMSDA la sol·licitud de planificació del municipi Vilanova del Vallès en la zona de servei del TL02B-Granollers.
- 19/03/2009: La DGCSDA envia al CAC la sol·licitud del Consorci Teledigital Mollet de planificació del municipi Vilanova del Vallès en la zona de servei del TL02B-Granollers.
- 29/06/2009: La DGCSDA notifica al Consorci Teledigital Mollet la resolució d'autorització de l'extensió de la zona de servei a la demarcació de Granollers (inclou Vilanova del Vallès a la zona de servei).
- 03/10/2011: Comunicat de premsa (no oficial) que informa que el Ple de l'Ajuntament de Vilanova del Vallès aprova separar-se del Consorci, amb efectivitat pel 31/12/2011.
- 04/12/2012: Comunicat de premsa (no oficial) que informa que el Ple de l'Ajuntament de la Llagosta aprova separar-se del Consorci.
- 11/12/2012: Comunicat de premsa (no oficial) que informa que l'Ajuntament de Sant Fost de Campsentelles decideix marxar del Consorci.

3.3.2.4. Expedient TDT TL06B. Mataró

Programa 1 (MaresmeDigital TV). Consorci Digital Mataró-Maresme

- 16/06/2004-08/06/2005: Els ajuntaments de (per aquest ordre) Montgat, Sant Andreu de Llavaneres, el Masnou, Argentona, Cabrera, Cabrils, Alella, Teià, Tiana, Mataró, Premià de Mar, Vilassar de Mar, Premià de Dalt i Vilassar de Dalt envien a la SGMA el

certificat de l'acord del Ple que expressa la voluntat de gestionar directament i de forma compartida un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital.

- 12/07/2005: El Consell Comarcal del Maresme envia a la DGMSDA la petició de dos canals públics TDT de la demarcació de Maresme.
- 06/07/2005: Amb anterioritat a l'acord que estableix que en quines demarcacions hi hauria dos programes públics en un canal múltiple, el Consell Comarcal del Maresme fa arribar una carta dirigida a la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals en què demanava dos canals públics per a la demarcació del Maresme de la TDT, després que la Comissió Delegada del Consell d'Alcaldes del Maresme per l'anàlisi d'un model públic de desenvolupament de la TDT ho decidís per unanimitat.
- 14/09/2006: En un moment en què ja s'han adjudicat els dos canals públics, el Consell Comarcal sol·licita l'ajornament del termini fixat per a presentar la documentació acreditativa de creació dels respectius consorcis que englobin les entitats que gestionaran, respectivament, cadascuna de les concessions a què s'ha fet referència. En la carta s'hi adjunten dos quadres expositius que es reproduïx a continuació (figura 46 i figura 47), per tal que quedi constància de l'estat del procediment de creació d'aquestes entitats consorciades.

Ajuntament	Acord creació Consoci	Data aprovació del Ple
Arenys de Munt	Sí	03/07/06
Canet de Mar	Sí	27/07/06
Calella	Sí	26/07/06
Tordera	Pendent	
Santa Susanna	Sí	05/09/06
Pineda de Mar	Pendent	
Sant Pol de Mar	Pendent	
Sant Cebrià de Vallalta	Pendent Adhesió	

Figura 46. Quadre procediment entitats consorciades Maresme Nord (2006). Elaboració pròpia a partir de la documentació consultada a la DGMC.

Ajuntament	Acord creació Consorci	Data d'aprovació al Ple
Premià de Mar	Sí	19/07/06
Argentona	Sí	19/07/06
Teià	Sí	13/07/06
Sant Andreu de Llavaneres	Sí	26/07/06
Alella	Sí	27/07/06
Vilassar de Dalt	Sí	27/07/06
Caldes d'Estrac	Sí	31/07/06
Sant Vicenç de Montalt	Sí	27/07/06
Mataró	Sí	07/07/06
Cabrera de Mar	Sí	25/07/06
Cabrils	Pendent	
Vilassar de Mar	Pendent	
Tiana	Sí	05/09/06
El Masnou	Sí	14/09/06

Figura 47. Quadre procediment entitats consorciades Maresme Sud (2006). Elaboració pròpia a partir de la documentació consultada a la DGMC.

- 23/10/2006: Acord d'aprovació inicial del Consorci Digital Mataró-Maresme, format pels ajuntaments de Mataró, Caldes d'Estrac, Cabrera de Mar, Cabrils, Tiana, el Masnou.
- 05/12/2006: Publicació dels Estatuts del Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Mataró (Consorci Digital Mataró-Maresme) al Butlletí Oficial de la Província de Barcelona.

L'objecte del Consorci és la gestió conjunta del canal públic de televisió digital local que correspon als ajuntaments de Mataró, Premià de Mar, el Masnou, Vilassar de Mar, Argentona, premià de Dalt, Alella, Montgat, Sant Andreu de Llavaneres, Vilassar de Dalt, Tiana, Teià, Cabrils, Sant Vicenç de Montalt, Cabrera de Mar i Caldes d'Estrac. També en forma part el Consell Comarcal del Maresme. Els estatuts estableixen que el canal és un mitjà audiovisual de comunicació de servei públic. El Consorci està format pels ajuntaments de Mataró, Caldes d'Estrac, Cabrera de Mar, Cabrils, Tiana, el Masnou, Premià de Mar, Argentona, Teià, Sant Andreu de Llavaneres, Alella, Vilassar de Dalt, Sant Vicenç de Montalt i Premià de Dalt.

- 12/12/2006: Constitució oficial del Consorci, segons una carta del director-gerent del consoci, Jordi Marín, feta arribar a la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals, amb data 22 de gener de 2007.

- 5/12/2007: Es posa en coneixement de la Generalitat que des de l'11 de setembre de 2007 s'emet en prova pilot, i que al gener de 2008 es començarà a emetre amb una graella completa. També es demana posar remei al problema de Caldes d'Estrac, ja que el canal 24 assignat a la demarcació està ocupat per TV3 a la població i, per tant, no es pot veure el canal públic de proximitat.
- 22/01/2008: Document de la Societat per a la gestió de la Televisió Digital Terrestre a Catalunya, en el qual s'explica que la tramitació de l'expedient administratiu per a la posada en marxa de les emissions del MUX de la demarcació de Mataró es troba en situació de bloqueig atesa la denegació del Centre Emissor de Collserola com a CE principal. I es comunica que no sembla possible que a la data de l'encesa sincrònica la problemàtica estigui desencallada. Per això, els dos concessionaris públics del Maresme proposen presentar un projecte tècnic complementari, que permeti tramitar la posada en marxa dels centres Cabriels, Mataró, Argentona, Sant Andreu de Llavaneres, Calella, Arenys de Munt, Tordera, Sant Pol, Alella, Tiana, Teià, Montgat, Sant Andreu de Llavaneres i Caldes d'Estrac.
- 04/03/2008: El Consorci Digital Mataró-Maresme, amb acord amb els altres cotitulars de la concessió administrativa MUX canal 24 TL06B (Consorti Teledigital Maresme Nord, Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró i la UTE Canal Català Maresme) sol·liciten l'arbitri de la Generalitat de Catalunya per l'existència d'un conflicte amb el titular UTE Canal Català Maresme per la impossibilitat de l'adopció d'acords, fet que no fa viable la recerca de solucions a les dificultats tècniques constatades per al desplegament del senyal i el perill d'incompliment dels terminis d'emissió que estableix la llei. També s'adjunta documentació que acredita la impossibilitat de celebrar reunions amb la UTE CCM (correus electrònics i cartes).
- 18/06/2008: S'envia a la Generalitat de Catalunya l'acord adoptat en la sessió plenària del 4 de juny de 2008, referent a l'aprovació d'un protocol de col·laboració entre el Consorci Digital Mataró-Maresme i el Consorci Tel digital Maresme Nord per a l'impuls de la TDT pública del Maresme. Els principis de l'acord són l'autonomia (segons la qual cadascun del dos consorcis manté la seva estructura de govern), cooperació (compartir els bases de la gestió centrada en el deure dels dos mitjans audiovisuals, que són la informació i comunicació de qualitat, la innovació tecnològica, oferir serveis multiplataforma i fomentar les xarxes de col·laboració), així com eficàcia i eficiència (per estalviar costos i recursos). D'aquesta manera, els consorcis es comprometen a aportar coneixements i experiències en la gestió d'un canal multiplataforma, i a posar a

disposició de l'altre els recursos i els mitjans tecnològics.

- 25/07/2008: Document que notifica l'aprovació del Pla de Desplegament del Senyal per a la recepció del Canal Múltiple 24 TL06B per als municipis integrants del Consorci Digital Mataró-Maresme. Es deixa constància que la UTE Canal Català Maresme no s'adhereix al pla i no participa en el pagament de les despeses que se'n deriven.
- 22/03/2010: S'informa que Maresmedigital és gestionat pels dos consorcis públics del MUX, el Consorci Digital Mataró-Maresme i el Consorci Teledigital Maresme Nord. També s'hi afegirà el privat Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró
- 08/07/2010: L'Ajuntament de Montgat envia a la Direcció General la comunicació de confirmació de la seva no adhesió al Consorci Digital Mataró-Maresme.
- 17/05/2011: Carta del Consorci a la Direcció General de Mitjans Audiovisuals en què s'exposa la situació de perjudici econòmics que està generant la baixa de Televisió de Mataró com a concessionari privat, de manera que actualment cada concessionari actiu ha d'abonar un 33% del preu de difusió però tenint dret només a un 25% de participació del múltiple. Entenen que els concessionaris estan obligats a abonar una part del servei que no poden gaudir, i demanen la col·laboració de la Generalitat per trobar una manera d'organitzar el canal múltiple o d'accelerar l'atorgament del programa restant.
- 17/05/2011: El Consorci Digital Mataró-Maresme envia una carta a la Direcció General de Mitjans Audiovisuals per donar més informació sobre el problema plantejat amb la UTE Canal Català Maresme. Explica que els senyals del múltiple s'emeten principalment des del CE Cabriels-Montcabrer, però que aquest proporciona un índex de cobertura a la comarca insuficient. Per això es fa indispensable comptar amb altres Centres Emissors de manera complementària i va ser necessari sol·licitar el permís de multicentre (amb la posada en funcionament del CE de l'estació COPE-Badalona). El text exposa que es pretenia complir amb la missió de servei públic del Consorci i els principis bàsics de la seva presentació de servei de TDT local pública a la comarca, però la petició va ser denegada perquè no estava signada per tots els integrants del MUX (hi faltava la UTE). Per això exposen la voluntat d'arribar a una entesa de totes es parts implicades.

Programa 2 (MaresmeDigital TV2). Consorci Teledigital Maresme Nord

- 04/04/2006: Aprovació en la sessió de la Comissió de Govern de Política Institucional atorgar la concessió de la prestació de servei públic de televisió digital local corresponent al programa núm. 1, amb referència TL06B als ajuntaments de Mataró, Premià de Mar, el Masnou, Vilassar de Mar, Argentona, Premià e Dalt, Alella, Montgat,

ant Andreu de Llavaneres, Vilassar de Dalt, Tiana, Teià, Cabrils, Sant Vicenç de Montalt i Cabrera de Mar; i al programa núm. 2, amb referència TL06B, als ajuntaments de Pineda de Mar, Malgrat de mar, Calella, Arenys de Mar, Canet de Mar, Tordera, Arenys de Munt, Palafolls i Sant Pol de Mar.

- 15/05/2006: Informe del Consell Comarcal del Maresme, com a coordinador de MUX Maresme, sobre la possibilitat d'arribar a acords amb els diferents operadors.
- 8/06/2007: Tramesa de l'acta de constitució i estatuts del Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Maresme Nord. El Consorci Teledigital Maresme Nord es va constituir en data 17 d'abril de 2007 pels municipis de Calella, Arenys de Munt, Tordera i Canet de Mar i el Consell Comarcal del Maresme. Els ajuntaments de Pineda de Mar, Palafolls, Santa Susanna i Sant Cebrià de Vallalta es van adherir al Consorci el 4 de febrer de 2009 (en el Ple de Consorci).
- 2008: Recull de diverses notes de premsa (no oficials), per les quals es notifica que Maresmedigital TV2 (m2tv) serà el canal de televisió del Consorci. S'explica que s'estan preparant els estudis de televisió i l'equip està col·laborant en produccions que s'emeten pel programa numero 1. El Ple del Consorci també va aprovar la subscripció d'un Contracte-programa amb l'empresa Ràdio Calella Televisió, com a societat gestora, per tal que s'encarregui de produir els continguts de Maresme Digital a l'Alt Maresme després de la desaparició de Calella Televisió. Es deixa constància que els municipis que no pertanyen a cap dels dos consorcis estan en negociacions per integrar-s'hi: Premià de Mar i Vilassar de Mar estan en negociacions al Baix Maresme, i Arenys de Mar a l'Alt Maresme. A Malgrat de Mar només falta l'aprovació de l'adhesió al Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Maresme Nord, i a Sant Iscle de Vallalta han mostrat la voluntat d'incorporar-se. Els textos expliquen que només faltaria la implicació de Sant Pol de Mar.
- 11/11/2011: Informació apareguda als mitjans de comunicació (no oficial) en què s'informa de la renúncia del canal m2tv per "inassumible" amb l'inici, el mateix mes, del procés de dissolució. Una comissió liquidadora va establir els mecanismes amb els quals cada municipi havia d'eixugar el deute acumulat, que els ajuntaments s'havien compromès a satisfer. El mes de novembre de 2011 alguns dels municipis que formaven part del projecte s'havien retirat, i només quedaven Calella, Arenys de Munt, Tordera, Canet de Mar i el Consell Comarcal del Maresme (tot i que Tordera ja havia manifestat la voluntat de retirada perquè el senyal no arribava al municipi).

- 30/11/2011: Notificació oficial a la Generalitat de Catalunya de l'aprovació, en el Ple del Consorci Teledigital Maresme Nord en sessió extraordinària celebrada el 23 de novembre de 2011, per unanimitat, de l'acord per aprovar la dissolució inicial del Consorci per mutu acord dels consorciats i per la impossibilitat de continuar-ne el funcionament. La justificació de la dissolució és que el Ple anterior havia avaluat la situació econòmica del consorci com a crítica. Es determina com a data de fi d'emissió i cessament d'activitat el 29 de febrer de 2012.
- 25/09/2012: Sol·licitud de baixa de l'expedient de reserva del domini públic radioelèctric al Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme.

3.3.2.5. Expedient TDT TL12B Sabadell

Programa 1. Consorci Teledigital Sabadell

- 01/08/2005: L'Ajuntament de Sabadell envia a la DGMSDA la comunicació de la voluntat de diversos ajuntaments de la demarcació de Sabadell de constituir un consorci per a la gestió conjunta del programa de TDT local. Els ajuntaments que han acordat la gestió directa als corresponents plens municipals són: Sabadell, Polinyà, Ripollet, Badia del Vallès, Sentmenat, Palau-Solità de Plegamans, Barberà del Vallès, Montcada i Reixac.
- 23/08/2005: L'Ajuntament de Castellar del Vallès envia a la DGMSDA la petició d'allargar el termini per poder trametre comentaris relatius a l'agrupació de municipis. Expressa que la corporació municipal encara no ha tingut la disponibilitat d'iniciar les converses i contactes entre els diversos ajuntaments de la comarca per tal de valorar tots aquells aspectes que poden implicar la gestió mancomunada d'un mitjà de comunicació.
- 15/09/2005: La DGMSDA envia a l'Ajuntament de Castellar del Vallès informació respecte al reagrupament de municipis en els programes del canal múltiple per a la gestió de televisió de proximitat de la demarcació de Sabadell. Se'n reproduïx una taula (figura 48).

Canal de programació	Municipis inicialment planificats	Municipis de més de 2.000 habitants o amb autorització	Municipis de més de 1.000 habitants
Número 1	Badia del Vallès Barberà del Vallès Castellar del Vallès Palau-solità i Plegamans Polinyà Sentmenat		
Número 2	Matadepera Terrassa Viladecavalls	Vacarisses Sant Llorenç Savall	Ullastrell
Número 3	Rubí Sant Cugat del Vallès Cerdanyola del Vallès Ripollet Montcada i Reixac Santa Perpètua de Mogoda Sant Quirze del Vallès Castellbisbal		

Figura 48. Taula sobre el reagrupant de municipis per a la gestió dels canals TDT-L a la demarcació de Sabadell. Elaboració pròpia a partir de la documentació consultada al DGMC.

- 09/05/2006: La DGMSDA envia als 8 ajuntaments que ho van sol·licitar, còpia de l'acord de govern del 4 d'abril de 2006 que atorga la concessió per a la prestació del servei de la TDT local als municipis inclosos en la demarcació territorial Sabadell establerta al PTN.
- 14/09/2006: L'Ajuntament de Sabadell envia a la DGMSDA còpia dels acords plenaris d'aprovació inicial de creació del Consorci dels ajuntaments de Sabadell, Palau-Solità i Plegamans, Sentmenat, Polinyà i Badia del Vallès.
- 26/07/2006: Aprovació estatuts del Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Sabadell (Consorci Teledigital Sabadell). El formen els ajuntaments de Sabadell, Barberà del Vallès, Badia del Vallès, Palau-solità i Plegamans, Sentmenat i Polinyà.
- 16/11/2006: L'Ajuntament de Castellar del Vallès envia a la SGMA la sol·licitud de pròrroga per comunicar la forma de gestió del programa que té assignat. Encara no forma part del Consorci. El consistori vallesà expressa que el fet de no formar part del Consorci no respon a una manca d'interès per gestionar aquest servei, sinó als dubtes que té l'Ajuntament i que, segons s'afirma a la carta, no han estat resolts per l'Ajuntament de Sabadell.
- 27/01/2007: Enviament dels estatuts definitius del consorci i edicte de l'Ajuntament de Sabadell (en nom de tots els ajuntaments consorciats), publicat al BOP de Barcelona, d'aprovació definitiva de la constitució del Consorci i dels seus estatuts. Finalment, els

ajuntaments integrants són: Sabadell, Barberà del Vallès, Badia del Vallès, Palau-solità i Plegamans, Sentmenat i Polinyà.

- 6/10/2010: L'Ajuntament de Sabadell envia a la Direcció General la comunicació de la propera constitució del Consorci i expressa la impossibilitat actual d'iniciar emissions per qüestions econòmiques.

En la comunicació s'explica que el consorci està pendent que un dels integrants nomeni el seu representant, després que els altres cinc ja ho hagin fet. L'Ajuntament de Sabadell té interès que es creï el Consorci perquè, entre d'altres qüestions, aquest assumeixi el cost del múltiplex que actualment depèn íntegrament de l'Ajuntament de Sabadell. Manifesten que l'eventual inici de les emissions no es contempla a curt o mitjà termini donades les necessitats d'austeritat econòmica dels ajuntaments, però no descarten engegar el canal més endavant (avalats pel fet que segueixen assumint el cost del transport del senyal), per la qual cosa demanen que els mantinguin la concessió.

Programa 2 (Canal Terrassa-Vallès). Consorci per a la gestió de la TDL Pública Terrassa - Vallès Oest

- 02/09/2005: L'Ajuntament de Terrassa envia a la DGMSDA la sol·licitud d'ampliació del termini per presentar la documentació requerida de televisió digital local. La carta reitera la voluntat de gestionar un canal de programació adreçat a la ciutat de Terrassa (canal número 2) i explica que en els últims mesos han estat mantenint converses amb gairebé tots els municipis de la proposta de canal número 3 per tal de buscar la fórmula idònia de col·laborar amb l'objectiu d'optimitzar recursos.
- 15/06/2007: L'Ajuntament de Terrassa envia a la DGMSDA la sol·licitud d'ampliació del termini per presentar la documentació requerida de TDT local, en una àrea integrada pels ajuntaments de Terrassa, Matadepera i Viladecavalls.
- 27/10/2007: Conveni per a la gestió del canal de la televisió digital local pública de la demarcació Terrassa-Vallès Oest entre els ajuntaments de Terrassa, Matadepera i Viladecavalls (document inexistent en el cas d'altres consorcis). Els municipis promotors van acordar un model de televisió de caràcter bàsicament informatiu i de servei públic, molt estretament vinculat a la titularitat municipal del canal. El Consorci plantejava la possibilitat d'arribar a acords amb entitats productores de programes dins del marc de la legislació vigent i del model de televisió que es determina. El text explicava que la recerca d'audiència necessària, així com els ingressos publicitaris corresponents, es farien en el marc del caràcter del servei públic del canal.

La televisió de proximitat es volia crear buscant activament la interactivitat, complementarietat i coordinació amb els altres mitjans de comunicació públics dels municipis consorciats. Es pretenia adaptar la programació del nou canal a la diversitat territorial de l'àmbit del Consorci, de manera que els espais informatius incloguessin informacions de tots els municipis membres, segons criteris periodístics i de respecte al model de televisió de proximitat. L'Ajuntament de Terrassa i Matadepera havien d'aportar al Consorci el mateix import que van aportar l'any anterior (2006) a les respectives televisions locals, i Viladecavalls hi aportaria una quantitat en funció del seu pla de comunicació.

- 22/06/2007: El Consorci per a la gestió de la TDL pública Terrassa-Vallès Oest envia a la DGCSDA l'acta de constitució, nomenament de càrrecs i estatuts, aprovats el 26 de febrer del 2007.
- 08/05/2008: La Societat Municipal de Comunicació de Terrassa envia a la DGCSDA la comunicació d'interferències al Canal Terrassa TV.
- 27/04/2009: Acord del CAC que adverteix a l'Ajuntament de Viladecavalls que ha de sol·licitar i acreditar la necessitat d'encarregar la difusió de continguts a un prestador de serveis de televisió de gestió privada. Segons el contracte de publicitat entre l'Ajuntament de Viladecavalls i Canal Català Vallès, l'emissora es comprometia a l'emissió d'un determinat número de programes com ara "Fil Directe amb l'Alcalde", que comportaven la participació d'un representant de l'Ajuntament per tractar temes d'interès per als espectadors, i el programa setmanal "Ajuntaments", que cobria l'actualitat municipal. S'adverteix l'Ajuntament que en cas de voler encarregar un programa a un prestador de serveis de televisió de gestió privada cal fer una sol·licitud al CAC per acreditar-ne els motius tècnics, econòmics, demogràfics i d'altra naturalesa⁵¹.

Programa 3. Consorci per a la gestió de la TDL Pública de la demarcació del Vallès Sud

- 12/09/2005: L'Ajuntament de Rubí envia a la DGMSDA la sol·licitud d'ampliació del termini de presentació d'al·legacions. El motiu és que l'Ajuntament encara està mantenint converses amb els altres consistoris, abans de prendre una decisió.
- 04/10/2005: L'Ajuntament de Cerdanyola del Vallès envia a la DGMSDA la comunicació de reunió dels vuit alcaldes del MUX de la demarcació, per tal de confirmar la voluntat

⁵¹ Aquest fet demostra que Viladecavalls estava finançant, de manera indirecta, un canal privat.

de de gestionar de forma compartida el programa corresponent del MUX.

- 30/11/2006: L'Ajuntament de Sant Cugat del Vallès envia a la SGMA els certificats dels acords d'aprovació inicial de constitució i estatuts del Consorci per a la gestió de la TDL pública de la demarcació del Vallès Sud.
- 09/05/2007: L'Ajuntament de Sant Cugat del Vallès envia a la DGCSDA el certificat de l'aprovació definitiva i nomenament de càrrecs del Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la demarcació del Vallès Sud, i els estatuts del consorci publicats al BOP. Els ajuntaments de Rubí, Sant Cugat del Vallès, Cerdanyola del Vallès, Ripollet, Montcada i Reixac, Santa Perpètua de Mogoda, Sant Quirze del Vallès i Castellbisbal han creat el Consorci per la gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació Sud del Vallès Occidental.

3.3.2.6. Expedient TDT TL02T. Tarragona

Programa 1 (TAC12). Consorci per a la Gestió de la TDT del Camp de Tarragona (TACOALT)

- 14/07/2014-23/03/2006: Els ajuntaments de (per aquest ordre) Salou, Torredembarra, Constantí, Tarragona, Montblanc, Valls, Vila-seca i Rodonyà envien a la SGMA el certificat de l'acord que expressa la voluntat de gestionar un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital.
- 12/06/2008: Acta de constitució i nomenament de càrrecs del Consorci per a la Gestió de la TDT del Camp de Tarragona (TACOALT). Document signat per representants dels municipis de Salou, Torredembarra, Constantí, Tarragona, Montblanc, Valls i Vila-seca (no hi consta l'Ajuntament de Rodonyà).
- 01/07/2008: Estatut del Consorci TACOALT, format pels ajuntaments de Salou, Torredembarra, Constantí, Tarragona, Montblanc, Valls, Vila-seca i Rodonyà.
- 17/03/2009: El consorci TACOALT envia a la DGCSDA la sol·licitud del CE de Montblanc-Valls com a centre addicional al CE La Mussara.
- 29/06/2010: La DGCSDA notifica al Consorci per a la Gestió de la TDT del Camp de Tarragona la comunicació de l'autorització de la posada en funcionament del CE Montblanc-Valls i l'inici de les emissions.
- 17/11/2011: Informació premsa (no oficial) en què s'informa que el Consorci per a la Gestió de la TDT del Camp de Tarragona (TL02T-Tarragona, TAC12) assumeix la direcció i coordinació del TDCAMP- Consorci de la TDL Pública del Camp (TL01T- Reus). Es tracta d'un acord entre els dos canals, per a optimitzar recursos.

3.3.2.7. Expedient TDT TL09B. Vilanova i la Geltrú.

Programa 1 (Canal Blau). Consorci Teledigital Garraf

- 30/06/2004-30/11/2005: Els ajuntaments (per aquest ordre) de Sitges, Cubelles, Vilanova i la Geltrú, Canyelles, Sant Pere de Ribes i Olivella envien a la SGMA el certificat de l'acord dels plens que expressen la voluntat de gestionar directament i de forma compartida un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital.
- 22/2/2007: El Consorci Teledigital Garraf envia a la DGCSDA l'acta de constitució formal del Ple del Consorci, nomenament de càrrecs i estatuts, integrat pels ajuntaments de Vilanova i la Geltrú, Sitges, Cubelles, Canyelles i Olivella.
- 15/04/2008: El Consorci Teledigital Garraf envia a la DGCSDA l'aprovació del Reglament d'Organització i Funcionament, l'adhesió de l'Ajuntament de Sant Pere de Ribes i el Contracte-programa per a la prestació de servei audiovisual amb la societat gestora ICVSAM (Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú, SAM).
- 13/03/2009: El Consorci Teledigital Garraf envia a la DGCSDA la sol·licitud d'autorització de més d'un CE (Sant Pere de Ribes i el Vendrell).
- 17/03/2009: Notificació al Consorci Teledigital Garraf aprovació provisional del PT del CE Sant Pere de Ribes.
- 04/05/2009: Notificació al Consorci Teledigital Garraf de la resolució de l'autorització de més d'un CE (Sant Pere de Ribes i el Vendrell).
- 11/05/2009: Notificació al Consorci Teledigital Garraf del requeriment d'un annex al PT del CE El Vendrell, ja que falta autorització de seguretat aèria de l'Agència Estatal de la Seguretat Aèria.
- 01/07/2009: Notificació al Consorci Teledigital Garraf de l'aprovació provisional de la modificació Pla Tècnic. Pendent d'inspecció tècnica de les instal·lacions.
- 26/02/2010: Notificació al Consorci Teledigital Garraf de l'autorització de la posada en servei del CE Sant Pere de Ribes.
- 28/02/2011: Notificació al Consorci Teledigital Garraf de l'autorització de la posada en servei del CE El Vendrell.

Programa 2 (Penedès TV). Consorci per a la gestió de la TDL Pública del Penedès

- 22/06/2004: L'Ajuntament de Cunit envia a la SGMA la comunicació de no adhesió a la gestió d'un programa del canal múltiple corresponent de TVDL.

- 25/06/2004-01/01/2006: Els ajuntaments (per aquest ordre) de Vilafranca del Penedès, Sant Sadurní d'Anoia, Calafell, Santa Margarida i els Monjos, el Vendrell, la Granada i Gelida envien a la SGMA el certificat de l'acord dels plens que expressen la voluntat de gestionar directament i de forma compartida un programa del canal múltiple corresponent de televisió digital local.
- 31/10/2006: L'Ajuntament de la Granada envia a la SGMA el certificat de l'acord del Ple d'aprovació inicial de la constitució del Consorci Penedès TV i dels seus estatuts.

El document explica que l'adhesió del municipi es duia a terme de manera provisional per a poder mantenir TV la Granada. Aquesta adhesió tan sols duraria fins al 2008, quan ja entraria en funcionament la TDT. El text explica que en aquell moment seria difícil que la Granada pogués continuar com a adherida en motiu dels elevats costos. Exposaven que el Consorci estaria dominat per Vilafranca del Penedès i El Vendrell, i que la Granada hi representaria un 1%. Tot i que consideraven difícil que el consistori es pogués mantenir al Consorci, argumentaven que, de moment, l'adhesió era l'única fórmula per continuar, a l'espera de noves fórmules possibles.

- 28/09/2007: El Consorci Penedès TV envia a la Direcció General còpia de l'acta de constitució formal del ple, nomenament de càrrecs i estatuts del Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès (Penedès TV), constituït el 14/19/2007. Formen el consorci els ajuntaments de Vilafranca del Penedès, Gelida, Santa Margarida i els Monjos i la Granada.
- 27/09/2010: L'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia envia a la Direcció General l'acord de la Junta de Govern d'aprovació d'adhesió al Consorci Penedès TV. Faltaria l'acord del Ple (document amb data de 20/09/2010)
- 20/10/2010: L'Ajuntament del Vendrell envia a la DGCSDA l'acord de l'aprovació definitiva d'adhesió al Consorci Penedès TV i els seus estatuts (aprovació inicial 24/02/2010).

En aquest MUX també hi consta el programa del Canal 3de8. Aquest programa correspon a un privat, tot i que l'Ajuntament d'El Vendrell li compra hores d'emissió per a poder retransmetre la programació local com a prestador públic. El govern no disposa, oficialment, d'aquesta informació, si bé el Consell de l'Audiovisual de Catalunya sí que en té constància.

3.3.3. Consideracions de l'evolució dels expedients

3.3.3.1. Els consorcis que han tingut continuïtat

A la demarcació de Granollers, 16 ajuntaments que van acordar constituir el consorci el 2006 (l'Ametlla del Vallès, Bigues i Riells, Caldes de Montbui, Canovelles, Cardedeu, la Garriga, Granollers, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, la Roca del Vallès, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Celoni, Sant Pere de Vilamajor, Santa Maria de Palautordera, Aiguafreda, Cànoves i Samalús). Hi ha municipis que havien manifestat la voluntat de sumar-se al Consorci inicialment el 2005, que el 2010 van exposar que finalment no s'hi adherien. És el cas de Sant Feliu de Codines i de Santa Maria de Palautordera. El 2009, l'Ajuntament de Santa Maria de Palautordera; el 2011, l'Ajuntament de Sant Antoni de Vilamajor; i el 2012, l'Ametlla del Vallès, volien separar-se del Consorci. Per contra, les Franqueses del Vallès s'hi va adherir el 2012.

Al Consorci Teledigital Mollet, tots els municipis que van manifestar la voluntat d'integrar-se al consorci ho van acabar fent. Aquestes poblacions eren Mollet del Vallès, Parets del Vallès, Montornès, la Llagosta, Montmeló, Sant Fost de Campsentelles, Martorelles, Vallromanes i Vilanova del Vallès. Entre el 2011 i el 2012, els municipis de Vilanova del Vallès, la Llagosta i Sant Fost de Campsentelles van decidir marxar-ne.

Al Maresme, el 2006 es va formar el Consorci Digital Mataró-Maresme per part dels ajuntaments de Mataró, Caldes d'Estrac, Cabrera de Mar, Cabrils, Tiana i el Masnou. El 2010, l'Ajuntament de Montgat va comunicar la no adhesió al Consorci, tot que el 2004 havia manifestat la voluntat d'integrar-s'hi. Pel que fa al segon Consorci de la demarcació, el Consorci Teledigital Maresme Nord es va constituir el 2007 per part dels municipis de Calella, Arenys de Munt, Tordera i Canet de Mar, i el Consell Comarcal del Maresme. Els ajuntaments de Pineda de Mar, Palafolls, Santa Susanna i Sant Cebrià de Vallalta s'hi van adherir el 2009. Malgrat que hi havia municipis que estaven en negociacions per sumar-se al projecte, d'altres en van sortir, i el 2011, quan tan sols n'hi quedaven quatre (un dels quals també volia sortir), es va informar de la renúncia del canal m2tv per "inassumible".

En aquesta demarcació, Mataró i Calella lideraven els dos canals de TDT pública al Maresme. Inicialment els dos consorcis estaven formats per un elevat nombre d'ajuntaments, que van abandonant el projecte. Pel que fa al Maresme Nord, Calella i Arenys de Munt (poblacions que comptaven amb projectes de televisió local analògica) es van mantenir al projecte fins a l'últim moment. Per tant, aquests dos municipis que van liderar el canal m2tv són els que més van lluitar per la seva viabilitat. Després de quedar-se pràcticament sols en el projecte, tots dos municipis van impulsar canals locals per Internet.

En el cas de Terrassa, és aquesta ciutat la que va liderar el canal de TDT-L. Els documents oficials del govern recullen que era aquesta població la que manifestava la voluntat de disposar d'un canal i de gestionar-lo. L'Ajuntament de Viladecavalls es va integrar al Consorci, però amb una participació passiva. Qui es va fer càrrec dels costos econòmics del canal era l'Ajuntament de Terrassa (això també repercuteix en els temàtiques que cobreix el canal, centrades bàsicament en la ciutat egarenca). El consistori de Viladecavalls encarregava la difusió de continguts a un prestador de serveis de televisió de gestió privada, en lloc de participar activament al Consorci. Aquest prestador privat exercia algunes funcions comunicatives locals que podria desenvolupar un canal públic. L'Ajuntament tenia dubtes a l'hora d'integrar-se al projecte de manera activa, i finalment ha estat un dels pioners en engegar un canal de televisió per Internet.

Pel que fa a la demarcació de Tarragona, els vuit municipis que havien manifestat la voluntat de gestionar un canal anys enrere van crear el consorci el 2008. El Consorci Teledigital Garraf va ser constituït el 2007 per cinc ajuntaments dels sis que havien manifestat aquesta voluntat. Tot i que no consta de manera oficial, Sitges –que tenia tradició de televisió local- i Olivella van marxar del projecte⁵². La sortida de Sitges va afectar especialment el projecte, fet en el qual s'aprofundirà en el Capítol 4 de la tesi doctoral.

El Consorci per a la Gestió de la TDL Pública del Penedès, liderat per Vilafranca del Penedès, va ser constituït el 2007 per cinc ajuntaments. El 2010 s'hi van afegir dos municipis més, entre ells El Vendrell, amb tradició de televisió local. Les dificultats de dos capitals de comarca per a posar-se d'acord a l'hora de gestionar un mateix canal de televisió, també seran explicades amb més detall en el Capítol 4.

L'Escala conforma un cas únic, ja que va constituir un Consorci en solitari donat que els altres ajuntaments no es van sumar als projectes. De fet, és l'únic municipi de la demarcació que consta que tingués intenció de gestionar el canal, segons la documentació oficial.

3.3.3.2. Els consorcis que no han tingut continuïtat

Els documents oficials recullen que els municipis que van formar part dels consorcis que no han tirat endavant, havien manifestat la voluntat de gestionar de manera conjunta un canal de televisió. Les raons de la no-continuació dels projectes recollides als documents consultats, són

⁵² <http://www.eixdiari.cat/cultura/doc/38227/sitges-es-desmarca-del-consorci-de-la-tdt-garraf.html> [darrera consulta: 20/04/2016].

bàsicament econòmiques. En el cas de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramanet, i del Maresme Nord, el Consorci es va dissoldre i es va alliberar la freqüència, mentre que en el cas de Sabadell, es va fer la petició de conservar la llicència per a eventuais emissions futures.

Els consorcis de les demarcacions analitzades que no han tirat endavant són:

- El Consorci de la Televisió local de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramanet, que es va constituir el 2006 però que es va dissoldre el 2011 sense posar en marxa el canal de televisió.
- El Consorci Teledigital Maresme Nord, que es va constituir el 2007, format per quatre municipis que es van ampliar a vuit en els mesos següents, i que es va dissoldre el 2011.
- El Consorci Teledigital Sabadell, que es va formar el 2006 per part de sis municipis però que no va arribar a emetre contingut per motius econòmics.
- El Consorci per a la Gestió de la TDL Pública de la Demarcació del Vallès Sud, que es va constituir el 2006 per part de vuit municipis però que es va dissoldre el 2016, sense haver posat en marxa el canal de televisió.

Prenent el cas del Vallès Sud, malgrat que hi havia negociacions i reunions entre els municipis, aquest canal no es va arribar a posar en marxa. Després de converses mantingudes amb fonts personals de municipis integrats al projecte⁵³, hi ha una combinació de factors que expliquen que el projecte no tirés endavant. Es tractava d'una agrupació de diversos ajuntaments, governats per diferents partits polítics. Els municipis volien tenir un canal local, però el repartiment de la TDT feia que municipis entre els quals hi havia poca relació s'haguessin d'entendre. En aquesta zona del Vallès Occidental consideren que el model els hi venia imposat. El Consorci es veia com un element difícil, que requeria molta burocràcia.

Es considerava que l'impuls del canal era molt costós econòmicament, en un moment d'irrupció de la crisi econòmica. En les converses inicials, un element de discrepància era l'elecció de la seu, ja que es volia situar en territori neutral per part de tots els municipis. El Consorci va arribar a plantejar-se com organitzar la programació i els informatius. Els municipis veien que el projecte tindria un impacte molt gran en el pressupost municipal i que la repercussió de la informació local al canal seria baixa, tenint en compte que els correspondria tan sols una quota del temps

⁵³ La investigadora ha mantingut una conversa telefònica amb Joan Miquel Fernández, director accidental de Cugat.cat, i amb Eva Vinuesa, de l'àrea de comunicació de l'Ajuntament de Sant Quirze del Vallès, el 15/04/2016.

d'emissió. Per això van considerar que no era sostenible econòmicament⁵⁴.

Tots aquests motius expliquen que el projecte quedés en un punt mort, i que els consistoris optessin per enfortir els mitjans locals que tenia cada municipi. A Sant Quirze del Vallès, per exemple, van potenciar la ràdio municipal i el butlletí mensual, però també van apostar per augmentar la presència on-line. Per això, van optar per penjar més contingut al web municipal, al web de la ràdio i utilitzar de manera activa les xares socials. Sant Cugat és una població pionera en l'impuls d'un mitjà públic multimèdia que emet continguts *transmèdia*. El 2008 va sortir a la llum el portal Cugat.cat, un diari on-line que incorpora vídeos i àudios. El 2009 es va inaugurar Cugat tv, com a televisió pública per Internet.

3.3.3.3. Conclusions generals a partir dels expedients consultats

En els següents paràgrafs, se sintetitzen algunes conclusions generals extretes després de l'anàlisi dels expedients de TDT-L pública.

En els casos excepcionals en què s'havia reservat més d'un canal públic en una demarcació destinat a la prestació de serveis de comunicació audiovisual públics, s'havia manifestat la voluntat de disposar de més d'un canal, ja fos per part dels propis consistoris implicats o del Consell Comarcal. En el cas de la demarcació de Barcelona, segons la documentació oficial, qui va demanar la gestió en solitari de canals públics va ser l'Ajuntament de Barcelona, l'Ajuntament de Badalona i el Consell Comarcal del Barcelonès. En el cas de l'Hospitalet de Llobregat, els documents manifesten la voluntat de gestionar un programa conjuntament amb els altres sol·licitants, però no de fer-ho en solitari. Els ajuntaments que demanen *simulcast* (és a dir, emissió simultània dels senyal en analògic i en digital) són Barcelona i Badalona.

Els municipis que disposaven de canals analògics de televisió van expressar la voluntat de formar part del projecte per a gestionar un programa del canal múltiple. Hi ha municipis que van manifestar al govern català la voluntat d'integrar-se als projectes de televisió de proximitat, que no es van integrar als consorcis d'entrada, o que en van sortir al cap de poc temps. En els documents s'al·leguen pocs motius, però en els casos que s'especifiquen, aquests són bàsicament econòmics. A més a més, cal destacar que són pocs els municipis que, d'entrada,

⁵⁴ A l'abril de 2016, el Consorci per a la Gestió de la TDL Pública de la Demarcació del Vallès Sud estava inoperatiu, pendent de procedir a la seva dissolució i liquidació, segons va explicar el tècnic de l'Ajuntament de Sant Quirze del Vallès, Pere Gallego, a la investigadora via correu electrònic. Per a dissoldre'l, cal que es convoquin als alcaldes i regidors dels municipis que l'integren i liquidar diverses despeses que resten pendents.

van manifestar que no volien gestionar directament i de forma compartida un canal múltiple.

Alguns municipis que tenien tradició de televisió de proximitat però que no podrien liderar el projecte -perquè hi havia ciutats amb més habitants de la demarcació disposades a fer-ho-, van comunicar el desacord amb l'agrupació de municipis proposada (com és el cas de Santa Eulàlia de Ronçana), o la voluntat de seguir emetent en solitari (com és el cas de La Granada, que va decidir entrar al Consorci corresponent, el Consorci per a la gestió de la TDL Pública del Penedès, però alertava que difícilment podrà assumir-ne els costos).

L'any de constitució dels consorcis va ser majoritàriament entre el 2006 i el 2007. A partir del 2011, hi va haver municipis que en van començar a sortir i, fins i tot, alguns consorcis van quedar inoperatius o es van dissoldre. La majoria de consorcis van començar a perdre adhesions entre el 2011 i el 2012, els anys de més impacte de la crisi econòmica en el sector audiovisual.

En diverses ocasions, els ajuntaments van demanar l'ampliació del termini per presentar la documentació requerida per formar part d'un consorci de TDT. En la major part d'aquests casos, el motiu era que els consistoris encara estaven en negociacions. Això fa palesa la dificultat de constituir consorcis i d'arribar a acords per gestionar els canals, i també les dificultats polítiques de constituir consorcis per part d'ajuntaments de signe polític divers.

Generalment, els municipis que van demanar pròrroga al govern per l'ampliació del termini per a presentar la documentació requerida per integrar-se a un consorci, eren ajuntaments que estaven negociant aquesta opció amb els altres municipis perquè no veien clar el projecte. Es tracta sobretot de les poblacions que van abandonar els consorcis amb més celeritat. També solien ser municipis que no tenien tradició de televisió local analògica. Aquest fet evidencia que la cultura audiovisual local d'una població és clau a l'hora de considerar la viabilitat dels projectes o de prioritzar-los i potenciar-los.

Els municipis que es van afegir més tard als consorcis, solen ser els que també van abandonar els projectes més aviat. Hi havia una manca d'implicació en el projecte des dels inicis, i això feia més difícil lluitar per tirar-lo endavant en moments de dificultats econòmiques.

En diversos casos, els municipis que van manifestar la voluntat de gestionar un canal de televisió pública local (en col·laboració amb els altres municipis de la demarcació) no coincideixen amb els que finalment van aparèixer com a integrants als estatuts dels consorcis. Això significa que hi havia ajuntaments que, tot i haver manifestat la seva voluntat de formar part d'un consorci, se'n van desdir. Aquest fet va dificultar el compliment de les previsions dels canals de TDT-L, ja que la declaració d'intencions no coincidia amb la pràctica.

Els prestadors van notificar problemes de cobertura pel que fa als canals de TDT de proximitat.

Per tal de solucionar-los, sol·licitaven l'autorització d'emetre mitjançant altres Centres Emissors, de vegades situats fora de la demarcació. Per altra banda, els canals públics s'han queixat en diverses ocasions de les dificultats d'assumir el cost de distribució del senyal quan un (o més d'un) prestador del múltiplex cessa l'activitat, ja que s'han de fer càrrec de la part proporcional dels costos.

Capítol 4. Estructura dels prestadors públics de proximitat

Aquest capítol examina l'estructura de cadascuna de les televisions públiques de proximitat que conformen l'objecte d'estudi. S'ha elaborat com a resultat del treball de camp, és a dir, de les entrevistes que s'han fet als responsables dels prestadors, la consulta de documents facilitats per les pròpies televisions i l'observació no-participant, així com el focus grup. Tot i que l'anàlisi s'ha centrat en el període d'estudi de la tesi doctoral (2011-2015), en molts casos s'ha retrocedit per a explicar el context de la televisió i així comprendre com s'ha arribat a l'estructura i funcionament en l'era digital. Pel que fa al funcionament dels prestadors, el punt de mira s'ha posat en com s'organitzen per a produir informació de proximitat.

S'ha seguit el mateix ordre que quan s'han presentat els expedients: per províncies (Barcelona, Girona i Tarragona⁵⁵), i dins de cadascuna de les províncies s'ha establert un ordre alfabètic de la població que dona nom al MUX. Per tant, l'ordre, és el següent:

Província de Barcelona

MUX Barcelona:

- Barcelona Televisió
- Televisió Badalona
- Televisió L'Hospitalet

MUX Granollers:

- Vallès Oriental Televisió
- Vallès Visió

MUX Mataró:

- MaresmeDigital

MUX Terrassa:

- Canal Terrassa Vallès

MUX Vilanova i la Geltrú:

- Canal Blau

⁵⁵ No s'incorpora la província de Lleida, perquè no hi ha cap prestador públic de proximitat que emeti contingut propi.

Penedès TV

Província de Tarragona

MUX Tarragona:

TAC12

Província de Girona

MUX Figueres:

Canal 10 Empordà

En tractar-se d'un objecte d'estudi heterogeni, l'anàlisi de cadascun dels prestadors incorpora els aspectes que s'han considerat rellevants per explicar l'estructura del canal. Es relacionen les dades extretes en l'anàlisi de cadascun dels prestadors i les conclusions del focus grup, per tal d'identificar els aspectes que defineixen el model de TDT-L de proximitat a Catalunya en els anys analitzats. També es presenta la Coordinadora de Televisions Públiques de Proximitat com a organisme que aixopluga la varietat de prestadors públics de proximitat. A més, s'exposen els casos atípics de TDT-L pública, és a dir, prestadors que emeten de manera irregular ja sigui mitjançant un repetidor propi, mitjançant la llicència d'un privat o per cable. Per últim, s'analitza el fenomen de la televisió pública local per Internet, tenint en compte els prestadors públics que emeten exclusivament on-line.

4.1. Els prestadors públics de proximitat

4.1.1. Barcelona Televisió (BTV)

4.1.1.1. Orígens de BTV: una televisió de districte

Els orígens de BTV es remunten a les televisions de districte. L'any 1982 l'Associació d'Amics de la Ràdio i la Televisió del Clot i Camp de l'Arpa va començar a fer retransmissions radiofòniques. L'any 1984, en una trobada a Cardedeu amb altres televisions locals -per a constituir el que després seria la Federació Pro-Legalització de Televisions Locals de Catalunya- els membres de l'associació, com a representants de Barcelona, van expressar la seva "intenció de fer una televisió de districte, que més endavant comptés amb un pal de paller que donés les notícies centrals", explica Pepi Rafel (2015), presidenta de la Coordinadora que agrupa les televisions de districte, en una entrevista personal. Va ser aleshores quan es van diferenciar dels que ja feien ràdio a la ciutat comtal i van emprendre el projecte televisiu. Durant els dos anys següents, van anar apareixent altres grups de persones que també feien televisió a Barcelona.

L'any 1987, per exemple, la televisió del Clot ofería programes com el *Parlament català*, que

podia contenir des d'assemblees d'associacions de veïns fins a debats sobre el futur dels Encants, *Trenkant aigües*, que era un recull d'idees, projectes i reportatges de la gent del barri, *l'Informatiu esportiu*, *l'Ets jove*, un informatiu per a la gent jove o *Això no és Hollywood* sobre cinema amateur. Altres televisions que estaven emetent eren TV Eixample, amb espais com *Barcelonart*, destinat a activitats artístiques, *Endavant salut*, el *Magazin* o l'informatiu *Crònica 08*. TV Gràcia era una televisió que també estava emetent, tot i que encara no tenia unes emissions regulars. RTV Popular de Sants i RTV del Poble Sec eren dos projectes de televisió encara molt insipients a la ciutat.

Va ser el 1989 quan es va decidir fer una sola televisió, que emetria pel Canal 39, i que desconnectaria setmanalment per districtes. Amb aquest objectiu es van dividir setmanalment el temps d'emissió del canal, de manera que cada dia emetien dos dels districtes, i el cap de setmana es feien repeticions (Rafel, 2015, entrevista personal). Per tant, és a partir d'aquest any quan es van iniciar les emissions conjuntes de les televisions de districte.

La voluntat de les televisions de barri era formar part del moviment associatiu com a actors de la societat civil, per a formar un mitjà de comunicació amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona. Segons Rafel (2015, entrevista personal) volien ser una televisió mixta, que fes d'altaveu d'allò que passava a la vida social del barri i també pogués informar d'aquells aspectes municipals i que feien referència a l'Ajuntament, amb els suport tant del moviment associatiu i comercial del poble com del consistori. Les televisions de districte es consideren més properes a les televisions de proximitat de fora de Barcelona que a BTV.

Rafel (2015, entrevista personal) manifesta que eren televisions semi-públiques, ja que estaven gestionades per associacions però tenien unes missions de servei públic, i també reivindica la tasca d'aquests prestadors de districte com a formadors de professionals. Emetien, com ho segueixen fent, informació local basada en activitats de les associacions, obres, plenaris de districte, etc.

L'any 1994 es va signar un acord entre la Coordinadora Barcelona Comunicació (CBC) i l'Ajuntament de Barcelona. El document de l'acord, de 7 novembre, s'ha pogut consultar per a aquesta investigació. Els antecedents que exposa el text són que la Coordinadora agrupava els centres emissors de televisió dels deu districtes administratius de la ciutat (malgrat que en alguns casos la televisió adopti el nom d'alguns dels barris, com és el cas de TVClot), que emetien els seus programes pel Canal 39 de la banda UHF de televisió. S'hi recollia la voluntat per part de l'Ajuntament d'instal·lar uns estudis de televisió amb la finalitat de produir, realitzar i emetre una programació d'àmbit ciutadà concretada en un informatiu diari amb emissió tres vegades al

dia i un programa de debat setmanal, com a continuació de la col·laboració que ja s'havia iniciat prèviament entre l'entitat i el consistori.

D'aquesta manera, l'Ajuntament expressava la voluntat de contribuir a què les televisions de districte tinguessin un pal de paller –com ho anomenaven des dels districtes– que coordinés la feina que feia cadascuna. Les dues parts manifestaven la voluntat de millorar l'equipament tècnic, material i qualitat de l'emissió de la televisió de la Coordinadora, i expressaven l'inici d'un procés d'homogeneïtzació per tal que tota la programació tingués una qualitat i estils unificats.

L'acord estipulava, en primer lloc, que l'Ajuntament i la Coordinadora utilitzarien la marca i logotip Barcelona Televisió, registrat sota la propietat de l'Ajuntament de Barcelona (sense perjudici que cada televisió de districte pogués utilitzar el propi logotip en la seva programació), i emetrien pel Canal 39, a no ser que les causes tècniques o legals obliguessin en el futur a canviar la freqüència d'emissió. En la segona part de l'acord s'exposava que Barcelona Televisió tenia la voluntat de seguir essent una televisió pública d'àmbit local al servei del ciutadà amb una programació fonamentalment informativa sobre la ciutat, els districtes i els barris. Per tant, la missió principal de BTV en el seu naixement era oferir informació de la capa identitària més propera al ciutadà de Barcelona (no només pel que fa a la ciutat, sinó també sobre allò que fes referència al seu barri, l'àmbit geogràfic més proper a l'individu).

Per tal de millorar la qualitat d'emissió i recepció de les imatges del Canal 39, l'Ajuntament es comprometia a realitzar les inversions necessàries. Entre aquestes inversions previstes hi havia el trasllat i instal·lació de l'emissor llavors propietat de la Coordinadora a les dependències de Telefònica a la Torre de Collserola. L'acord també recollia que la graella de programació setmanal s'acordaria entre les dues parts.

Barcelona Televisió va iniciar les seves emissions el 3 de novembre de 1994 des dels estudis ubicats a la Via Laietana de Barcelona. Va néixer amb la voluntat de ser una televisió de proximitat, pensada per als barcelonins, amb una programació de qualitat i amb especial interès per la cultura i la participació ciutadana. Segons apunta Ernest Maragall (2016), l'aleshores Conseller-delegat d'ICB, en una entrevista personal, l'objectiu era fer palès que Barcelona existia no només com a suma dels seus districtes, en un context en què s'estaven posant en marxa televisions a altres ciutats del món. BTV havia de ser un instrument d'expressió pròpia, donat que les televisions de districte no esgotaven o no donaven resposta a Barcelona com a subjecte, i TV3 no tenia per què assumir aquesta funció (Maragall, 2016).

Segons Maragall, l'encaix que es va trobar per a les televisions de districte era que fossin productores d'informació, amb una relació de cooperació amb Barcelona Televisió. No es va

optar per destinar-hi recursos i enfortir-les, donat les característiques de desigualtat entre elles, la no-exclusivitat de produir continguts per a BTV, i la divisió de criteris i estils d'aquests prestadors, la qual cosa no hagués permès respectar les característiques de cadascú. "No anàvem contra elles, anàvem a favor de tenir una televisió de ciutat, i això anava en contra de la realitat pre-existent, que eren les televisions de barri" (Maragall, 2016, entrevista personal). Aquestes actors oferien una visió de la ciutat com a suma dels seus barris, però BTV volia donar una visió de ciutat i, fins i tot, esdevenir una televisió metropolitana.

En l'actualització de l'acord de 1997, de 2 de gener, es feia referència al conveni precedent del 1994 com el que regulava la relació de l'Ajuntament i la Coordinadora, confirmant el reconeixement per ambdues parts d'un únic projecte televisiu. També s'esmentava l'encàrrec de demanar a la Generalitat de Catalunya la concessió d'un canal públic televisiu local. En aquesta acord es concretava l'encàrrec del Consell Plenari de l'Ajuntament a la Societat Privada Municipal Informació i Comunicació Barcelona SA (ICB)⁵⁶ perquè gestionés Barcelona Televisió.

El conveni també estipulava que la Coordinadora produiria programes informatius per a Barcelona Televisió i que col·laboraria amb els informatius d'aquesta. Entre els convenis posteriors, cal esmentar el de 29 de desembre de 1997, el de 1 de desembre de 2000, el de 23 de maig de 2000 i el de 5 d'abril de 200, que són essencialment del mateix tenor i contingut que el primer.

Quan BTV es va anar professionalitzant i la producció es va externalitzar a productores audiovisuals, la realitat va ser que, des de la seu central de la cadena, cada vegada es comptava menys amb continguts produïts a les seus de districte (Rafel, 2015, entrevista personal), que tenien pressupostos baixos i, com a conseqüència, els equips tècnics eren més precaris i el nivell de professionalització menor. BTV va anar consolidant-se i, en alguns casos, es feia programació que podia fer la competència a la televisió pública generalista, TV3, tenint en compte que el govern municipal i l'autonòmic tenien signe polític diferent.

⁵⁶ ICB es va constituir l'any 1983 sota la denominació inicial d'Informació Cartogràfica i de Base SA. Amb la finalitat d'adequar el nom i l'objecte social als nous serveis acordats pel Consell Plenari de l'Ajuntament en sessió 6 d'octubre de 1995, es va procedir al canvi de denominació. El 2008 hi va haver una modificació dels estatuts, que es van adaptar al que disposa el Reglament d'organització i funcionament de BTV. L'any 2014 s'han modificat aquests estatuts per incorporar-hi el servei públic de ràdio local. La societat té per missió la prestació o gestió dels serveis de comunicació audiovisual de ràdio o de televisió que l'Ajuntament de Barcelona li encarregui, així com la posada a disposició del públic de continguts audiovisuals o transmissió de dades.

A nivell econòmic, si bé fins el 1998 la subvenció municipal arribava directament a les televisions de districte, a partir d'aquell any la subvenció la va passar a rebre BTV. D'aquesta manera, era ICB qui en distribuïa una part a les televisions de districte per tal de seguir treballant plegats.

4.1.1.2. La voluntat de les televisions de districte de comptar amb un nou canal

Les televisions de districte veien que la col·laboració amb BTV anava minvant -tot i haver estat les impulsores del canal, juntament amb l'Ajuntament- i temien pel seu futur. Per això, amb l'arribada de la TDT van veure opcions per a poder seguir emetent els seus continguts de proximitat. Van presentar-se al concurs per a poder aconseguir una de les llicències de Televisió Digital Terrestre de la demarcació de Barcelona. Volien optar a operar un dels quatre programes del MUX reservats a prestadors privats com a entitats sense ànim de lucre, donat que no hi havia un espai específic reservat a les entitats del tercer sector i que les condicions del concurs afavorien les propostes amb vocació de servei públic⁵⁷. Des de la Coordinadora defensaven un model de televisió mixt, amb vincles amb l'Ajuntament i la societat civil.

Malgrat que es va adjuntar al concurs un informe jurídic que avalava l'activitat que havien fet durant anys i la capacitat d'operar un canal, la Direcció de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisual de la Generalitat va comunicar, en data 3 de maig de 2005, la denegació de la sol·licitud en un document consultat per a aquesta recerca. Per a l'adjudicació de freqüències la Direcció General subscribia un informe del CAC, que era vinculant a l'hora d'atorgar les llicències. Es va donar el poder de decisió a aquest organisme com a ens independent, mentre es preparava la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya per la qual el Consell passaria a ser l'adjudicatari de les llicències de l'espectre audiovisual.

Aquesta denegació de la sol·licitud, no obstant, va ser prèvia a la resolució del concurs. La Generalitat explicitava que el motiu principal pel qual les televisions de districte no podien aconseguir una llicència de TDT era l'existència del conveni descrit en aquest apartat, on s'hi explicitava: "Ambdues parts [l'Ajuntament i la Coordinadora] emeten pel mateix canal UHF una

⁵⁷ Donat que no hi havia una reserva d'espai específic per al tercer sector, el plec de clàusules donava la possibilitat a les entitats sense ànim de lucre d'aconseguir llicències de televisió, tot prioritant els projectes que tinguessin vocació de servei públic. D'aquesta manera, si la Coordinadora no hagués tingut el conveni amb BTV, hauria pogut optar al concurs per a gestionar un canal privat de proximitat, de la mateixa manera que haguessin tingut opcions d'aconseguir llicències altres prestadors històrics com ara Televisió de Cardedeu, que la Generalitat no volia que quedessin fora del panorama audiovisual català.

televisió que qualifiquen de pública, alhora que l'Ajuntament hi compromet inversions directes i la programació és acordada per les dues parts”.

Com que el Consell Plenari de l'Ajuntament ja explicitava en l'acord de l'any 1997 la voluntat de demanar la concessió d'un canal públic de televisió local, que concretava que les dues parts emetien una televisió de manera conjunta, la Generalitat resol·lia:

De tot això no es pot concloure que la Coordinadora Barcelona Comunicació tingui una televisió local de la seva exclusiva pertinença, sens perjudici que en un moment o període inicial sí que l'hagués tinguda. El que està clar és que des de 1994 la Coordinadora Barcelona Comunicació col·laborava amb l'Ajuntament de Barcelona que participava en un projecte comú amb el referit Ajuntament per desenvolupar la televisió local coneguda com a Barcelona Televisió. Per aquest motiu, la tinença dels drets històrics l'any 2003 es pot predicar, d'acord amb la documentació aportada, a l'entitat sol·licitant, sens perjudici que es pogués considerar -amb una prova més completa que la que s'ha practicat en el present procediment-, que pertanyessin a una tercera societat o comunitat que integrarien l'Ajuntament de Barcelona i la Coordinadora Barcelona Comunicació. Comunicat del Departament de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisual de la Generalitat, 3 de maig de 2005.

Donat que les televisions de districte no varen ser adjudicatàries d'un canal propi de TDT, la Coordinadora ha seguit renovant, de manera periòdica, els convenis amb la societat privada municipal Informació i Comunicació de Barcelona SA (ICB), que gestiona directament el servei públic de televisió de BTv.

4.1.1.3. Les televisions de districte: estat de la qüestió

A continuació, es presenta el llistat de televisions de districte existents a Barcelona.

- TV Clot – Sant Martí

Associació d'Amics de la Ràdio Televisió del Clot – Camp de l'Arpa

- TV L'Eixample

Barkeno, Associació Cultural de Mintjans de Comunicació Popular

- Horta – Guinardó TV

Associació d'Amics de la Ràdio i TV d'Horta i Guinardó

- TV Ciutat Vella

Associació d'Amics de la TV de Ciutat Vella

- TV Sants-Monjuïc

Associació audiovisual de Sants Montjuïc

- TV Les Corts

Associació per el desenvolupament de la comunicació local

- TV Sant Andreu

Centre de Treballs Visuals

- Nou Barris TV

Associació Projectart

- Gràcia TV

Associació d'amics de Gràcia Televisió

- TV Sarrià – Sant Gervasi

Associació d'Amics per la creació de la TV de Sarrià – St. Gervasi

Les televisions de districte estan fortament vinculades amb l'associacionisme. A banda d'adoptar la forma jurídica d'associacions, estan molt relacionades amb les altres associacions del barri i en ocasions organitzen activitats conjuntes. En el cas del Clot, per exemple, s'organitzen activitats formativa a les escoles i la seva directora organitza actes per a l'associació de dones a la mateixa seu de la televisió de districte.

Les deu televisions de districte es troben ubicades en edificis cedits per l'Ajuntament de Barcelona, malgrat que les condicions varien en cada cas. Hi ha associacions que s'han de fer càrrec dels costos d'aigua i llum, mentre que d'altres no. Algunes de les televisions comparteixen seu, com és el cas del Clot, ubicada en un centre audiovisual compartit amb un espai destinat per a la gent gran, on s'hi ubiquen quatre televisions. Des d'allà es mouen a cadascun dels districtes, sempre en transport públic -per motius de pressupost-, fet que ocasiona que no es puguin anar a cobrir algunes notícies amb una gran rapidesa, a diferència del cas de la seu central de BTV, des de la qual els periodistes es poden traslladar amb cotxes propis de la cadena. Les seus on s'ubiquen les televisions de districte estan equipades, de manera que els materials es poden enviar a BTV per fibra òptica.

Aquestes són les sis seus actuals de les televisions de districte:

- ✓ Les Televisions situades al Centre Audiovisual Sant Marti són:

- TV Clot-Sant Martí
- TV Eixample
- TV Horta-Guinardó
- TV Ciutat Vella

Tenen conveni amb el districte de Sant Martí a través de l'Associació d'Amics de la Ràdio Televisió del Clot-Camp de l'Arpa, per tenir la seu al local municipal, amb la conformitat dels responsables dels quatre districtes.

✓ Les Televisions situades a la Casa del Mig són:

- TV Sants Montjuïc
- TV les Corts

Tenen un conveni amb el districte de Sants-Montjuïc, a través de l'Associació Audivisuals de Sants Montjuïc, per situar la seu al local municipal.

✓ La Televisió de Sant Andreu està ubicada al Centre Garcilaso.

Té un conveni amb el districte de Sant Andreu i està ubicada en un local municipal.

✓ La Televisió de Nou Barris està situada al Espai Via Favència.

No té conveni però sí un acord de cessió d'ús del local municipal.

✓ La Televisió de Gràcia està ubicada en un local privat.

✓ La Televisió de Sarrià Sant Gervasi està situada en un espai compartit amb l'Associació de Veïns Sarrià-Sant Gervasi.

Algunes de les televisions de districte disposen de webs pròpies⁵⁸ i d'altres canals de Youtube⁵⁹, a banda de l'espai destinat a la informació de cadascun dels barris al web Btvnoticies.cat. TVClot,

⁵⁸ <http://www.tvclot.com/>
<http://www.tvciutatvella.com/>
<http://www.tvhortaguinardo.com/>
<http://www.tveixample.com/>
<http://www.graciatelevisio.cat/>
<http://www.ctv.cat>

⁵⁹ <https://www.youtube.com/user/videonoubarris>

TV Ciutat Vella, TV Horta Guinardó i TV Eixample comparteixen el mateix servidor i estructura del portal, i entrant en cadascuna d'elles es pot navegar per les webs dels altres canals. A cadascuna d'aquestes pàgines, les televisions de districte hi penjen les informacions que han produït per BTV i, en alguns casos, "s'amplia la informació, perquè si no queda massa curta" (Rafel, 2015, entrevista personal). Els webs també serveixen d'arxiu documental de tot allò que succeeix als barris.

A TVClot estan digitalitzant tots els vídeos que tenien en analògic i els estan penjant al web per tal que siguin consultables. Ja tenen 20.000 peces a les quals es pot accedir on-line. A banda, i seguint amb l'objectiu de preservar el patrimoni històric, la Coordinadora és membre de l'Observatori Permanent d'Arxius i Televisions Locals, una iniciativa de col·laboració estable entre diversos organismes i institucions, la missió del qual és vetllar per la salvaguarda d'una part del patrimoni documental generat en el marc de les televisions locals i altres agents productors de documentació audiovisual local.

El pressupost que ICB distribueix a les televisions de Districte ha anat baixant al llarg dels anys. Si es pren el cas de TVClot, i segons fonts del prestador, cal mencionar que el 2015 els ingressos eren de 4.658 euros al mes (tenint en compte que el 2000 eren 73.000€ per televisió i any), a distribuir entre el funcionament de la televisió i els dos treballadors contractats. Els equips que s'utilitzen són cedits per BTV: cada televisió compta amb un equip d'edició i una càmera de televisió (algunes, a banda, disposen de recursos propis que utilitzen per activitats complementàries, com ara formació a les escoles o gravació de materials propis). En els darrers anys, s'ha rebaixat el sou dels treballadors i s'ha prescindit de serveis com ara la telefonia. Rafel (2015, entrevista personal) argumenta que sempre estan pendents de les negociacions per saber amb quin pressupost comptaran.

Les televisions de Districte eren membres de la Federació Pro-legalització de les Televisions Locals, que és l'antecedent a la creació de La Xarxa. Ara no són membres de La Xarxa perquè no són televisions finalistes però hi tenen bona relació i col·laboren en alguns aspectes, com ara en la preservació del patrimoni històric. També han produït alguns continguts per a l'entitat, com és el cas del programa *Històries Particulars*, del qual se'n van fer una quarantena de programes i que va servir a les televisions de districte per aconseguir ingressos.

4.1.1.4. Relació entre BTV i les televisions de districte: producció informativa

S'ha pogut consultar el *Contracte per a la producció de determinats continguts audiovisuals* de 1 de setembre de 2015, que estipula que l'Associació d'Amics de Gràcia Televisió -entitat que

signa l'acord amb ICB- és una de les deu entitats que componen la Coordinadora Barcelona Comunicació, i que les entitats que formen la Coordinadora no tenen ànim de lucre i la seva finalitat és promoure les TIC i la producció de continguts audiovisuals de caràcter informatiu, divulgatiu i cultural. També explicita la col·laboració entre la Coordinadora i ICB des que aquesta empresa va rebre l'encàrrec municipal de gestionar BTV. Les dues parts manifesten que el contracte queda sotmès a la condició resolutòria consistent en què l'Ajuntament de Barcelona no obtingui la corresponent concessió o renovació per la prestació dels serveis de televisió local per ones terrestres, i que si això es produís, l'associació renunciaria a exigir qualsevol indemnització.

El conveni estipula que ambdues parts "es reconeixen recíprocament i a tots els efectes legals la condició de coproductors" de les obres audiovisuals estipulades, i que ICB podrà portar a terme les modalitats d'explotació de la versió definitiva de les obres audiovisuals, així com el seu títol i logotip necessaris per al desenvolupament de les activitats que li són pròpies. El conveni també diu que altres modalitats d'explotació que estiguin fora de l'àmbit de les activitats habituals d'ICB hauran de ser autoritzades de mutu acord.

Es consideren activitats habituals l'emissió per radiodifusió televisiva mitjançant el canal públic de televisió local Barcelona TV, l'emissió en qualsevol suport digital de difusió i les activitats que porti a terme el web de BTV notícies, i l'autorització en favor de La Xarxa a les televisions adherides. Així doncs, es considera les televisions de districte com a coproductores dels continguts que acordin les parts, essent ICB l'encarregada de l'explotació d'aquests continguts per la televisió pública i altres suports del mitjà.

L'Infobarris era el programa que acollia la informació dels barris de Barcelona, produïda per les televisions de Districte. El setembre de 2015, la nova direcció del canal -amb Sergi Vicente al capdavant- va encetar la nova programació, que pretenia incorporar més immediatesa i informació de barris. L'espai que substituïa l'Infobarris va ser BTV Notícies 73, tenint en compte que el nombre 73 fa referència als barris de la ciutat (distribuïts en les 10 districtes). Aquest espai s'emet de dilluns a divendres a les 20.50 hores, té una durada d'uns 10 minuts i incorpora les peces elaborades per les deu televisions de districtes. Cada televisió realitza aproximadament una peça informativa al dia, sota les directrius de l'editor de l'informatiu, ubicat a la seu de BTV. L'objectiu del programa és disposar d'un informatiu diari sobre els barris, integrat com a bloc informatiu. El director de BTV considera que les productores de barri fan una gran funció de proximitat (Vicente, 2015, entrevista personal).

Cada televisió de districte fa unes propostes i des d'edició del programa s'envien les previsions

del que tocarà anar a cobrir l'endemà i en quin format (notícia, PI, etc.), tenint en compte que només s'incorporen *stand-ups* quan està informativament justificat. Cada una de les televisions té un parell de persones treballant-hi, que solen cobrir les informacions de manera conjunta, de forma que un adopta el rol de càmera i l'altre de periodista.

4.1.1.5. BTV: nova etapa

A mitjans dels anys noranta, l'Ajuntament de Barcelona va assumir la gestió directa del servei públic de televisió local a la ciutat, tot mantenint la col·laboració amb la CBC per garantir la televisió de proximitat. L'any 2004 Barcelona Televisió va començar una nova etapa amb l'emissió de 24 hores seguides de programació. També cal ubicar en aquesta nova etapa el trasllat el canal, el setembre del 2005, a una nova seu situada al cor del barri tecnològic de Barcelona, el 22@.

Aquest trasllat va significar la culminació del procés de digitalització de Barcelona Televisió, iniciat l'any 2003. La nova infraestructura va permetre fer un important pas endavant en la producció i la realització de projectes més ambiciosos i van augmentar les possibilitats tecnològiques. L'any 2005 també van començar les emissions de BTV per Televisió Digital Terrestre (TDT), i es va convertir en la primera cadena local en tot l'Estat espanyol en emetre per aquesta tecnologia.

Aquesta nova etapa, també va comportar la incorporació de la gestió de la ràdio municipal. En virtut de l'acord del Govern de la Generalitat de 17 de març de 1998, l'Ajuntament de Barcelona és titular de l'emissora de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència (91.0 MHz). Mitjançant un acord de la Comissió de Govern del 18 de desembre de 2013, el consistori va encarregar, amb caràcter provisional i amb efectes a 1 de gener de 2014, a la societat privada municipal Informació i Comunicació de Barcelona SA, el manteniment de les emissions de ràdio. També va adoptar les mesures de caràcter tècnic i organitzatiu adequades per a aquesta finalitat, i va determinar el caràcter transitori de l'encàrrec fins que l'Ajuntament no procedís a la definició de les missions de servei públic i a organitzar el servei a través de la corresponent norma reglamentària.

4.1.1.6. Organització de BTV

La gestió directa del servei públic de televisió BTV la porta a terme la societat privada municipal Informació i Comunicació de Barcelona SA (ICB), en compliment de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya. El capital d'ICB prové de l'Ajuntament de Barcelona, i la societat es regeix pels seus estatuts, i pel Reglament d'Organització i Funcionament del servei públic de televisió local de Barcelona (BTV). Els òrgans de Govern són:

- El Consell Plenari de l'Ajuntament de Barcelona, que actua com a Junta d'accionistes.
- El Consell d'Administració, a qui li correspon la direcció i administració de la societat, i que consta d'un professional nomenat per cada grup polític amb representació a l'Ajuntament. Aquest consell escull el director/a de la cadena, que ha de presentar la seva proposta a un concurs públic.
- El director/a, que té la responsabilitat executiva de la gestió del servei públic.

També hi ha un Consell Consultiu de Barcelona Televisió, que ha de garantir la participació social i política en la gestió del servei. La plantilla de BTV està formada per unes 200 persones, però els treballadors de l'empresa municipal són 16. El personal que elabora la informació i els tècnics està externalitzat a una empresa externa, a través d'una PPO (Proposta Pública d'Oferta) que es llança a concurs, guanyat en la major part dels casos per la productora audiovisual Lavínia, BCN Audiovisual⁶⁰. La part de programes també està externalitzada a productores externes i *freelances* (entre 100 i 150 persones en total, depenent dels programes a la graella en cada moment). A més, es compta amb una important bossa de becaris que fa les pràctiques professionals requerides per les universitats a BTV.

L'externalització de la producció es fa seguint un model genuí a Catalunya, que segueixen també altres prestadors analitzats, emparat per la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya -com s'ha explicat el Capítol 2 d'aquesta tesi doctoral, en el repàs legislatiu-. La gestió directa del servei públic audiovisual d'àmbit local exigeix que l'ens o l'organisme de gestió corresponent assumeixi la definició, l'elaboració i la distribució dels continguts audiovisuals, però l'article 23 de la Llei de la Comunicació Audiovisual contempla que es pugui comptar amb el suport i la col·laboració d'entitats i subjectes privats en casos en què siguin necessària la disponibilitat de mitjans materials o professionals diferents dels de l'ens, sense perjudici de la seva gestió directa, i d'una manera particular quan això permeti d'impulsar el sector audiovisual de Catalunya.

⁶⁰ L'últim concurs ha estat resolt a l'octubre de 2015, en què una filial del grup Lavínia -l'empresa que ja gestionava la producció d'informatius- ha tornat a guanyar el concurs. Lavínia ha gestionat els informatius de BTV des del 1994, exceptuant del període comprès entre 1997 i 2005, en què va ser Ovideo, de MediaPro, la guanyadora dels concursos. El personal que treballa a BTV a través de productores denuncia que l'acumulació de contractes d'obra i servei els suposa una disminució de drets laborals. Una seixantena de treballadors han denunciat els seus contractes i han iniciat processos judicials, fet que ha desencadenat l'inici del procés d'internalització de part de la plantilla per part de l'Ajuntament.

El Col·legi de Periodistes de Catalunya ha posat l'elecció del director de BTV per concurs públic com un exemple de bones pràctiques. A finals del 2014, el Consell d'Administració d'ICB va escollir el periodista Sergi Vicente com a director de BTV en substitució d'Àngel Casas, que va deixar el càrrec per jubilació. El Col·legi expressa, en un comunicat, que "l'èxit del nomenament rau en el predomini dels criteris professionals que es recullen en el Reglament d'Organització i Funcionament del servei públic de BTV"⁶¹.

Per sota del director (Sergi Vicente, des de l'1 de gener de 2015), hi ha la direcció econòmica i la direcció tècnica. Fins el juny de 2015 també hi havia un/a cap d'antena i programes, un/a cap de comunicació i comercial i un/a cap d'antena i continguts de la ràdio. Com explica Vicente (2015) en una entrevista personal feta per a la recerca, el cap d'antena i programes ha estat substituït per un cap de continguts i art, l'àrea comercial s'ha externalitzat (donada la davallada dels ingressos provinents dels anunciants a la meitat respecte de l'estipulat al Contracte-programa), i la comunicació ha passat a dependre de direcció.

La direcció de la ràdio ha desaparegut perquè s'integra en les altres esferes del mitjà -que esdevé més multimèdia-, i s'ha creat una àrea d'estratègia i participació. Es tracta d'una àrea per a desenvolupar una estratègia transmèdia en quant als continguts, i una estratègia de participació, en un nou paradigma en què es trenca la unidireccionalitat i es tracta d'obrir portes i facilitar vies perquè la gent pugui fer aportacions. El següent esquema (figura 49), mostra l'organigrama a resultes dels canvis descrits.

⁶¹ <http://www.periodistes.org/ca/article/qui-hi-ha-al-capdavant-dels-mitjans-publics-339.html> [darrera consulta: 13/05/2016].

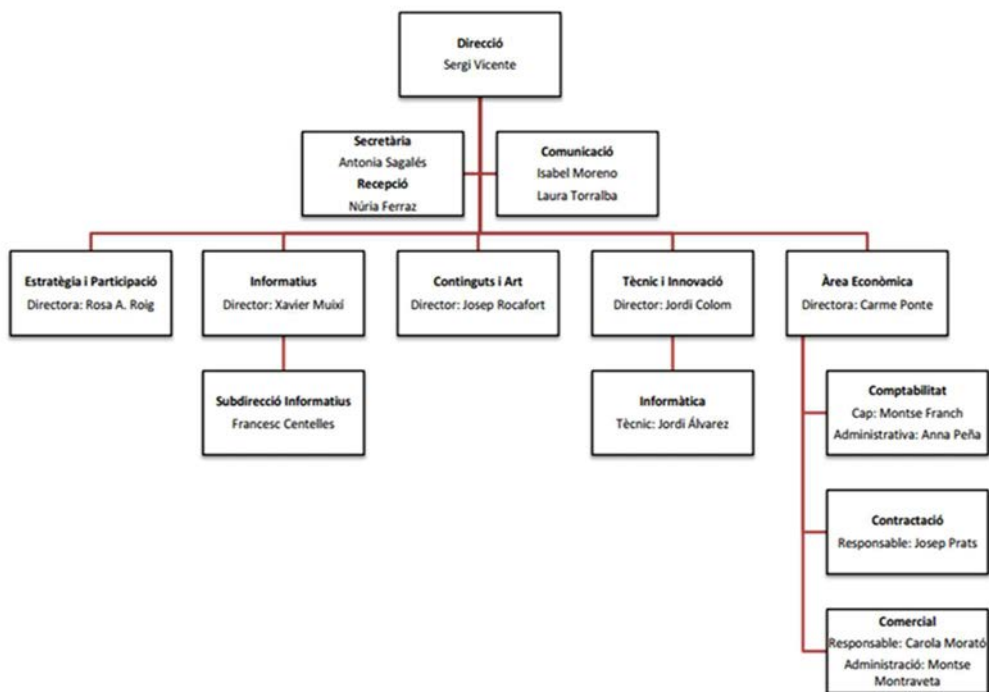


Figura 49. Organigrama BTV. Font: ICB. Nota: Organigrama de setembre de 2015.

4.1.1.7. La informació: una prioritat per BTV

Segons el Contracte-programa 2014-2017 consultat a propòsit de la recerca, “els informatius són l’eix vertebrador de la programació tant de Barcelona Televisió com de Barcelona FM”. En referència al model de BTV, s’hi explicita la voluntat d’oferir continguts d’interès local i de qualitat, amb una programació basada en la qualitat. “Barcelona televisió tindrà una programació generalista de i des de l’univers barceloní”, concreta el text. A més, s’hi explicita que les interaccions de Barcelona en un món global en xarxa són també objecte d’interès informatiu .

La producció informativa es basa en diversos informatius distribuïts al llarg del dia (dades de 2014):

- BTV Notícies matí (8h): bàsicament conformat per informació de servei i pràctica.
- BTV Notícies Migdia (14h): amb més presència de directes i un informatiu centrat en Barcelona. A banda s’incorporen temes generalistes que poden afectar els ciutadans de Barcelona, però amb una cobertura més sintètica i distant. El director d’informatius de BTV, Xavier Muixí (2015), en una entrevista personal, diferencia BTV d’una televisió local d’un poble, en ser una televisió d’una gran ciutat que emet informació de Barcelona,

però també que d'allò que afecta els ciutadans de Barcelona.

- BTV Notícies vespre (20h): aquest telenotícies ofereix informació íntegrament de Barcelona.
- Les notícies de les 10 (22h): es tracta d'un informatiu més interpretatiu sobre informació generalista.

A banda d'aquests programes estrictament informatius, hi ha altres programes que combinen informació i entreteniment, com és el cas de BTV Directe, en què s'assisteix en directe a diversos actes o esdeveniments que succeeixen a la ciutat. També hi ha el ja mencionat informatiu dels barris barcelonins.

Per tant, la graella informativa incorpora des de microinformació local, fins a temàtiques més generalistes interpretades des d'un punt de vista informatiu de la ciutat. BTV té recursos per incloure aquesta informació més generalista. S'incorpora informació de tots els nivells, prioritzant sempre Barcelona. De fet, amb excepció de l'espai informatiu de les 22h, en les altres edicions s'obre sempre amb temàtiques de Barcelona. Proximitat a Barcelona vol dir des d'informació de barris fins a acadèmics o experts de la ciutat interpretant temes diversos i generalistes (Muixí, 2015, entrevista personal). Això té coherència amb el que estipula el Contracte-programa, en el qual s'hi explicita la voluntat d'oferir continguts d'interès local i de qualitat, i la voluntat de promoure "la participació dels ciutadans, dels barris i districtes en la creació de continguts audiovisuals i en el manteniment del patrimoni audiovisual de la ciutat".

Els temes institucionals s'intenten cobrir amb recursos propis de BTV, i les televisions de districte estan més contacte amb associacions. Però, tal com s'ha explicat al principi d'aquest apartat, tenen pocs recursos, de manera que algunes comparteixen local i, per tant, s'ubiquen fora del districte al qual donen cobertura, i no tenen personal per cobrir totes les hores del dia.

Abans eren un braç de la redacció, però des de fa 5 anys produeixen l'informatiu propi dels barris. Com que les seves rutines no poden assegurar la mateixa rapidesa, immediatesa i qualitat que BTV, són un suport d'a més a més i fan la funció de proximitat, però no són un braç estructural de la redacció. No són corresponsals i, si hi ha una emergència, es cobreix des de la redacció de BTV.

A banda dels espais informatius de la cadena, el portal BTVnotícies.cat ofereix la informació actualitzada. S'ha incrementat l'emissió en directe d'actes i esdeveniments per web, en *streaming*, sovint quan aquests no tenien lloc a la graella de BTV.

BTV distribueix els continguts en diferents suports, a més de la TDT: per web (BTV, BTV notícies

i en el projecte de futur d'endegar un portal en *streaming* de notícies), per ràdio (amb el seu corresponent portal on-line per descarregar *podcasts*)⁶², mitjançant les aplicacions mòbils, i les xarxes socials (Facebook, Twitter), i es pretén avançar també en la distribució de continguts a través del whatsapp. La idea de Vicente és que BTV funcioni com una plataforma transmèdia, capaç d'oferir continguts que es puguin adaptar a les diferents finestres de què disposa la cadena (televisió, ràdio, web i xarxes socials).

BTV és pràcticament l'única televisió pública de proximitat de Catalunya que emet programes de ficció (en molts casos reposicions adquirides d'antics programes d'altres cadenes), i és la que més informació i programes d'entreteniment ofereix. La cadena pretén reflectir la internacionalització i el caràcter metropolità de la ciutat, i no descarta produir informació en anglès i àrab (Vicente, 2015, entrevista personal). També disposa d'un servei d'accessibilitat a les persones sordes a través dels avanços informatius signats, així com informatius, pel·lícules i sèries subtitulades.

Cal mencionar el canvi de marca de BTV, que s'ha produït fora del període d'anàlisi de la tesi doctoral, en què el prestador ha passat a anomenar-se Betevé per tal de no estar lligat únicament a l'àmbit geogràfic barceloní ni tampoc exclusivament al mitjà televisiu. Això respon a l'estratègia transmèdia més global que ha desenvolupat el director, Sergi Vicente.

4.1.1.8. Rutines de producció informatives

La redacció de BTV està integrada, ja que es tracta d'un multimitjà que emet per ràdio, televisió i web. Els continguts es distribueixen en els diferents mitjans en funció de la immediatesa. Hi ha una taula d'edició, amb la presència de l'editor dels informatius de televisió, del web i de la ràdio. A partir de les decisions de l'equip d'edició es distribueixen els equips. La idea és que un equip cobreixi la informació pels diversos mitjans. Normalment els tempos els marquen els informatius de la televisió, i paral·lelament o seguidament es fa la peça pel web.

Amb una seixantena d'ENGs⁶³ es fan uns 10-12 rodatges al dia, generalment amb equips formats

⁶² Barcelona FM passa a anomenar-se BTV Ràdio al setembre DE 2016. Tot i que aquest canvi està fora de lapse temporal que analitza la tesi doctoral, s'ha cregut rellevant recollir aquesta dada en el text, per tal que sigui al màxim d'actualitzat possible. L'emissora passa d'oferir una radiofórmula informativa completada amb música, a ser una agenda musical i cultural de la ciutat, tot i que manté una base informativa.

⁶³ Acrònim del terme anglosaxó *Electronic News Gathering*, per referir-se a un professional capaç d'enregistrar, editar i redactar notícies, és a dir, de cobrir totes les fases del procés de producció de la informació audiovisual.

per un periodista contractat i un estudiant en pràctiques. A banda, hi ha 7 persones que treballen al web (4 al matí i 3 a la tarda) i 10 persones a la ràdio.

Per als directes estan explorant la tecnologia de la telefonia mòbil, en la qual són pioners. Al Mobile World Congress (MWC) 2015 es va fer un programa exclusivament amb telefonia mòbil. La qualitat és menor, però permet gran immediatesa. La cadena disposa d'una unitat mòbil i quatre motxilles. També han fet proves amb l'iPhone 6, amb el qual fins i tot es poden editar i enviar vídeos. La idea és que la TDT deixi de fer pivotar la producció del continguts informatius, i que es doni a cada contingut el destí més adequat (web, twitter, TDT, etc).

La informació generalista es cobreix mitjançant agències: l'Agència Catalana de Notícies (temes de política catalana i part de les campanyes electorals) i Atlas (Espanya/món). A banda, també hi ha intercanvi de contingut intensiu amb TV3 i, en menor mesura, amb TVE. Amb TV3, a banda de l'intercanvi, es pacten cobertures, és a dir, quin dels dos canals cobreix determinats actes.

Es pot afirmar que la incorporació de Barcelona FM al projecte, ha suposat consolidar la producció d'informatius com una redacció integrada i multimèdia, que difon continguts a través de televisió, web, xarxes socials i, des de 2014, també per ràdio.

4.1.1.9. La innovació tecnològica: una prioritat a l'agenda

BTV ha establert lligams amb la Universitat Pompeu Fabra, per engegar un projecte basat en pilots de nous formats. El vincle amb la universitat permet generar contingut i innovació de manera compartida. La innovació tecnològica i els nous formats són una de les potes de BTV.

Com a exemples, la cadena ha explorat amb la innovació tecnològica durant els MWC, i també en el projecte BTV Reis (realitzat el gener de 2016), que permetia mostrar als nens barcelonins en una pantalla gegant els desitjos que ells mateixos havien enviat just en el moment que la cavalcada de Reis passava per davant seu⁶⁴.

Des de 2015 s'han engegat nous formats, a partir de pilots, en un projecte vinculat amb la Universitat Pompeu Fabra. També cal mencionar el projecte d'un laboratori d'innovació: BTV Lab. La cadena pretén ser una acceleradora d'empreses i un punt de trobada de programes que puguin entrar a la graella. La idea és que les *start-up* puguin desenvolupar les seves idees sobre *big data*, periodisme de dades, periodisme ciutadà, realitat virtual, ciutat intel·ligent o *smart*

⁶⁴ Malgrat que és una iniciativa que se situa fora del lapse temporal que la tesi doctoral analitza, s'ha cregut oportú incorporar-ho per la seva rellevància i perquè va tenir lloc el mes següent a la delimitació temporal de la tesi, el 6 de gener de 2016. Més informació a: <http://www.btv.cat/reis/> [darrera consulta: 19/01/2016].

city, informació de servei, etc., i crear sinergies amb el sector, de manera que BTV pugui aprofitar projectes interessants.

El canal forma part del Clúster de la Indústria Audiovisual de Catalunya, en el qual també hi ha altres actors implicats, com La Xarxa o productores audiovisuals. El Clúster pretén fomentar la competitivitat, l'eficiència i la innovació per a crear noves oportunitats.

4.1.1.10. El pressupost de BTV

A continuació, s'exposa una taula (figura 50) en la qual s'indiquen els pressupostos d'ICB en els anys d'estudi de la tesi doctoral (2011-2015) per tal de veure'n l'evolució.

Any	Pressupost
2015	No es disposa de dades
2014	Total: 17.681.128,57 Aportació pública: 17.159.000 Prestacions de servei: 508.338,57 Altres: 13.790
2013	Total: 17.671.130,08 Aportació pública: 17.118.994 Prestació de servei: 552.136,08 Altres: -
2012	Total: 15.601.282,49 Aportació pública: 14.962.628,70 Prestació de servei: 638.653,79 Altres: -
2011	Total: 16.245.300,32 Aportació pública: 15.298.815,04 Prestació de servei: 944.985,32 Altres: 1.500

Figura 50. Taula evolució pressupost ICB, en euros. Elaboració pròpia a partir dels Comptes anuals d' ICB.

Quan s'examinin les dades exposades, analitzant l'indicador ingressos d'explotació del compte de pèrdues i guanys⁶⁵ dels diversos exercicis que es recullen a les memòries comptables d'ICB,

⁶⁵ En el cas dels altres prestadors analitzats, les dades econòmiques s'han fet a partir del compte de pèrdues i guanys

s'observa que l'aportació pública es va reduir entre 2010 i 2013, però es va recuperar a partir del 2013.

L'aportació municipal, que se situa a partir del 2013 en els 17.150.000€, es fa d'acord amb el Contracte-programa. Segons el darrer Contracte-programa, les necessitats de finançament se situen per al període comprès entre 2014 i 2017 entre els 17.459.000€ i els 17.950.000€. La venda de publicitat comercial ha patit una gran davallada (de 73.817€), que des de BTV s'atribueix a la gran pressió dels grups mediàtics que faciliten la venda de manera conjunta i que fan que anunciar-se a BTV ja no sigui una opció rendible. També s'ha reduït al venda de programes.

El gran volum de les despeses estan destinades a serveis exteriors, tenint en compte que la producció de continguts està externalitzada. Aquestes despeses van evolucionar a la baixa entre el 2010 i el 2013, i es van recuperar el 2014, essent de 15.108.589,45€ el 2011; de 14.912.577,56 el 2012; de 12.687.531,94 el 2013; i de 13.681.602,77 el 2014.

4.1.2. Televisió Badalona (Teleb)

4.1.2.1. Història: uns inicis complexos

El prestador audiovisual públic de Badalona va néixer l'any 2000 com a resultat d'un procés iniciat divuit anys abans⁶⁶. El 26 de maig de 1982, la carta d'ajust de Televisió de Badalona Canal 21 donava pas a la primera emissió de la televisió local a Badalona. Feia poc que en altres indrets de Catalunya s'havien portat a terme emissions de televisió local en el marc de les respectives festes majors, fet que va animar l'Ajuntament de Badalona a emetre una programació de quatre hores diàries durant els tres dies de les Festes de Maig.

El projecte estava liderat pel Gabinet Municipal de Mitjans de Comunicació de l'Àrea de Participació Ciutadana, amb la col·laboració de periodistes i tècnics de Ràdio Ciutat de Badalona i d'altres treballadors municipals relacionats amb la fotografia i el cinema, així com impulsors de la ràdio municipal. El material per a les primeres emissions es va llogar i, després de diverses proves sobre el terreny, es va instal·lar una antena. Es va fer una campanya per convidar els

si aquest és públic o si s'hi ha tingut accés, o partir de dades facilitades pel propi prestador amb l'objectiu de la recerca en cas que no s'hagi pogut accedir a aquest document.

⁶⁶ La història de Televisió Badalona s'ha pogut traçar en aquesta tesi gràcies als documents -en paper i inèdits- facilitats per treballadors del prestador.

ciutadans a sintonitzar el canal 21 de l'UHF per a seguir les emissions.

La programació, durant aquells dies, es va basar en reportatges de les festes, debats, un informatiu, un espai musical i pel·lícules. Els impulsors volien oferir un seguiment de les festes, però també demostrar que la televisió podia ser un mitjà de comunicació d'interès local. L'experiència va ser una mica convulsa, ja que uns dies abans de començar les emissions, l'Ajuntament de Badalona va rebre una carta el Govern Civil de Barcelona que instava l'alcalde a suspendre l'emissió al·legant que l'Estat tenia el monopoli de la televisió.

Tenint en compte que recentment s'havien tolerat iniciatives similars a la de Badalona en altres ciutats com Tordera i Girona, es van tirar endavant els emissions. L'equip emissor va ser precintat per ordre del jutjat de Badalona, però l'endemà el jutge va reconèixer que no tenia competències en aquest tema, ja que l'aparell es trobava en unes dependències municipals i el va desprecintar. El primer dia es va emetre segons el previst fins que el segon dia, mitja hora abans de començar l'emissió, la Policia Nacional va tornar a Badalona i va precintat tots els equips tècnics i, en especial, l'emissor.

La transmissió va ser interrompuda per la mateixa policia. L'alcalde i alguns regidors van ser detinguts unes hores, i diverses persones es van concentrar a la plaça de la Vila en contra del tancament de la televisió i en suport als detinguts. L'11 de juny, es va projectar en una pantalla gegant instal·lada a la rambla, la programació que no es va poder mostrar durant les Festes de Maig.

Durant uns quants anys, el projecte televisiu de Badalona va quedar aturat, fins que l'Associació d'Amics de la Televisió de Badalona va proposar, a través de la Federació Pro-Legalització de les Televisions Locals, que Badalona emetés a través del canal 51 sota el nom de Badiu TV. Aquest projecte, impulsat per un grup de joves estudiants, pretenia tenir certa continuïtat i va aconseguir el seu punt àlgid en la cobertura informativa de les eleccions municipals de maig de 1991.

Bona part de l'equip se'n va acabar desvinculant per les males condicions laborals que el projecte presentava. Abans dels jocs olímpics, la Federació Pro-Legalització de les Televisions Locals decidí deixar lliure la banda de freqüències per evitar possibles problemes tècnics en les retransmissions olímpiques. Va ser a l'octubre de 1992 quan va renéixer el Canal 51 i es va començar a emetre de nou. Es van començar a fer programes amb motiu de celebracions o esdeveniments puntuals.

Després de mesos de negociacions, l'Ajuntament de Badalona va apostar pel mitjà televisiu, amb la compra del 30% de les accions de l'empresa gestora. L'Ajuntament va traspasar a l'empresa

participada diversos equips tècnics i fons d'imatges. Aquesta injecció de recursos anava acompanyada del requisit que l'empresa es professionalitzés, malgrat que el voluntarisme va seguir tenint un pes destacat a la televisió. L'antena es va traslladar al Tibidabo i es va augmentar la potència d'emissió.

El 1996 l'Ajuntament va comprar la totalitat de les accions de la televisió, tot i que l'emissió va quedar en *stand-by* fins l'any 2000. Malgrat que un equip encapçalat per l'antic director, Marc Melillas, treballava perquè la nova televisió funcionés el més aviat possible, la situació política i les discrepàncies entre els dos socis de govern (PSC i CiU) envers el projecte, van fer que no fos fins el 1999, després que el PSC guanyés les eleccions, quan el nou govern municipal va fixar com un dels seus objectius la posada en marxa de la nova televisió de Badalona. Abans del relleu del canal, es van produir canvis en l'estructura organitzativa de l'empresa que gestionava els mitjans de comunicació públics. Ràdio Ciutat de Badalona SA es va convertir en Badalona Comunicació SA. Televisió Badalona va reemprendre les seves emissions el 14 de febrer de l'any 2000.

4.1.2.2. L'organització del canal

La junta general de l'empresa és el ple de l'Ajuntament. Aquest ple nomena un consell d'administració i aquest consell designa el Conseller-delegat. L'empresa Badalona Comunicació SA aixopluga la ràdio, la televisió, i la revista d'informació municipal Bétulo.

BIB Media-Lavínia va guanyar el concurs per muntar la televisió. Aquesta participació va ser puntual ja que, a diferència d'altres prestadors, la producció d'informatius no estava ni està externalitzada i, per tant, els treballadors són contractats per l'empresa pública. Al llarg dels anys, s'ha comptat amb el suport de productores audiovisuals per a la producció de programes d'entreteniment. El local de Badalona Comunicació és la seu de tots tres mitjans. A continuació (figura 51) es mostra l'organigrama de l'empresa.

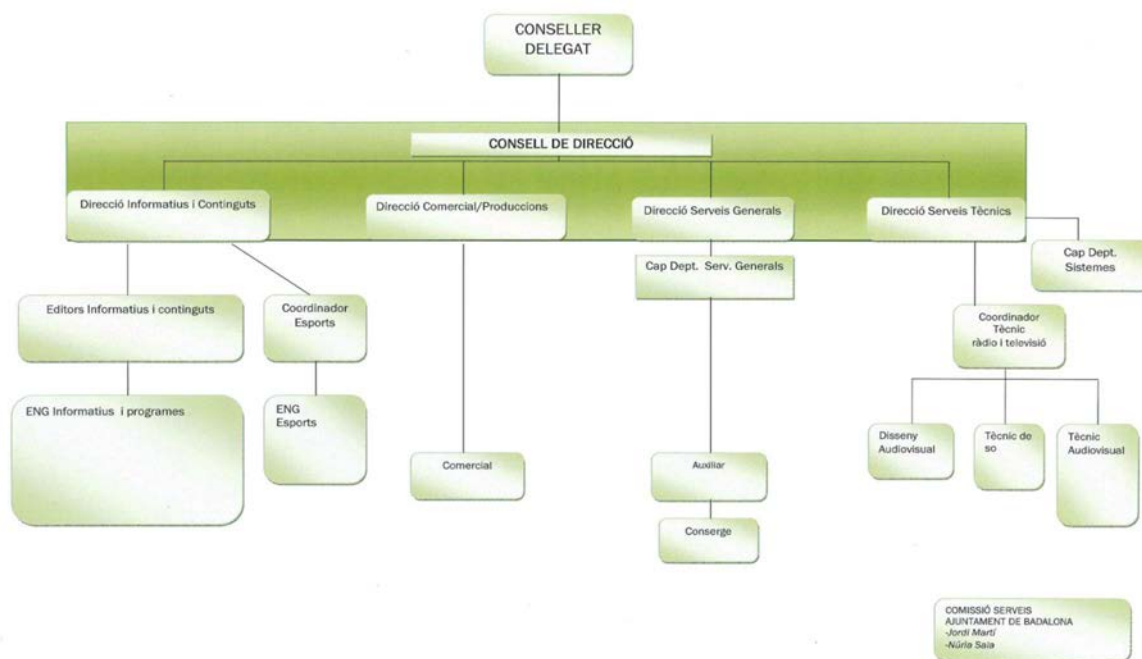


Figura 51. Organigrama de Badalona Comunicació SA. Font: Badalona Comunicació SA. NOTA: Organigrama de novembre de 2015

Més de la meitat dels treballadors són periodistes que aporten contingut als tres mitjans de comunicació. El personal treballa directament per l'empresa, excepte el servei de comercials que capten la publicitat, que està externalitzat. També es compta amb alguns becaris que donen suport en algunes tasques.

4.1.2.3. Reestructuracions del canal

L'any 2012, el nou govern municipal (PP) va reestructurar la televisió, amb l'objectiu d'aconseguir més audiència amb menys plantilla. Aquest era l'encàrrec que se li va fer al nou Conseller-delegat, Alberto Fernández, que va reduir la plantilla de manera notable. També va canviar la imatge de la televisió -en la nova marca, Teleb, el nom de Badalona no hi apareixia- i es va augmentar la producció, sobretot per part de productores externes i gràcies a les connexions en directe. Segons explicava el mateix Fernández (2013) en una entrevista personal feta a propòsit de la recerca, es pretenia tenir en compte la sensibilitat de la població dels barris, formada per persones majoritàriament emigrades d'altres punts d'Espanya i que tenien perfils diferents que els habitants de les zones més cèntriques.

El 2012 es va produir una davallada pressupostària que es va traduir en un ERO. Va afectar un terç de la plantilla i es va passar de 66 a 45 treballadors. En el context de reducció, també es va impulsar una nova via de finançament. Es tractava d'un model anomenat de "coproducció", en què una productora externa es buscava els anunciant per al seu propi programa. Una part dels

recursos que generava la publicitat se la quedava la productora (servia per finançar el programa) i l'altra, es destinava a la televisió. La televisió pública aportava els equipaments (plató i càmeres) i el personal tècnic.

L'ampliació del temps d'emissió per aquesta via, va fer que molts dels continguts fossin generalistes i no de proximitat, com és el cas dels programes *Catalunya Opina*, *l'Olla de Grills* o *Gran Vida*. Algunes veus van criticar aquest model per considerar que la televisió havia fet un viratge ideològic cap a la dreta, i s'oferia una producció menys local amb tertúlies i debats sobre política catalana o espanyola.

El novembre de 2014, el Col·legi de Periodistes de Catalunya va publicar una entrada al seu web⁶⁷ en la qual considerava "molt greu i preocupant la destitució de tots els membres del consell d'administració de Badalona Comunicació que representen l'oposició municipal". Es considerava com un abús de poder impropï en una democràcia, i es recordava la necessitat que els mitjans públics no puguin ser utilitzats per benefici propi per part de cap alcalde o càrrec públic.

El juliol de 2015, després del canvi de govern municipal (Guanyem Badalona en Comú, ERC, ICV-EUiA), el consell d'administració de la Societat va nomenar Josep Viñeta com a nou Conseller-delegat, un perfil professional que va introduir nous canvis al prestador. La filosofia de Viñeta (2016), segons una entrevista personal, era tornar a emetre contingut local, d'acord amb el que preveia la Llei de l'Audiovisual de Catalunya, i col·laborar més activament amb La Xarxa. El nou conseller pretenia impulsar una fórmula en la qual hi hagués menys pica-baralles i més debats per a contrastar idees. D'acord amb un informe intern encarregat a la Universitat Pompeu Fabra, consultat a propòsit de la recerca, alguns dels programes coproduïts vulneraven la legislació audiovisual: emetien publicitat enganyosa i no respectaven la protecció dels menors que estipula la llei.

Per les raons descrites, alguns d'aquests programes es van eliminar de la graella i es va reforçar la producció pròpia. Es va crear un consell de direcció, i es va suprimir la figura del director dels mitjans, atès que el Conseller-delegat va passar a exercir aquesta tasca i a coordinar directament les diverses àrees. L'objectiu de la nova gerència era reforçar la franja del vespre, amb programes que combinessin informació i entrevistes. En aquesta nova etapa també s'hi

⁶⁷ <http://www.periodistes.org/ca/noticia/exigim-direccions-als-mitjans-de-comunicacio-per-merits-professionals-1218.html> [darrera consulta: 20/05/2016].

emmarca l'aprovació d'un Estat Professional i l'impuls d'un Contracte-programa, davant la manca d'aquest document marc.

La nova direcció va optar per mantenir el volum de producció pròpia, però amb continguts més locals i menys generalistes. D'aquesta manera, es van passar a destinar més recursos a l'informatiu, a cobrir les informacions locals i, en cas de fets molt rellevants, les de l'àrea del Barcelonès nord.

4.1.2.4. Producció, rutines i cobertura informativa

Fins el 2012, l'informatiu de la ciutat precedia l'informatiu produït per La Xarxa i, d'aquesta manera, l'espectador tenia informacions locals d'altres àrees de Catalunya. Amb el canvi de govern, es va considerar que la ciutat de Badalona generava un volum de notícies suficient, i es va prescindir dels informatius generalistes. Es va optar per focalitzar l'atenció en la informació local.

Una sola empresa gestiona els tres mitjans municipals, per la qual cosa les informacions es van a cobrir una vegada i els professionals adapten la peça als diferents formats (televisió, ràdio o revista). Al lloc dels fets s'hi desplaça un sol equip, format per un ENG, o un ENG i un becari. Es tracta, per tant, d'una redacció integrada.

Abans de la reestructuració, la producció pròpia de la televisió era de 2 o 3 hores diàries. Des de setembre de 2012, la programació pròpia es va situar en les 7 o 8 hores diàries (entre setmana). Com que hi havia molt menys personal per a produir aquest volum de contingut, es van potenciar els espais en directe. També es va adequar l'estudi de ràdio perquè actués com a plató durant dues hores al dia, bàsicament en la franja de matí. D'aquesta manera, el programa de ràdio es va passar a enregistrar mitjançant tres càmeres automàtiques situades a l'estudi, controlades des de realització.

Els caps de setmana hi ha un equip de professionals que cobreix les informacions per al dilluns, però no s'emet programació pròpia. L'emissió del cap de setmana es basa en repeticions de programes i contingut de La Xarxa. El web⁶⁸ ofereix la graella de programació, l'emissió en directe del canal, però no fa de portal de notícies actualitzat. A través de Twitter s'informa d'alguns successos i també s'anuncien alguns programes de la graella. En l'etapa encetada el 2015, es considera la societat una empresa de continguts de proximitat que els explota en

⁶⁸ <http://www.teleb.cat/> [darrea consulta: 05/05/2016].

diversos suports. Per això, es pretén impulsar el web com a portal de notícies.

A l'informatiu propi, que té dues edicions (migdia i vespre) de mitja hora cadascun, s'hi emeten continguts propis de Badalona i, molt excepcionalment, es cobreixen successos de Sant Adrià de Besòs o de Santa Coloma de Gramenet. El director d'informatius és qui decideix l'escaleta i les informacions que es cobreixen, segons criteris periodístics.

4.1.2.5. El pressupost de Televisió Badalona

La següent taula (figura 52) mostra el pressupost entre els anys 2011 i 2015 del prestador, a partir dels Programes Anuals d'Actuació, Inversions i Finances (PAIF) que ha facilitat la gerència del propi prestador a propòsit de la recerca. Les dades posen de manifest la dràstica retallada en l'aportació pressupostària del 2012, que es va veure reflectida en un ERO.

Any	Pressupost
2015	Pròrroga pressupostària del 2014
2014	Total: 2.210.000 Aportació pública: 2.000.000 Prestacions de servei: 180.000 Altres: 30.000
2013	Total: 2.363.635 Aportació pública: 2.000.000 Prestacions de servei: 333.635 Altres: 30.000
2012	Total: 2.152.171 Aportació pública: 1.684.935 Prestacions de servei: 447.236 Altres: 20.000
2011	Total: 3.342.000 Aportació pública: 2.840.000 Prestacions de servei: 477.000 Altres: 25.000

Figura 52. Taula evolució pressupost Televisió Badalona, en euros. Elaboració pròpia a partir del PAIF de Televisió Badalona.

En l'anàlisi de les dades cal destacar, en l'apartat d'altres, una subvenció provinent d'altres administracions que se suma a l'aportació municipal. L'aportació municipal -que suposa la major

part dels ingressos del prestador- va patir una forta davallada l'any 2012 d'un terç del pressupost, per part del govern popular. Després que l'equip de govern es plantegés si continuar o si tancar la televisió, es va decidir seguir endavant, però amb una retallada substancial de l'aportació pública i amb una reestructuració important. El finançament públic es va recuperar lleugerament l'any següent -malgrat que seguia estant per sota dels nivells de 2011- i s'ha mantingut estable a partir de 2013.

El 2011 es va fer una inversió de 179.307,07€ en el marc de la digitalització, per a l'adquisició de recursos tècnics, per a l'adaptació dels serveis informàtics al sistema digital 16:9 i la renovació de maquinària. Aquell any es van congelar els salaris, i les despeses de personal.

L'any 2012 es preveia reduir en un 42% les despeses de personal, que passaven a ser de 1.250.375€. Es va fer un ERO que va afectar 21 persones, i això va ocasionar que l'import destinat a personal se situés en els 2.166.514€, per les despeses derivades d'aquest expedient. L'any 2013, es van reduir un 22% aquestes despeses de personal, passant a ser de 1.675.019€, una xifra que s'ha mantingut.

En el cas exposat es fa evident com la voluntat municipal i els canvis de govern afecten greument els prestadors públics, especialment en els casos en què no hi ha un Contracte-programa que defineixi els objectius del servei i n'asseguri un finançament estable.

4.1.3. Televisió L'Hospitalet (Televisió L'H)

4.1.3.1. Naixement i etapa d'incertesa

Televisió L'Hospitalet va néixer el 22 de desembre de l'any 2000, per decisió del govern municipal. El canal l'ha gestionat, des dels seus inicis, la Societat Municipal Unipersonal La Farga Gestió d'Equipaments Municipals SA, l'empresa municipal que s'encarrega de gestionar diversos serveis del municipi. Aquesta Societat ja es feia càrrec dels mitjans de comunicació públics locals (la ràdio i una publicació impresa mensual) des de 1997. El següent organigrama (figura 53) mostra l'organització de l'empresa, i on s'ubiquen els mitjans de comunicació dins aquesta corporació que gestiona serveis diversos de la ciutat, com ara de mobilitat o aparcament.

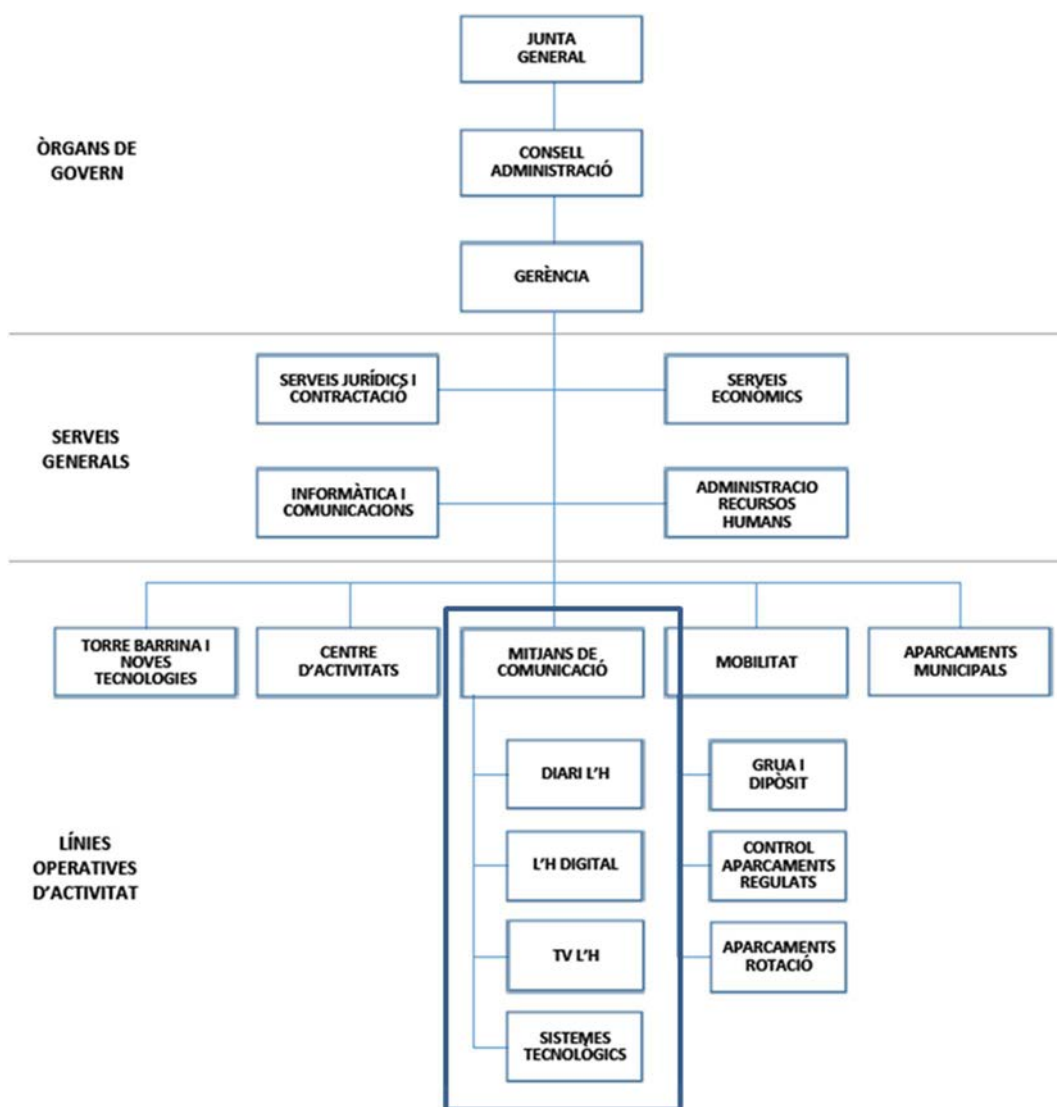


Figura 53. Organigrama de La Farga Gestió d'Equipaments Municipals SA. Font: Web corporatiu <http://www.lafarga.com/corporatiu/organs-govern-la-farga-hospitalet/>

L'edifici on s'ubiquen els Serveis de Comunicació Municipals de L'Hospitalet de Llobregat és propietat municipal i es va construir *ad hoc* per allotjar-hi la televisió i la resta de mitjans. Es disposa d'un plató, equipat amb quatre càmeres, i vuit equips de gravació ENG. El consell general de la Societat està formada per persones relacionades amb els grups polítics municipals i persones de la societat civil.

La creació de la televisió s'emmarca també en la creació del portal web⁶⁹. En una primera etapa, la televisió funcionava amb el personal i la producció externalitzada a una productora audiovisual (inicialment Antena Local i després Lavínia). L'única persona contractada per la

⁶⁹ www.canal-h.com

Societat era la directora, nomenada pel consell d'administració de la Farga.

El volum de programació pròpia durant la primera etapa de la televisió era elevat, ja que es comptava amb una seixantena de persones que treballaven per al mitjà. El pas de la tecnologia analògica a la digital no va suposar cap canvi estructural per al canal, ja que donada la distribució del múltiplex del Barcelonès va seguir existint com un canal públic local, sense la necessitat de crear un Consorci amb cap altre consistori. El 2009 es va reconvertir la pàgina web en L'H Digial⁷⁰, que va esdevenir un portal d'actualitat que, a més, incorporava seccions per a cadascun dels mitjans existents (televisió, ràdio i periòdic), com una aposta cap a les noves tecnologies.

La tardor de 2012 el govern municipal (PSC) va anunciar el tancament de la televisió i dels altres mitjans municipals per raons econòmiques. La clausura es va fer efectiva el 31 de desembre de 2011, coincidint amb la finalització del contracte amb Lavínia, a qui s'havia externalitzat la producció d'informatius. D'aquesta manera, els treballadors de la productora es van quedar sense feina. Aquest tancament que va ser denunciat pel Sindicat de Periodistes de Catalunya⁷¹.

Des d'aquell moment fins el juny de 2012, la ràdio municipal va seguir funcionant amb una programació mínima, feta amb els treballadors interns de la societat municipal (que eren 22), prescindint de tots els col·laboradors i personal extern. També es va seguir editant la publicació impresa i s'actualitzava el web, tot i que de manera menys freqüent.

4.1.3.2. Reformulació del projecte

Donades les pressions dels treballadors per evitar el tancament definitiu dels mitjans, l'Ajuntament va encarregar a la direcció un projecte que fes viable el funcionament dels mitjans amb el personal propi de l'empresa pública. Durant el primer trimestre de 2012, la direcció i les coordinadores dels diversos mitjans municipals, amb un membre del comitè d'empresa i l'enginyera responsable de les telecomunicacions de la Farga, van redactar un projecte, a petició de la presidència de l'empresa pública.

El document *Proposta de Futur dels Mitjans de Comunicació Municipals de L'Hospitalet*, consultat a propòsit d'aquesta recerca, destaca la importància de disposar de mitjans de proximitat a la ciutat. S'hi esmenta que el projecte és fruit d'una condensació per motius econòmics dels mitjans de comunicació de L'Hospitalet, després que el Ple de l'Ajuntament

⁷⁰ www.lhdigital.com

⁷¹ <http://www.sindicatperiodistes.cat/node/5270> [darrera consulta: 13/05/2016].

aprovés, a finals de 2011, el tancament de la ràdio i la televisió públiques.

La remodelació pretenia agafar com a referent el Digital-h, la pàgina web que havia registrat un bon volum de visites, especialment el contingut informatius audiovisual. Es recomanava, no obstant, fer un canvi de nom de la capçalera per donar-li “més força referencial a l’epígraf L’H, que és el referent identificatiu de la ciutat”. El web L’H digital aglutinaria, segons el projecte, informació d’actualitat i proximitat en diversos formats (notícies en text, ràdio i televisió on-line).

El projecte posava èmfasi en la producció de contingut informatiu audiovisual, especialment en forma de notícies, càpsules, petits reportatges, agendes culturals o informació de servei. Es pretenia generar una graella de continguts de 20 minuts, anomenada L’H Actualitat, que cerqués la diversitat de formats periodístics i temàtiques. El text destacava la necessitat d’obrir una via de participació directa amb la ciutadania i de potenciar les xarxes socials.

Es pretenia integrar la redacció dels diversos mitjans, configurant una redacció única multimèdia amb redactors polivalents. També es proposava resoldre un dels problemes que tenien els mitjans, associats a les rutines periodístiques, apel·lant a la necessitat de reorganitzar els horaris del personal per adaptar-los a les necessitats del servei. Es destacava: “La informació no descansa i les notícies, més enllà dels actes programats, es poden produir en qualsevol moment del dia i setmana”. Es demanava, per tant, flexibilitat per a cobrir activitats extraordinàries fora de l’horari establert.

El projecte inicial preveia la reducció de l’oferta informativa de Televisió L’Hospitalet i la reducció de l’activitat de la ràdio. En un document annex presentat amb posterioritat, en concret, el 28 de març de 2012, s’esmentava que, en la línia d’aconseguir un projecte econòmicament viable però que garantís el dret a la informació dels ciutadans, els productes en vídeo i les retransmissions radiofòniques s’emetrien a través de TDT. La proposta d’oferta televisiva diària era de 25 minuts, l’anomenat L’H Actualitat, que s’emetria en bucles de reemissió.

El projecte plantejava conservar la publicació periòdica impresa, per la seva antiguitat i pels baixos costos de producció que suposava una publicació mensual. També pretenia deixar en mínims les retransmissions radiofòniques, que ja no es farien per FM sinó per Internet, i reobrir la televisió, amb el pressupost i el personal de la Societat, que tradicionalment s’havia dedicat a la ràdio. Consideraven que el mitjà televisiu es complementava millor amb el digital, que es volia potenciar per intensificar la presència a l’entorn on-line.

D’aquesta manera, es plantejava una redacció integrada i multimèdia, que funcionés amb el personal intern, i que treballés per a la pàgina web, la televisió i el periòdic de manera conjunta.

Amb el vistiplau de l'Ajuntament, el mes de juny la ràdio va deixar les emissions per FM i es va iniciar un període de formació per als treballadors, per tal que coneguessin les rutines i la tecnologia televisiva. Es va estipular que el portal on-line seguís incorporant un apartat de ràdio. D'aquesta manera, tot i que no hi havia emissió per FM, es podia seguir transmetent un programa d'esports per TDT i on-line. El 25 de maig de 2012, el Consell d'Administració de La Farga va aprovar la remodelació dels mitjans de comunicació municipals de conformitat amb la proposta i l'annex descrits.

Després de la reestructuració, la plantilla dels mitjans de comunicació públics de L'Hospitalet va passar a estar formada per 22 persones (una persona de recepció, un comercial, 15 treballadors de la ràdio, dues persones provinents del periòdic i dues de l'edició digital), i la directora. Això va suposar una reducció dràstica del personal, tenint en compte que el 2010 hi havia 66 treballadors, 42 dels quals treballaven exclusivament per la televisió i el web.

Tot i els cursos de formació impartits al personal, es tracta d'un plantilla poc professionalitzada i que no havia fet mai televisió. A banda de la reconversió del personal, també hi ha hagut canvis estructurals en l'organització de les sales de l'edifici, de manera que la redacció s'ubica en una sola sala complint amb el propòsit esmentat en la memòria de configurar una redacció única.

El canvi de marca s'ha realitzat satisfactòriament, i el contingut televisiu es basa en un bloc informatiu de mitja hora diària que es va repetint, tal com plantejava el projecte. No obstant, la relació laboral amb els treballadors no ha permès aconseguir tanta flexibilitat horària com es preveia, per tal de cobrir actes de la ciutat que es donen a hora diverses.

Cal mencionar que la televisió no disposa d'un Contracte-programa, tal com preveu la llei, ni d'un consell assessor. L'aprovació del ROF es va produir el setembre de 2014⁷².

4.1.3.3. Una aposta per la informació

Els canvis estructurals en el canal van afectar la programació. Si bé abans es feia molta més producció pròpia, com ara un magazín en què es donava veu a les entitats i la societat civil, la programació pròpia ha passat a estar basada en la informació. El prestador de proximitat ofereix un informatiu d'uns 18 minuts, un reportatge diari de 5 minuts (que pot versar sobre una entitat de la ciutat o un tema d'actualitat local), i una agenda d'activitats.

⁷² <http://www.l-h.cat/utills/obreFitxer.aspx?Fw9EVw48XS5V1bLmWdv41SqIIYVVDrvKaZw2CM5NtucqazB> [darrera consulta: 20/05/2016].

Aquest bloc informatiu té una durada de mitja hora i es va repetint al llarg de tot el dia, tenint en compte que la primera vegada que s'emet és a les 19.30h i que, per tant, la informació recent surt al vespre. El 2013 es va signar un conveni amb El Periódico, de manera que Televisió L'H emetia un informatiu generalista breu produït per aquest mitjà a canvi que l'informatiu produït per Televisió L'Hospitalet estigués penjat a la secció local de la versió on-line d'aquest diari. Fins a finals de 2015, en algunes emissions del bloc informatiu, s'oferia aquest espai de notícies en lloc de l'agenda d'activitats. Malgrat que es va mantenir el conveni per tal que l'informatiu local se seguís penjant al seu web⁷³, El Periódico va deixar de produir el bloc informatiu audiovisual. D'aquesta manera, la graella del mitjà està basada en la informació local, que des de la direcció consideren l'element diferencial del prestador.

El bloc informatiu local és la base de la grella de la cadena, que es complementa amb el programa setmanal d'entrevistes anomenat *Som L'H*. També s'emet el ple (gravat per una productora externa, per la manca de recursos propis), que es pot veure en *streaming* al web, i en diferit per la televisió tres vegades a la setmana (la setmana que hi ha ple). A més, s'emeten alguns programes de La Xarxa, però no els espais informatius ja que consideren que s'han de diferenciar de la informació generalista. L'objectiu de la programació és potenciar al màxim el contingut propi i local.

Les informacions les cobreixen periodistes ENG, que fan uns set rodatges al dia. Els diferents torns de personal garanteixen cobertura en l'horari de les 8.30h fins les 22h. És un horari força ampli, però donada la rigidesa dels contractes dels treballadors, hi ha poca flexibilitat per cobrir successos fora d'aquest lapse temporal, fet que a vegades dificulta la cobertura d'alguns temes. Per exemple, a partir de les 20h, tan sols hi ha una persona disponible per a cobrir tots els actes. Si hi ha dos actes ja no es pot donar cobertura a tots dos.

El cap de setmana no es cobreixen els fets noticiables. Tan sols hi ha un treballador per la secció d'esports, però rarament cobreix informacions no esportives. Des del 2015, s'han recuperat algunes emissions especials en directe, com és el cas de la Cavalcada de Reis o les festes de Primavera. Això ha repercutit positivament en l'aportació econòmica de l'Ajuntament, que ha incrementat.

A través del web, s'intenta aportar immediatesa al mitjà. Els periodistes que cobreixen la informació procuren penjar la notícia al portal tan bon punt arriben a la redacció, sempre i quan

⁷³ <http://www.elperiodico.com/es/hospitalet/> [darrera consulta: 20/05/2016].

les rutines televisives ho permetin. Al web hi ha les informacions recents i també el darrer informatiu i reportatge. A banda, a l'aparat de televisió, hi ha totes les notícies i informatius. Per tant, la funció del web és la de la immediatesa, mentre que la televisió aporta més profunditat.

4.1.3.4. Nomenament de càrrecs controvertits

El gener de 2005, el Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) va denunciar els canvis a La Farga de L'Hospitalet⁷⁴, relatius a la creació de la figura del Conseller-delegat de la branca dels mitjans de comunicació. El sindicat considerava que aquest fet contradeia el principi de desvincular els mitjans locals de la dependència orgànica del govern municipal perquè entre les atribucions que se li havien donat s'hi trobaven les de regular, controlar i modificar els continguts d'aquests mitjans.

Davant les crítiques de l'oposició (CiU) pel nomenament d'un "comissar polític", des de La Farga asseguraven que no es pretenia censurar la feina periodística. El sindicat destacava que els canvis introduïts en el funcionament dels mitjans de comunicació es feien sense esperar l'elaboració del reglament sobre mitjans de comunicació que havia de presentar La Farga a instàncies del ple municipal, i que no es va aprovar fins gairebé una dècada després.

L'SPC considerava aquesta situació totalment inoportuna, des del punt de vista d'una gestió democràtica i plural dels mitjans de dependència municipal. Aquest no va ser l'únic nomenament que va generar polèmica. El 5 de desembre de 2014, el Col·legi de Periodistes de Catalunya manifesta la voluntat que el pròxim nomenament dels mitjans públics de la ciutat es fes a través d'un concurs públic "transparent i basat en criteris objectius i professionals"⁷⁵. El Col·legi insistia que les ingerències polítiques són inacceptables, i que cal fer nomenaments a les direccions sense dependència partidistes.

El procés per a triar la direcció dels mitjans de comunicació públics de L'Hospitalet es va resoldre per concurs basat en mèrits professionals. Malgrat això, aquest nomenament no s'ha fet efectiu ja que es va tardar a elevar al Ple i, quan finalment es va portar a Ple (el 2016), no va ser ratificat. Això posa de manifest que no s'ha respectat a nivell polític l'atribució d'una plaça basada en la professionalitat dels candidats.

⁷⁴ <http://www.sindicatperiodistes.cat/node/1923> [darrera consulta: 13/05/2016].

⁷⁵ <http://www.periodistes.org/ca/noticia/mitjans-publics-direccions-professionals-1235.html> [darrera consulta: 13/05/2016].

4.1.3.5. El pressupost de Televisió L'Hospitalet

El finançament de la televisió prové bàsicament de l'aportació municipal, com mostra el quadre de l'evolució pressupostària 2011-2015 (figura 54). Pràcticament no hi ha publicitat i els anuncis que hi ha són de convenis d'intercanvi amb perruqueries o botigues de roba que donen servei a la televisió o anunciants puntuals.

Any	Pressupost ⁷⁶
2015	Total: 2.094.235 Aportació pública: 1.986.945 Prestacions de servei: No hi ha dades Altres: No hi ha dades
2014	Total: 2.073.500 Aportació pública: 1.967.500 Prestacions de servei: No hi ha dades Altres: No hi ha dades
2013	Total: 1.965.000 Aportació pública: 1.859.000 Prestacions de servei: No hi ha dades Altres: No hi ha dades
2012	Total: 2.101.600 Aportació pública: 1.989.600 Prestacions de servei: No hi ha dades Altres: No hi ha dades
2011	Total: 1.835.000 Aportació pública: No hi ha dades Prestacions de servei: No hi ha dades Altres: No hi ha dades

Figura 54. Pressupost Televisió L'Hospitalet, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades de La Farga

⁷⁶ S'ha de tenir en compte que l'aportació municipal engloba tots els mitjans, i que a partir de l'any 2012 els pressupostos també engloben tots els mitjans de comunicació gestionats per La Farga, GEM, SA. (TV, periòdic i LHDigital).

Gestió d'Equipaments Municipals SA.

En l'anàlisi d'aquestes dades, aportades a petició de la investigadora per La Farga SA, cal tenir en compte que s'estan examinant tots mitjans públics de L'Hospitalet de manera conjunta. S'observa que l'aportació pública va davallar lleugerament entre 2012 i 2013, i es va recuperar a partir d'aquell any.

Si bé l'envergadura dels mitjans locals públics de L'Hospitalet ha davallat considerablement, sobretot pel tancament de la ràdio i la disminució del personal, el pressupost destinat a la televisió ha augmentat al llarg dels anys analitzats. La reestructuració, per tant, ha suposat una aposta pel mitjà televisiu en detriment del radiofònic.

4.1.4. Vallès Oriental Televisió (VOTV)

4.1.4.1. Antecedents: una comarca amb prestadors històrics

El Vallès Oriental comptava amb diverses televisions locals històriques, que emetien en analògic. La primera televisió local que va néixer a tot Espanya va ser Televisió de Cardedeu, que va començar a emetre de manera continuada l'any 1983 (Guimerà, 2007). Aquesta televisió s'emmarcava dins el model comunitari, igual que Canal SET, de Santa Eulàlia de Ronçana⁷⁷. Abans de la digitalització, la comarca comptava amb altres prestadors locals a Granollers, Mollet i Caldes de Montbui.

Els límits territorials del Vallès Oriental coincidien amb l'àrea de cobertura d'una demarcació, que podia comptar amb dos programes públics de TDT-L, ja que era considerada un dels casos excepcionals que preveia la llei. Es van concedir els dos canals per a la demarcació, després que el Consell Comarcal del Vallès Oriental manifestés la voluntat de disposar de dos programes de televisió digital local a la comarca, donada la tradició de televisió local.

Granollers i Mollet van ser les localitats que van encapçalar els dos projectes de TDT-L pública, i es van distribuir la comarca amb els municipis de l'entorn amb qui tradicionalment tenien més vincles. L'àrea de Granollers aglutinava 16 municipis, que eren els que van formar part del consorci des d'un principi (l'Ametlla del Vallès, Bigues i Riells, Caldes de Montbui, Canovelles, Cardedeu, la Garriga, Granollers, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, la Roca del Vallès, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Celoni, Sant Pere de Vilamajor, Santa Maria de Palautordera, Aiguafreda,

⁷⁷ Actualment, tots dos projectes s'han reconvertit on-line, i emeten a través dels webs <http://www.rtvcat.com/> i <http://www.canalset.com/>

Cànoves i Samalús).

El setembre del 2009, van començar les emissions del canal i va ser quan es va establir l'obligació als municipis de pagar una quota, en funció dels habitants. A finals d'aquell any, quedaven 12 municipis al Consorci. Un dels municipis que va abandonar el projecte és Cardedeu, que tradicionalment havia tingut una televisió de pes al poble de tipus comunitari. D'aquesta manera, la població que havia vist néixer el model de televisió de proximitat espanyol, es quedava sense formar part de cap Consorci i, per tant, sense televisió que emetés per TDT.

4.1.4.2. Estructura i personal

El Consorci ha perdut municipis d'ençà de la digitalització, però s'ha mantingut estable des del 2013 amb nou ajuntaments integrants (Granollers, Canovelles, les Franqueses del Vallès, la Roca del Vallès, la Garriga, Caldes de Montbui, Bigues i Riells, Aiguafreda i Cànoves i Samalús). El Consorci Teledigital Granollers és l'entitat pública que té la concessió de la televisió, de la qual depèn la Societat Vallès Oriental Televisió SL (figura 55).

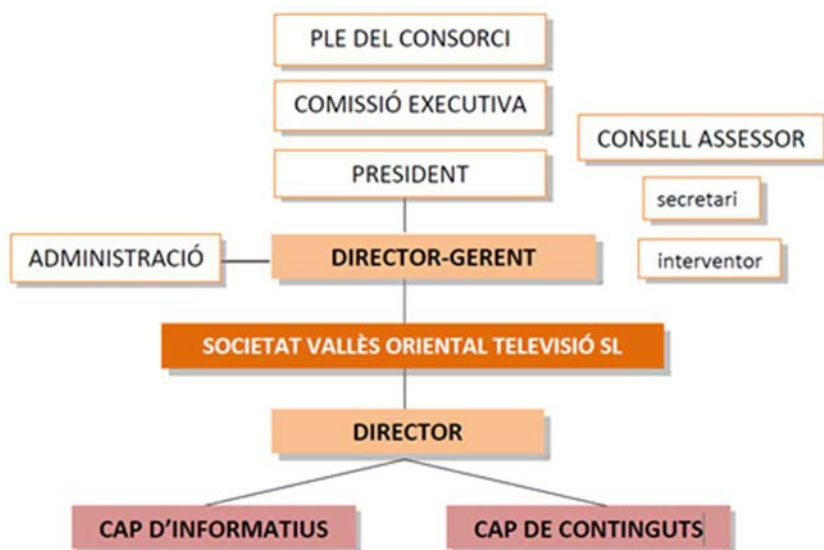


Figura 55. Organigrama Societat Vallès Oriental Televisió, desembre 2014. Font: Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU.

El 2010, es va decidir externalitzar la producció de continguts. L'any 2010 Catalana de Televisió Local (CTL) era l'empresa que gestionava el servei, i el 2011 el concurs públic va ser guanyat per la productora Lavínia. Des d'aleshores, és aquesta productora qui gestiona els professionals que fan funcionar la televisió, tant els periodistes com els tècnics.

El personal que controla els continguts i estableix les directrius de la televisió treballen

directament per la Societat gestora de la televisió. La gestió del personal que s'encarrega de l'elaboració dels continguts (ENGs i personal tècnic) està subcontractada a la productora Lavínia. El gerent del Consorci va assegurar en una entrevista personal que van decidir externalitzar el servei perquè això els permetia una flexibilitat de personal que la normativa que regeix la funció pública no permet (Jordana, 2013). L'estructura de la Societat està formada per tres persones (un director-gerent, una cap d'informatius i una persona d'administració). La plantilla externalitzada està formada per set periodistes, tres tècnics, un productor, i tres periodistes de cap de setmana, després que es produïssin quatre acomiadaments entre 2011 i 2012. A banda, hi ha col·laboradors *freelance* i un agent comercial autònom.

Vallès Oriental Televisió té la seu a l'espai Roca Umbert, una antiga fàbrica reformada que s'ha reconvertit en un gran centre que ha volgut aplegar la producció audiovisual i cultural de la ciutat de Granollers. L'edifici que alberga les instal·lacions de la televisió acull un viver d'empreses audiovisuals, amb l'objectiu d'establir sinergies amb aquestes productores i també entre elles.

VOTV té un conveni de col·laboració amb Granollers Audiovisual (l'empresa que gestiona l'equipament), i paga un lloguer per la redacció i un plató, i també pels equipaments tècnics, que van ser comprats, inicialment, per aquesta empresa. Aquest equipament està dotat de fibra òptica, platós i espais a disposició de les empreses que hi tenen la seu. A banda, en el recinte també hi ha una biblioteca, espais per a la creació artística i una sala d'exposicions.

El primer Contracte-programa subscrit pel Consorci va ser aprovat per al període 2011-2015, i el 2016 s'ha renovat per a un període de quatre anys⁷⁸. Es tracta d'una actualització del primer, sense canvis substancials, que assegura unes missions clares de servei públic i un finançament estable del canal. Entre d'altres, el document assegura una programació estable, formada per un informatiu diari rigorós i de qualitat, així com programació d'entreteniment i infantil.

4.1.4.3. Rutines i producció informativa

Pel que fa a les informacions diàries, només es cobreixen les notícies que tenen lloc als pobles que són membres del Consorci, amb excepció dels successos excepcionals. Ara bé, dins d'aquest radi de cobertura, mana el criteri periodístic (nombre de persones a qui afecta, repercussió pel territori, etc.). La cap d'informatius és qui decideix quines notícies es van a cobrir i quines no, i al lloc dels fets s'hi desplaça un professional ENG. Aproximadament, cobreixen una dotzena de

⁷⁸ <http://consorci.votv.cat/fitxer/966/CONTRACTE%20PROGRAMA%202016%202019.pdf> [darrera consulta: 12/05/2016].

notícies al dia.

VOTV ha intensificat les col·laboracions amb les ràdios públiques dels municipis que formen part del Consorci, tot i que no es tracta de redaccions integrades. Amb ràdio Granollers o amb ràdio Silenci de la Garriga es fan retransmissions conjuntes, i també hi ha sinergies amb el personal de Ràdio Caldes (la directora participa en un programa de la televisió, com a exemple d'aquestes relacions).

Des de la direcció del prestador assumeixen que no estan complint els mínims reglamentaris de producció pròpia, però no perceben que el CAC sigui estricte amb l'acompliment d'aquest requisit. La producció pròpia de la televisió es redueix a dues hores diàries, bàsicament d'informació local: un informatiu de mitja hora al vespre, debats i tertúlies. El següent gràfic (figura 56) mostra que bona part de la producció prové de La Xarxa⁷⁹.

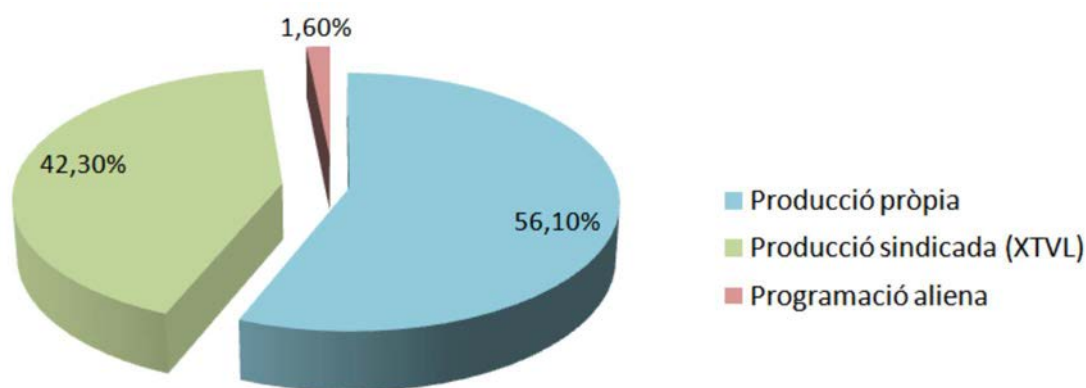


Figura 56. Gràfic de la producció de VOTV. Font: Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU

El mitjà compta amb un web, on es penjen els vídeos. També s'ha desenvolupat, conjuntament amb una empresa informàtica, una aplicació per a mòbils i tauletes, i s'estableix *feedback* amb el públic a través de les xarxes socials (Facebook, Twitter i Youtube).

4.1.4.4. El pressupost a Vallès Oriental Televisió

El quadre següent (figura 57) mostra l'evolució del pressupost de Vallès Oriental Televisió entre els anys 2011 i 2015, extret de les memòries d'activitat de VOTV.

Any	Pressupost
2015	No es disposa de dades

⁷⁹ En aquest gràfic, es comptabilitzen totes les difusions que es fan dels programes com a producció pròpia.

2014	Total: 878.083,14 Aportació pública: 637.000 Prestacions de servei: 234.201,34 Altres: 6.881
2013	Total: 826.839,15 Aportació pública: 632.294,36 Prestacions de servei: 194.544,79 Altres: -
2012	Total: 839.856,59 Aportació pública: 663.697,63 Prestacions de servei: 176.158,96 Altres: -
2011	Total: 957.907,11 Aportació pública: 819.772,44 Prestacions de servei: 138.134,67 Altres: -

Figura 57. Taula evolució pressupost Vallès Oriental Televisió, en euros. Elaboració pròpia a partir de les Memòries anuals d'activitat de VOTV⁸⁰.

Les aportacions rebudes per part del Consorci es reflecteixen en el Contracte-programa subscrit entre Vallès Oriental Televisió i el Consorci Teledigital Granollers. Ateses les aportacions provinents dels diferents ajuntaments, es pot establir que VOTV representa per cada ciutadà de les poblacions que integren el canal una despesa anual aproximada de 4,57€.

L'aportació pública es va reduir del 2011 al 2012, i s'ha mantingut estable des d'aleshores. Per contrarestar-ho, han augmentant els ingressos provinents del mercat, que sorgeixen majoritàriament de la venda de producció de programes (un 52,68% del total d'ingressos provinents del mercat, segons dades del 2014), però també de publicitat (31,26%), la venda de notícies (13,20%) i altres ingressos (2,85%).

La Xarxa -entitat que articula bona part de la producció de programes i l'anomenada venda de notícies- té un pes important en el finançament del mitjà. La major part de la despesa va a parar als serveis externs, ja que la producció d'informatius està externalitzada. El gràfic següent (figura

⁸⁰ <http://consorci.votv.cat/activitat-de-votv/memoria-d-activitat-de-votv> [darrera consulta: 12/05/2016].

58) posa de manifest que el pressupost s’ha mantingut estable des del 2012, i que s’han incrementat progressivament els ingressos provinents del mercat.

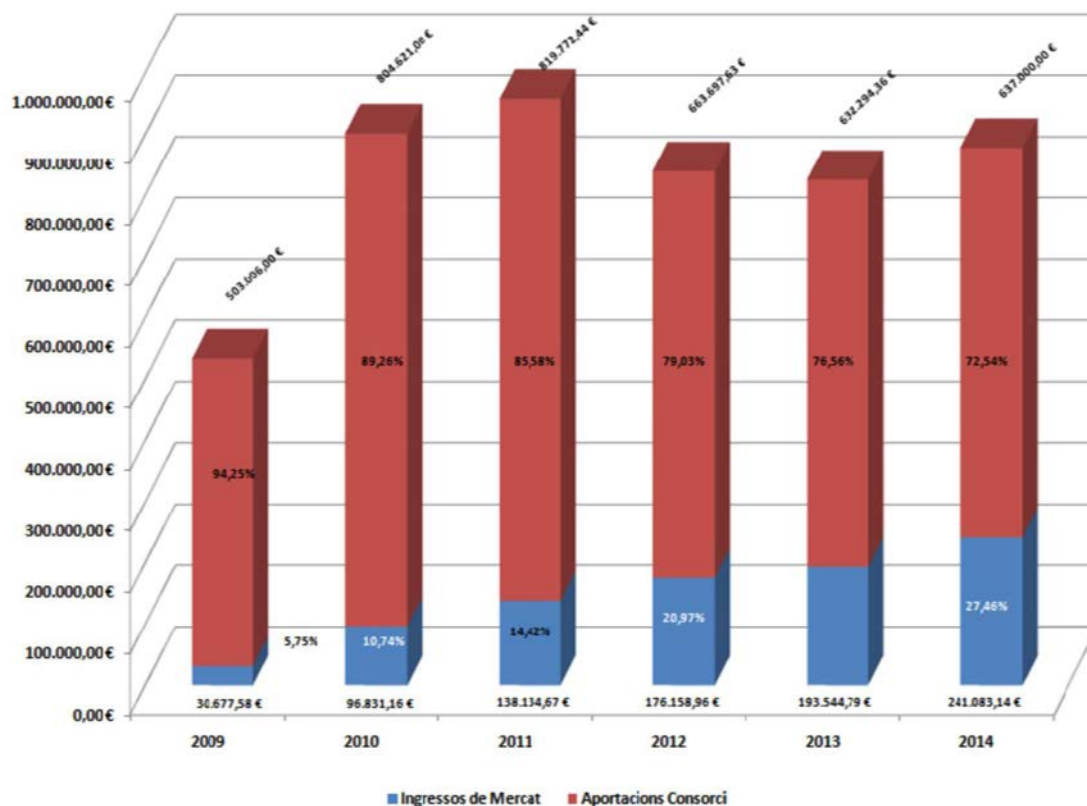


Figura 58. Evolució del pressupost de VOTV. Font: Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU.

L’entrada i, sobretot, la sortida de municipis al Consorci en va afectar el finançament, fet que es va procurar compensar a través dels ingressos del mercat. El pressupost de la televisió va davallar un 30% entre el 2010 i el 2013, però s’ha mantingut estable a partir d’aleshores. Es disposen dades oficials fins al 2014, com mostra el gràfic (figura 53), i les fonts personals han confirmat aquesta tendència també en el 2015 i 2016. En els inicis de la televisió s’encarregaven programes a productores del territori, però es va prescindir d’aquest servei per tal de mantenir els informatius.

Els ingressos del canal provenen bàsicament de les subvencions (72,54%), tot i que també aporten ingressos les vendes i la prestació de serveis (27,46%), segons la Memòria 2014 Vallès Oriental Televisió SLU⁸¹. Si bé el 2012 el pressupost va davallar, com va passar amb altres prestadors, Vallès Oriental Televisió exemplifica el cas d’una televisió que va aprovar un

⁸¹ <http://consorci.votv.cat/fitxer/960/MEM%C3%92RIA%202014%20VOTV.pdf> [Darrera consulta: 15/04/2016].

Contracte-programa que en garanteix l'estabilitat. Igualment, es tracta d'un prestador que ha sabut compensar la davallada d'aportació pública mitjançant l'increment dels ingressos provinents del sector privat.

4.1.5. Vallès Visió

4.1.5.1. Orígens: Mollet com a líder del projecte

El 13 de setembre de 2006 es va constituir el Consorci Teledigital Mollet, integrat per nou municipis (Mollet, Parets, Montornès, la Llagosta, Montmeló, Sant Fost de Campsentelles, Martorelles, Vallromanes i Vilanova del Vallès), i el canal es va posar en marxa el març de 2010. Dins l'àrea d'influència de Mollet, tan sols un, el més petit, va decidir no formar part del Consorci des del principi: Santa Maria de Martorelles.

Dins del Consorci, l'única població que tenia experiència prèvia en televisió era Mollet, la ciutat més gran i la que va liderar el projecte. Canal Mollet era una televisió local, que va començar a emetre l'any 1999 i que ho va fer fins el moment de la digitalització el senyal. Des que es va crear el Consorci, tres poblacions el van abandonar per raons econòmiques, i el Consorci ha passat a estar format per sis municipis: Mollet del Vallès, Parets del Vallès, Montornès del Vallès, Montmeló, Martorelles i Vallromanes.

El prestador no compta amb l'existència d'una societat gestora, i la producció de continguts està externalitzada. Des del Consorci asseguren que el fet d'externalitzar la producció de contingut, un fenomen que també es dona en altres prestadors, respon a una voluntat de dinamitzar el sector audiovisual i de tenir més flexibilitat pel que fa als treballadors. El 2010, l'empresa Lavínia va ser l'adjudicatària del servei⁸².

En quant als costos de transmissió del senyal, des del Consorci asseguren que no se'ls ha repercutit tot el cost de l'emissió que s'hauria d'haver incrementat notablement després del tancament d'alguns prestadors del MUX. Cada mes, el Consorci paga 8.000€ en concepte de rènting, per cobrir el material nou que es va comprar per posar en marxa la televisió, que va

⁸² El 2016 el concurs l'ha tornat a guanyar el grup Lavínia, amb New Media Audiovisual SL com a empresa adjudicatària. En aquest concurs, es van augmentar els requeriments d'equips tècnics, especialment càmeres i material per a fer retransmissions en directe. El preu de sortida de l'adjudicació era menor, ja que es reduïen les produccions de programació a l'estiu i es preveia que l'informatiu es fes sense presentador en aquesta època de l'any. El personal es mantenia, fet assegurat mitjançant una clàusula de subrogació. La gestió de la publicitat de Vallès Visió també està externalitzada. Resolució del concurs: <http://www.vallesvisio.cat/wp-content/uploads/2016/05/Acta-valoració-sobres-B-i-C.pdf> [darrera consulta: 19/05/2016]

costar 1,5M € en total.

El Consorci té un treballador directe, l'administrativa, que també fa tasques periodístiques. Algunes funcions del consorci les assumeixen a temps parcial funcionàries de l'Ajuntament de Mollet. És el cas de la interventora, la tesorera i la secretària, que és la cap dels serveis jurídics del consistori. L'assessor gerencial també depèn del Consorci, malgrat que no té dedicació exclusiva. Fins el març de 2013 hi havia la figura d'un director de la televisió, que va ser acomiadat i que no es va substituir. Bona part de les funcions del director van passar a ser exercides pel gerent.

L'acomiadament es va justificar per raons econòmiques. Malgrat això, dies abans, el director havia posat el càrrec a disposició del Consorci, tal com expressava en una carta pública consultada per a la recerca⁸³, i havia denunciat censura al canal. També considerava que no li permeten exercir les funcions per les quals l'havien contractat i es mostrava en desacord amb la proposta del Consorci de modificar el contracte amb Lavínia a la baixa. A banda de les denúncies de censura prèvia, el mitjà també va ser acusat per la premsa local de tenir massa vincles amb l'Ajuntament. A les demandes de l'antic director, en què assegurava que no se'l deixava dirigir la televisió amb independència, cal sumar-hi un correu electrònic filtrat a la premsa, en què el responsable de comunicació de l'Ajuntament donava directrius a l'assessor-gerent sobre l'enfocament que s'havia de donar a una informació⁸⁴.

L'Ajuntament de Mollet va cedir l'edifici on s'ubica la seu de la televisió, i també els despatxos

⁸³ <http://www.digitalvalles.cat/images/pdf/informe-vv.pdf>

⁸⁴ Aquestes informacions van aparèixer en diversos mitjans digitals:

<http://www.naciodigital.cat/naciogranollers/noticia/15999/director/valles/visio/denuncia/censura/al/canal>;

<http://comunicacio21.cat/2013/03/acomiadat-el-director-de-valles-visio-despres-de-denunciar-censura/>;

<http://www.aravalles.cat/noticia/109874/la-gerent-de-mollet-comunicacio-i-lassessor-de-valles-visio-han-muntat-un-gabinet-privat-d>

El Tribunal Superior de Justícia de Catalunya va emetre una sentència el maig de 2016, en la qual obligava el Consorci Teledigital Mollet a indemnitzar Jordi Seguer com a director de Vallès Visió, després del seu acomiadament el març de 2013. La sentència declara nul l'acomiadament perquè vulnerava el dret a la llibertat d'expressió. La condemna preveia la readmissió en idèntiques condicions a les que tenia abans de l'acomiadament i l'abonament dels salaris deixats de percebre durant els darrers tres anys.

<http://www.contrapunt.cat/noticia/24633/valles-visio-haura-de-readmetre-seguer-com-a-director-del-canal>

del Consorci, per tal que el prestador en fes ús. Els dos professionals del Consorci (l'administrativa i l'assessor-gerent) compten amb despatxos en un espai independent a la televisió, i també amb una taula i un despatx a la mateixa seu de la televisió. El centre de serveis El Lledoner és l'edifici que acull la televisió. Es tracta d'un equipament que compta amb diferents serveis. A la planta baixa, el centre de serveis de la gent gran, mentre que al primer pis s'ubica Ràdio Mollet del Vallès. Tot i que la televisió comparteix edifici amb la ràdio, els professionals de tots dos mitjans no treballen de manera conjunta.

L'octubre de 2014 l'assessor gerencial va passar a ser Manel Carvajal, en substitució de Feliu Tura que havia deixat el càrrec al juny. La nova gerència va seguir la línia del seu predecessor, i va optar per potenciar el contingut local. L'informatiu diari es va mantenir com a buc insígnia, i es va reforçar. Els esforços es van centrar en donar més veu a les entitats i augmentar la qualitat de l'informatiu⁸⁵.

4.1.5.2. Producció i rutines informatives

La producció pròpia es va rebaixar el 2014, després d'una reducció substancial del pressupost. El prestador emet un informatiu diari de mitja hora, al vespre, després que se suprimís el del migdia. També es van eliminar tres programes propis de la graella, que suposaven una hora setmanal de producció pròpia. El canal produeix entre una hora i mitja i dues hores de programació pròpia diàries. La resta de la graella, la conformen redifusions i connexions amb La Xarxa.

Les informacions que es cobreixen tenen lloc a poblacions que integren el Consorci i hi fan aportació econòmica, amb excepció dels grans esdeveniments. La intenció del Consorci és que es vagin a cobrir els actes que es fan a tots els municipis que paguen. La cap d'informatius és qui decideix els temes que es cobreixen i els que no, amb la supervisió i consells de l'assessor gerencial.

El canal compta amb una pàgina web, on s'hi pot veure l'emissió en directe i on també s'hi penegen vídeos. Tot i que el funcionament no és conjunt amb la ràdio, sí que en alguns casos s'aprofiten continguts, com ara declaracions. La presa de decisions sobre els continguts la duu a terme la cap d'informatius, amb la figura de l'assessor per ajudar a fer les valoracions.

⁸⁵ Segons una conversa telefònica mantinguda amb Manel Carvajal, gerent del Consorci Teledigital Mollet, el 3 de juny de 2016.

Tradicionalment la televisió de Mollet comptava amb voluntaris, però des del Consorci argumenten que la institucionalització de la televisió ha suposat traves burocràtiques que fan difícil estipular formes de col·laboració altruista reglades.

4.1.5.3. Incompliments de la normativa

Vallès Visió incompleix la normativa audiovisual en diversos aspectes. Per garantir l'autonomia dels òrgans de gestió del servei públic audiovisual local respecte dels òrgans de govern corresponents (consorcis), la llei contempla l'aprovació d'un Contracte-programa, per definir els objectius específics de servei públic. El prestador no disposa d'aquest document.

Per altra banda, el canal no disposa d'una direcció que dugui a terme les decisions de contingut en base als principis de gestió directa del servei. Les decisions de contingut són compartides entre l'assessor gerencial i el cap d'informatius, que és una persona contractada per la productora externa que gestiona el serveis informatius.

D'acord amb els preceptes de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, la gestió directa del servei públic d'àmbit local exigeix que l'ens o l'organisme de gestió corresponent assumeixi la definició, l'elaboració i la distribució dels continguts audiovisuals, sens perjudici de la possibilitat de comptar amb el suport del sector privat, d'acord amb els termes i els límits que determina l'article 23.3 de la Llei (és a dir, en els casos en què sigui necessària la disponibilitat de mitjans materials o professionals diferents dels de l'ens o societat responsable de la gestió, supòsit que requereix una decisió motivada). Per tant, aquesta externalització de la producció dels continguts estaria contemplada per la normativa, sempre i quan la definició dels continguts no la dugui a terme personal extern a l'entitat.

L'acord 229/2007 del CAC, anomenat "Els límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local", estipula les funcions que no poden ser externalitzades a tercers:

- Confecció de la graella diària.
- Elaboració de l'escaleta i del desenvolupament dels continguts dels programes informatius.
- Selecció de les persones convidades a tertúlies, debats i a altres formats de participació de grups polítics i socials significatius.

L'assessor gerencial realitza algunes tasques de gerència, però la direcció de continguts va a càrrec del cap d'informatius, que és un treballador de l'empresa externalitzada, en contra del que estipula la Llei i de l'acord del CAC.

4.1.5.4. Relació entre dos prestadors d'una comarca

Al novembre de 2012, Vallès Oriental Televisió i Vallès Visió van signar un conveni, pel qual es comprometien a intercanviar continguts (notícies, retransmissions esportives i un programa de debat), quan aquests afectessin les àrees d'influència de les dues televisions. L'objectiu era establir sinergies, reduir costos i optimitzar tot el potencial d'aquestes televisions, sense perdre cap d'elles la seva pròpia identitat⁸⁶.

La relació i les sinergies entre els dos prestadors s'han intensificat en la producció de continguts conjunts i també en la col·laboració en informatius. Les dues televisions s'han unit per elaborar el programa infantil "Planeta Canalla" amb el suport de La Xarxa i intercanvien les informacions que afecten les dues àrees, de manera que només es vagin a cobrir per una de les dues parts.

4.1.5.5. El pressupost de Vallès Visió

A continuació, es presenta una taula (figura 59) amb les dades econòmiques del Consorci Teledigital Mollet per analitzar-ne l'evolució.

Any	Pressupost
2015	Total: 732.447,58 Aportació pública: 702.184,34 Prestacions de servei: - Altres: 30.263,24
2014	Total: 732.447,58 Aportació pública: 702.184,34 Prestacions de servei: - Altres:30.263,24
2013	Total: 1.063.295,59 Aportació pública: 1.024.645,59 Prestacions de servei: - Altres: 38.650

⁸⁶ <http://www.contrapunt.cat/noticia/18291/valles-visio-i-votv-collaboraran-per-reduir-costos>

2012	Total: 1.024.094,08 Aportació pública: 980.589,55 Prestacions de servei: - Altres: 43.504,53
2011	Total: 1.276.135,72 Aportació pública: 1.232.631,19 Prestacions de servei: - Altres: 43.504,53

Figura 59. Taula pressupost Vallès Visió, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades del Butlletí Oficial de la Província de Barcelona (2011-2013) i dades facilitades pel propi prestador (2014-2015).

Cada ajuntament membre del Consorci finança l'ens amb una quantitat que va en funció de la seva població. El finançament prové de fons públics (95%) i també recursos propis (5%), com ara publicitat i la retribució de La Xarxa per l'aportació de continguts. A la taula presentada (figura 54) es mostra una davallada de 200.000€ en el pressupost de l'any 2012, provinent de la baixada en l'aportació municipal, ja que l'apartat d'altres, que inclou els ingressos patrimonials i altres ingressos, es va mantenir.

El 2013 es va fer un ERO que va suposar que tres persones fossin acomiadades (un periodista, un tècnic i un productor) i que es rebaixessin les hores de treball d'alguns dels treballadors. A banda, es va desengreixar l'estructura del Consorci amb l'acomiadament del director del prestador, que no es va substituir. També es va renegociar la concessió amb la productora Lavínia, a qui s'havia externalitzat la producció d'informatius, amb el pressupost de la concessió un 30% a la baixa, segons dades del prestador.

En els pressupostos del 2014 s'observa una altra davallada substancial de 300.000€, mentre que el pressupost es va mantenir l'any següent. Segons l'acta de la mesa de contractació de 2016, la proposta econòmica de l'empresa adjudicatària per a la nova licitació de la gestió d'informatius és de 650.000€.

4.1.6. MaresmeDigital (m1tv)

4.1.6.1. Els inicis de MaresmeDigital: dos canals per una comarca

El Consorci Digital Mataró-Maresme es va constituir el 12 de desembre de 2006 per a la gestió del canal públic de TDT de la demarcació de Mataró. En el seu naixement, l'integraven 13 municipis de la comarca del Maresme i el Consell Comarcal del Maresme, amb uns percentatges de participació econòmica que anaven en funció del número d'habitants de cada població. Els

membres consorciats eren municipis del baix Maresme, és a dir, ubicats a la meitat sud de la comarca: Mataró, el Masnou, Argentona, Premià de Dalt, Sant Andreu de Llavaneres, Alella, Vilassar de Dalt, Tiana, Teià, Cabrils, Sant Vicenç de Montalt, Cabrera de Mar i Caldes d'Estrac, així com el Consell Comarcal del Maresme.

Cap d'aquests municipis comptava, d'entrada, amb experiència en televisió pública, així que la televisió va començar de nou, tant pel que fa a la compra de material -que es va adquirir d'última generació, amb platós virtuals i tecnologia HD- com a la incorporació de personal. La inversió inicial per posar en marxa el canal va ser d'un milió d'euros. M1tv va ser un dels primers canals públics de TDT-L i va néixer com una televisió digital multiplataforma.

El Maresme havia apostat fortament per la televisió de proximitat, amb un model ambiciós basat en la coordinació de dos consorcis per a gestionar dos canals. En els seus inicis, la demarcació comptava amb un altre canal públic, m2tv, que depenia del Consorci Teledigital Maresme Nord, format per ajuntaments de l'alt Maresme, és a dir, poblacions ubicades a la meitat nord de la comarca. El Consorci Teledigital Maresme Nord va ser constituït el 17 d'abril de 2007 pels municipis de Calella, Arenys de Munt, Tordera i Canet de Mar i pel Consell Comarcal del Maresme. El 4 de febrer del 2009 s'hi van adherir els ajuntaments de Pineda de Mar, Palafolls, Santa Susanna i Sant Cebrià de Vallalta.

L'ens gestor del prestador de l'alt Maresme era Ràdio Calella, i la seu se situava en aquesta localitat, que va liderar el projecte essent un prestador que ja tenia tradició de televisió local pública. Un altre municipi d'aquest Consorci que tenia tradició en televisió era Arenys de Munt, que ja comptava amb Televisió d'Arenys de Munt (TAM) en analògic i que va ser un dels municipis més implicats en el projecte.

Els dos consorcis, per tant, els formaven ajuntaments de la demarcació (que en aquest cas coincideix territorialment amb la comarca), distribuïts de manera geogràfica (baix Maresme i alt Maresme). Els dos consorcis es governaven d'una manera coordinada. Cada canal no difonia informacions tan sols de la seva àrea (baix i alt Maresme), sinó que s'aprofitava la cobertura comarcal d'ambdós per actuar un com a canal principal i l'altre com a canal secundari, com ha explicat Maria Ballester (2013), coordinadora del Consorci Digital Mataró-Maresme, en una entrevista personal feta per a la recerca. Es feia un sol informatiu, presentat i realitzat des dels estudis de m1tv, que es nodria amb les notícies que es generaven a les dues zones.

Hi havia dues seus territorials: una a Mataró i una altra a Calella, dotades de professionals que proveïen notícies per als dos canals. Els periodistes ubicats a Mataró cobrien informativament l'àrea del baix Maresme, mentre que els periodistes que treballaven a Calella cobrien l'alt

Maresme. M1tv difonia les informacions més recents, i a m2tv s’hi emetien les repeticions.

Aquest model no va prosperar, principalment per problemes econòmics, ja que els municipis responsables del seu funcionament veien inassumible el cost que representava. El 23 de novembre del 2011 va començar el procés de dissolució del canal m2tv. En aquells moments, al Consorci Teledigital Maresme Nord només hi quedaven Calella, Arenys de Munt, Tordera, Canet i el Consell Comarcal; i Tordera ja havia anunciat que abandonaria el projecte perquè el senyal no arribava al municipi. Els ajuntaments consorciats es van comprometre a eixugar el deute que s’havia acumulat. Amb la dissolució d’aquest consorci, també es va tancar m2tv i es va donar per finalitzat l’intent de crear un model de televisió de proximitat conjunta, que emetés en dos canals.

M1tv és el canal que ha seguit endavant, tot i que també ha arrossegat problemes econòmics. La situació econòmica s’ha anat complicant, tenint en compte que força municipis van anar abandonant l’ens. El 2015 les poblacions que integraven el Consorci eren només tres: Cabrera de Mar, Caldes d'Estrac i Mataró. L’organigrama (figura 60) mostra que la societat que gestiona el Consorci és Mataró-Maresme SLU.

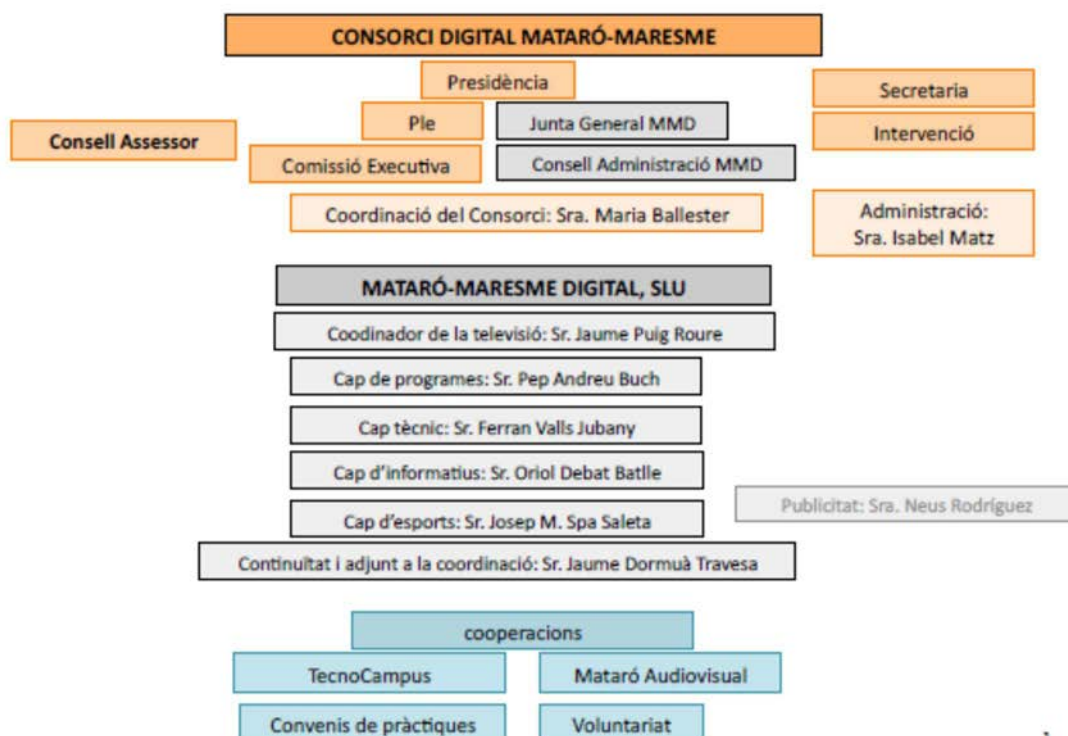


Figura 60. Organigrama del Consorci Digital Mataró-Maresme. Font: Consorci Digital Mataró-Maresme.

S'ha aprovat un Contracte-programa que estipula les missions i finançament del canal.

4.1.6.2. La integració de Televisió de Mataró al projecte

En el mapa de les televisions públiques de la comarca, cal tenir en compte un altre actor: Televisió de Mataró. Es tracta d'una televisió privada, tot i que tenia característiques que l'apropaven al model comunitari, que el 2009 va ser absorbida per la Societat que gestiona MaresmeDigital. Aquest prestador privat és cabdal per entendre el model audiovisual de la comarca, ja que ha estat la televisió històrica de referència.

Televisió de Mataró depenia del finançament privat i no es va poder adaptar a la digitalització, en motiu de la davallada d'ingressos que provenien dels anunciants i dels elevats costos de distribució del senyal. L'aparició d'una nova televisió pública d'abast comarcal no feia res més que agreujar aquests problemes, ja que compatien pel mateix target. De fet, es feien la competència mútuament, tant pel que fa a audiència com pels anunciants.

Progressivament, el canal m1tv va passar a dependre més dels ingressos per publicitat i venda d'altres serveis, que de les aportacions que els ajuntaments feien al Consorci. Aquest fet motivava la integració de Televisió de Mataró al projecte, ja que els dos prestadors audiovisuals estaven competint pel mateix mercat publicitari i passaven dificultats econòmiques.

Per la tradició i arrelament de la televisió a la ciutat, l'Ajuntament de Mataró va comprar a Televisió de Mataró tot l'arxiu audiovisual i va decidir integrar bona part de la seva estructura al Consorci Digital Mataró-Maresme. Televisió de Mataró va deixar d'emetre per la seva llicència i una part del personal es va integrar a l'equip de m1tv. Aquesta absorció va millorar el finançament de la televisió pública, perquè molts anunciants van passar de Televisió de Mataró a MaresmeDigital.

4.1.6.3. De televisió comarcal a televisió de ciutat

Del consorci en depèn l'empresa que gestiona el canal, Mataró Maresme Digital SLU (fins al 2009 l'empresa gestora era Mataró Audiovisual, que també gestionava l'emissora de ràdio municipal Mataró Ràdio). L'any 2007, aquesta empresa va decidir externalitzar la producció de contingut, i l'adjudicatària del concurs va ser la productora Lavínia. El contracte amb aquesta empresa va finalitzar el gener del 2012, i ja no es va renovar, fet que va provocar una dràstica reducció del personal que treballava a la televisió.

Les quatre poblacions de la comarca amb tradició històrica de televisions són Mataró, Calella, Arenys de Munt i Vilassar de Mar. La capital de la comarca és la que lidera el projecte de TDT-L, hi aporta la major part del finançament i també concentra la majoria d'informacions que s'hi

emeten. Pel que fa als altres tres municipis, que ja no estan adherits al Consorci, és destacable que tots estan treballant en projectes de televisió per Internet. Calella, Arenys de Munt i Vilassar de Mar (que mai es va integrar en el projecte) disposen de canals de televisió municipal on-line.

MaresmeDigital té la seu al centre universitari i tecnològic Tecnocampus de Mataró, amb qui té un conveni de col·laboració. D'aquesta manera, s'estableixen sinergies amb la universitat, com ara la utilització compartida dels platós. El centre universitari també acull un viver d'empreses, de manera que la seu del prestador s'integra en un espai de coneixement i innovació tecnològica.

Si bé el projecte es va iniciar de la mà d'un Consorci de nova creació que aplegava bona part dels municipis de la comarca (al principi eren dos Consorcis que gestionaven dos canals, fins que es va passar a un), el model ha anat evolucionant cap a una televisió municipal de ciutat, que també produeix notícies dels altres dos municipis membres del Consorci. En aquesta evolució cal tenir en compte la integració al projecte un prestador històric, de titularitat privada que complia una funció de servei públic audiovisual a la ciutat.

La ciutat de Mataró, pel seu volum d'habitants i per l'activitat que s'hi genera, concentra la major part de fets noticiables. Això va fer que els altres municipis perdessin l'interès en un canal que no representava la vida de la pròpia localitat com voldrien. La crisi econòmica va agreujar aquesta situació, i va fer que la televisió deixés de ser una prioritat en els pressupostos dels governs municipals.

4.1.6.4. Finançament: un projecte que recula en envergadura

Any	Pressupost
2014	No es disposa de dades
2015	No es disposa de dades
2013	Total: 283.449,17€ ⁸⁷ Aportació pública: 41.010,04€ Prestacions de servei: 242.439,13€ Altres: -

⁸⁷ El 2013 el Consorci gestionava un pressupost de 363.437,77€ dels quals en sortia l'aportació a la Societat gestora de m1tv, 41.010,04€ (un 11% del pressupost total del Consorci). Per tant, 322.427,73€ es van destinar a despeses pròpies de l'estructura del Consorci, una xifra elevada si es té en compte que el pressupost total de la Societat és de

2012	Total: 293.791,74€ Aportació pública: 78.500€ Prestacions de servei: 215.251,74€ Altres: -
2011	Total: 485.000€ Aportació pública: 210.000€ Prestacions de servei: 275.000€ Altres: -

Figura 61. Taula pressupost MaresmeDigital (Mataró-Maresme Digital SLU), en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel Consorci.

La taula mostra les dades econòmiques del prestador (figura 61). El Consorci Digital Mataró-Maresme va decidir reduir un 30% el pressupost del 2012 per tal de no endeutar-se més i intentar salvar el projecte. El Consorci sumava 200.000€ en impagaments de quotes per part de tots els ajuntaments –assumides mitjançant una pòlissa de crèdit–, a més de 47.000€ de deute del Consorci Teledigital Maresme Nord, gestor de m2tv, que estava en vies de dissolució. La situació econòmica es complicava tenint en compte que més municipis anaven abandonant l'ens.

El projecte va anar reculant en envergadura, com a conseqüència de les davallades de pressupost i de la pèrdua de membres consorciats. El 2011 el pressupost era de 485.000€, dels quals 275.000€ provenien de la publicitat i venda d'altres serveis, i 210.000€ de l'aportació del consorci. Al cap de dos anys, el pressupost s'havia reduït gairebé a la meitat, 283.449€, i el canal era molt més dependent de la publicitat, vendes i prestació de serveis, que suposaven uns ingressos de 242.439,13€, davant els 41.010€ d'aportació pública del Consorci. Per tant, el canal veia reduïda dràsticament l'aportació pública, i cada vegada depenia més dels anunciants.

Tot i que es va intentar compensar la falta de finançament públic amb l'obtenció de recursos propis, la conjuntura econòmica no era la propícia per a la captació de nous anunciants. A les dificultats per aconseguir ingressos, calia afegir-hi l'augment del preu de la transmissió del senyal, que es va veure encarat pel fet que dos programes del MUX (Televisió de Mataró -el prestador absorbit per MaresmeDigital- i m2tv -el segon canal públic que va tancar-) no emetien

283.449,17. Dels altres anys, no es disposa de dades corresponents a les despeses del Consorci.

contingut. Això va fer que pràcticament tots els costos de distribució del senyal fossin assumits per m1tv, tenint en compte que l'altre canal privat tampoc assumia la seva part proporcional. Aquest encariment se sumava a uns costos ja elevats d'entrada, per la complicada orografia de la comarca.

4.1.7. Canal Terrassa Vallès

4.1.7.1. Una evolució del model analògic de televisió de ciutat

El 1986 es crea Televisió de Terrassa (TVT). Inicialment, els propietaris n'eren l'Ajuntament de la ciutat (50%), el Diari de Terrassa (25%) i Ràdio Terrassa (25%). Per tant, la televisió va néixer com un model de gestió mixt, en què part de la propietat estava en mans públiques, i l'altra part, en mans d'empreses de comunicació vinculades al municipi. TVT va ser impulsada per la societat Terrassa, Televisió del Vallès, S.A, participada pels tres actors mencionats.

Les instal·lacions estaven ubicades al carrer Galileu, en una antiga nau industrial, que constava de dos platós, una sala de control d'imatge i so, un camerino de maquillatge, un arxiu de cintes i un magatzem de decorats. Es comptava amb dos equips per a gravacions exteriors, un equip de càmeres de plató, mesclador d'imatge, generador d'efectes, i equip d'edició. L'informatiu era l'espai més destacat de la programació, en què es recollien els temes més interessants de la setmana i una entrevista a un personatge d'actualitat.

Aquest canal es va municipalitzar quan els dos socis privats l'abandonaren perquè era poc rendible, i va passar a tenir un sol propietari: l'Ajuntament. Per a gestionar la televisió, es va crear la Societat Municipal de Comunicació de Terrassa, i el canal es va anomenar Canal Terrassa. Amb el pas a la TDT, va ser el consistori egarenc qui va liderar el Consorci Vallès Oest amb l'objectiu de mantenir el canal. En aquest cas, el Consorci actuava com un paraigües jurídic que a la pràctica no ha tingut massa pes en la configuració del projecte de televisió. L'Ajuntament de Terrassa és qui va seguir finançant la televisió i qui va crear l'ens administratiu que la gestiona, com a continuïtat del projecte de televisió local que estava en marxa.

Les raons del lideratge de l'Ajuntament de Terrassa, pràcticament en solitari, són les grans diferències en habitants entre aquesta ciutat i els altres municipis que podrien integrar el Consorci. També cal mencionar la manca de tradició en televisió pública local de les altres localitats. Segons la planificació de la Generalitat del MUX de Sabadell, Terrassa s'integraria en el grup de municipis compostat per Matadepera, Viladecavalls, Vacarisses, Sant Llorenç Savall i Rellinars. Finalment, van ser tres les poblacions les que van constituir el consorci: Terrassa, Matadepera i Viladecavalls. Matadepera i Viladecavalls són poblacions que se situen entre els 7.000 i els 9.000 habitants, mentre que Terrassa supera els 200.000. Per tant, la ciutat egarenc

produïa un volum d'informació més elevat que les altres viles del projecte.

Per a poder fer al pas a la digitalització, es va crear una nova empresa que depenia del Consorci, la Societat Municipal de Comunicació. La Societat té la concessió administrativa de la televisió i gestiona, a més a més, la ràdio municipal de Terrassa, el Cinema Catalunya (ubicat al casc urbà) i el portal TerrassaDigial.cat, que actua de pàgina web de la Societat, amb continguts i actualitat de la ràdio, la televisió i el cinema.

El Consorci està format pels ajuntaments de Terrassa i Viladecavalls, després que Matadepera decidís sortir-ne. Malgrat que hi ha dos consistoris integrants, a la pràctica el finançament i la gestió està en mans de l'Ajuntament egarenc. Representants polítics d'Ullastrell, Rellinars, Vacarisses i Sant Llorenç Savall han assistit a alguns plenaris del Consorci, amb veu però sense vot.

Els altres ajuntaments que, a banda de Terrassa, formaven part del Consorci, s'havien de fer càrrec d'un percentatge dels costos del transport del senyal, però no se'ls va arribar a aplicar una quota per finançar la televisió. Aquests costos ascendien a 20.000€ anuals, que es distribuïen entre els municipis en funció dels habitants. A la pràctica, això suposava que Terrassa pagaria 18.000 d'aquests 20.000€, i entre Viladecavalls i Matadepera es repartirien els altres 2.000€. Malgrat no ser costos excessivament elevats, Matadepera va decidir sortir del Consorci en el moment en què aquesta quota anual s'havia de començar a fer efectiva. Finalment, el Consorci va decidir no cobrar a Viladecavalls els costos de transmissió de la senyal, que eren assumits íntegrament per l'Ajuntament de Terrassa. Cal mencionar que Matadepera va impulsar un canal de televisió per Internet, sense emissió contínua però amb actualització periòdica de vídeos⁸⁸.

Una plantilla de 41 persones s'encarrega de fer funcionar les quatre branques de la societat. Unes cinc persones es dediquen al cinema i la resta, 36 persones, treballen indistintament per a la televisió, la ràdio i el portal web. A banda, hi ha cinc persones d'administració i cinc persones més a l'equip directiu.

L'espai on treballa aquest equip professional és, des de l'any 2003, la Farinera, un edifici municipal pel qual la Societat paga un lloguer. La televisió ha experimentat una millora tecnològica, ja que recentment s'han adquirit nous equips, que han permès incorporar la tecnologia HD. Pel que fa als decorats del plató i a la programació dels ordinadors, s'han

⁸⁸ <http://www.matadepera.cat/tv> [darrera consulta: 16/06/2015].

establert sinergies amb empreses locals de Terrassa per aconseguir rebaixes en el material, a canvi de la fidelitat en les compres. Aquest fet és una mostra de la vinculació entre la televisió i la ciutat.

El canal ha experimentat un augment d'audiència a resultes de la digitalització, que s'atribueix al creixement de l'àmbit de cobertura (a tota la comarca i als municipis limítrofs) i a la davallada de la competència, perquè altres canals han deixat d'emetre. Aquest fet contradiu la previsió que s'havia fet, ja que la demarcació de Sabadell comptava amb un múltiplex extra, és a dir, amb dos MUX en total destinats a la televisió local. De fet, la major part dels prestadors que van guanyar llicències a la comarca del Vallès Occidental no estan emetent actualment (fet que encareix els costos de distribució del senyal per als que encara estan en actiu), i els que ho fan, no se centren en contingut de proximitat. El fet que hi hagi programes que no emeten perjudica el canal, ja que això encareix el preu dels que estan en funcionament (Llonch, 2013, entrevista personal).

Aquest escenari deixa Canal Terrassa Vallès com a referent en la televisió comarcal, ja que és l'única televisió de la comarca que produeix informació de proximitat. Des del Consorci asseguren que comptar amb una televisió d'àmbit comarcal (en aquest cas la demarcació coincideix amb els límits de la comarca) els dóna un valor afegit per a poder sortir a cobrir informacions fora del municipi, d'acord amb els criteris informatius.

Als consells del Consorci, els ajuntaments de la comarca se solen queixar de la poca presència que tenen en els informatius de Canal Terrassa Vallès i demanen la defensa dels criteris periodístics a l'hora de cobrir les informacions. Tenint en compte que l'únic Ajuntament que finança la televisió és el de Terrassa, el Consorci aplica els criteris periodístics però prioritza la ciutat. El director-gerent de la societat va explicar en una entrevista personal feta a propòsit de la recerca, que cobririen més informacions dels altres pobles o inclús els plens, si els altres municipis contribuïssin a finançar el canal (Llonch, 2013).

Quan es pregunta al personal del prestador com es garanteix la independència del poder públic (en aquest cas, de l'Ajuntament de Terrassa, que és el gran finançador de la televisió), confessen que ho fan amb "habilitat i mà esquerra". Admeten que el fet de ser un mitjà de comunicació que depèn bàsicament de la subvenció pública, els fa anar amb compte a l'hora d'emetre informacions que podrien ser crítiques amb les accions de govern.

Canal Terrassa Vallès és el prestador de la ciutat, i està supeditat a la voluntat política d'un sol govern municipal. D'aquesta manera, la independència respecte del poder polític esdevé més complicada, ja que els professionals són conscients que la continuïtat del mitjà depèn de

l'aportació econòmica del consistori.

4.7.1.2. Producció informativa

La producció pròpia de la televisió és de cinc hores al dia, els dies laborables. Aquesta producció es distribueix de la següent manera:

- Dos informatius d'uns 30 minuts de dilluns a divendres: al migdia (14h) i al vespre (20h).
- Programes informatius de dilluns a divendres: entre 30 minuts i una hora al dia, al vespre. Cada dia hi ha un programa diferent: una entrevista a un alcalde de la comarca, un programa de debat, un programa esportiu o una tertúlia.
- Un programa d'entreteniment.
- *Webcam*: és com anomenen les 2 hores diàries, al matí, en què a través de la televisió es pot sentir el programa de ràdio i veure l'estudi on l'estan gravant en directe. Es tracta d'una adaptació de la programació radiofònica a la televisió, un format molt econòmic per al prestador televisiu.

El prestador produeix continguts seguint les rutines tradicionals, en què es distingeix entre la feina del periodista (redactor) i del càmera (tècnic). Tot i que progressivament s'està avançant cap al model ENG, generalment la cobertura de notícies es fa mitjançant dos professionals al lloc dels fets: el periodista i el càmera. En arribar a la redacció, aquests dos professionals treballen plegats per elaborar la peça informativa. El personal és polivalent i genera continguts pels tres mitjans: la televisió, la ràdio i la pàgina web que es va posar en marxa per tal de complementar la televisió, aconseguir més interactivitat i augmentar l'audiència. Un 70% de la feina del personal està dedicada a la televisió. Es tracta d'una redacció convergent, de manera que es treu el màxim rendiment dels continguts.

Quan un redactor fa una notícia per la televisió, aquella peça també és aprofitada per la ràdio i pel portal web (se'n fa una versió per a cada plataforma de difusió). La televisió compta amb una base de dades, on s'hi introdueixen els continguts i així es poden adaptar i aprofitar en diversos formats. De fet, en motiu de la falta de recursos, la mateixa veu en off d'una notícia de televisió, s'emet en format àudio per la ràdio, i el text es penja al web, en molts casos sense adaptar els continguts específicament per a cada mitjà.

Cada dilluns es fa un reunió setmanal per a planificar la setmana. La cap d'informatius, conjuntament amb el gerent, és qui decideix quins temes es cobriran. La cobertura d'informacions es basa en l'àmbit municipal de Terrassa, que és el municipi que concentra la major part de notícies de l'informatiu. No obstant, cada dia s'emeten una o dues notícies de fora

de la ciutat (s’hi destina un equip de treball), i de l’àmbit del Vallès Oriental. Els professionals de la televisió cada vegada intenten ser més constants en la cobertura de notícies fora de la ciutat, ja que s’han compromès a cobrir tota la comarca per La Xarxa i a proveir informació a aquesta plataforma d’intercanvi.

El canal s’ha vist afavorit pel fet de poder cobrir un territori més ampli que l’estrictament local (Llonch, 2013), ja que són l’únic prestador del Vallès Occidental que emet per TDT adherit a La Xarxa i tenen l’exclusiva en la producció de continguts per la zona. Això els permet obtenir més ingressos derivats de l’aportació de continguts a La Xarxa. L’augment d’àmbit de difusió també ha fet que hagin augmentat els espectadors potencials i, per tant, ha fet créixer la possibilitat de captar publicitat en un territori més ampli. Ara bé, el context de crisi econòmica no ha afavorit la captació de gaires anunciant nous, excepte el cas d’una gran franquícia dedicada a la venda de mobles que va obrir una nova seu a Sabadell. Tot i això, consideren positiu poder oferir més àmbit de difusió als anunciant fidelitzats.

Des del canal són conscients que no poden oferir una programació que faci estar la gent tot el dia mirant el canal, ja que hi ha poc entreteniment i no hi ha ficció, però opten per uns continguts que reflecteixin la vida ciutadana. L’objectiu que persegueixen és mantenir la població informada d’allò que succeeix al territori i que és útil per administrar la vida dels ciutadans.

Els gestors entenen la televisió com una eina de suport a la difusió de les activitats públiques. Per aquest motiu, intenten donar veu a tots els col·lectius i entitats de Terrassa i dels municipis de la comarca. Per a garantir la participació ciutadana, Canal Terrassa Vallès ha començat a utilitzar les xarxes socials. També es convida l’audiència a fer preguntes a polítics a través del correu, les trucades o les mateixes xarxes. La participació ciutadana a través de la col·laboració amateur està més estesa a la ràdio (hi ha 12 programes fets per aficionats), mentre que a la televisió tots els continguts són elaborats per a professionals.

Canal Terrassa Vallès té relació amb la televisió privada de Sant Cugat del Vallès, amb qui produeix programació conjunta de manera esporàdica.

4.1.7.2. El pressupost de Canal Terrassa Vallès

La taula que es presenta a continuació (figura 62) mostra l’evolució dels ingressos del canal.

Any	Pressupost
2015	No es disposa de dades
2014	No es disposa de dades

2013	Total: 1.999.966 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -
2012	Total: 2.055.232 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -
2011	Total: 2.311.966 Aportació pública: Prestacions de servei: - Altres: -

Figura 62. Taula pressupost Canal Terrassa Vallès, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades del Registre Mercantil recollides a SABI⁸⁹.

NOTA: La societat Serveis Municipals de Comunicació de Terrassa engloba els tres mitjans de comunicació, que treballen de manera integrada, i el cinema Catalunya que també és gestionat per la Societat.

La Societat Municipal de Comunicació de Terrassa obté un 70% dels ingressos mitjançant una subvenció directa de l'Ajuntament de Terrassa, i un 30% a partir de recursos propis. Aquests recursos provenen de les entrades de cinema, de la publicitat, del lloguer de platós i de l'aportació de continguts a La Xarxa. El pressupost de la Societat serveix per a gestionar les quatre branques (televisió, ràdio, cinema i portal).

Tot i que l'any 2008 el pressupost es va congelar, després es va anar reduint progressivament. L'any 2012 hi va haver la retallada més significativa, d'un 20% i el 2013 es va reduir un altre 5%. En total, en els darrers anys hi ha hagut una davallada significativa en l'aportació pública.

4.1.8. Canal Blau

4.1.8.1. Pretext: dues llicències públiques en un MUX

Abans de l'arribada de la TDT, la demarcació de Vilafranca del Penedès, que englobava tres comarques (Alt Penedès, Baix Penedès i Garraf), comptava amb la presència de diverses televisions analògiques: Vilafranca del Penedès, la Granada, Sitges, Vilanova i la Geltrú, El

⁸⁹ <http://sabi.bvdinfo.com>

Vendrell i Sant Pere de Ribes. L'oferta de televisió pública de proximitat era elevada a la comarca. Tres dels canals corresponien a capitals de comarca, amb una programació local potent. És per això que van demanar a la Generalitat de Catalunya la possibilitat de disposar de més d'un canal públic i van aconseguir l'assignació de dos canals públics en un mateix múltiplex.

La demarcació es va dividir en dues zones: el Penedès (que englobava les comarques de l'Alt i el Baix Penedès) i el Garraf. El gerent del canal Penedès TV (Alsina, 2015) entrevistat per a la recerca, considera que també hagués tingut sentit agrupar la zona marítima, de manera que el Baix Penedès i el Garraf haguessin compartit un sol canal públic, i que l'Alt Penedès funcionés de manera independent.

4.1.8.2. De televisió local a televisió comarcal

El servei de premsa de Vilanova i la Geltrú va impulsar el projecte de Canal Blau a finals dels anys 80. Es va iniciar a través d'un pla de formació ocupacional, i els alumnes d'aquest pla van ser els primers col·laboradors de la televisió. El fet d'impulsar la iniciativa mitjançant la formació per a aturats, va permetre que l'INEM financés el material.

El canal va començar a emetre l'any 1990, primer en proves i al desembre de manera permanent. Pretenia ser un sistema d'intercanvi d'idees, debat, i de posar a disposició dels ciutadans la informació que els grans mitjans no emetien. El prestador era present en les activitats cíviques locals, de manera que s'enregistraven concerts, obres de teatre i actes culturals que es feien a la ciutat. Així, ha anat conformant un arxiu històric de la ciutat.

La televisió tenia una vocació supramunicipal, per això, malgrat que en un primer moment es va anomenar Televisió de Vilanova, ja en els inicis es va pensar en un nom que pogués englobar diverses ciutats del territori com Canal Blau. Els primers estudis de televisió es van inaugurar l'any 1991 al Centre de Formació Ocupacional (CFO) La Paperera, moment en què Canal Blau va fer un pas endavant en la programació i va començar a emetre dues vegades per setmana.

L'oferta televisiva es va anar ampliant progressivament, primer a tres dies a la setmana (amb repeticions el dia següent), i l'any 1993 va esdevenir diària. El 1994 ja es feien programes en directe. L'any 1995 es va construir una petita unitat mòbil que s'utilitzava, entre altres coses, per a fer de control de realització quan una sala polivalent esdevenia el plató, ja que l'altre quedava petit. Això va permetre que el mitjà tingués presència en directe al carrer, per tal de ser proper als ciutadans i oferir immediatesa informativa, tant de l'àmbit local com comarcal. Canal Blau estava vinculat al projecte de ràdio municipal de Vilanova i la Geltrú, i l'any 1998 es va optar per unir les redaccions de canal Blau Ràdio i de Canal Blau televisió.

L'arribada de la TDT va modificar el projecte de televisió, que va passar a integrar els altres municipis de la comarca del Garraf (Sitges, Cubelles, Vilanova i la Geltrú, Canyelles, Sant Pere de Ribes i Olivella). Aquestes poblacions van manifestar, d'entrada, la voluntat d'integrar-se en el projecte de crear un canal públic TDT-L. El Consorci, integrat per tots aquest municipis, es va crear l'any 2007. La gestió de la televisió es va encarregar a l'empresa municipal Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú SAM (ICVSAM).

S'estava preparant el terreny per a la digitalització, que comportaria la integració de les dues televisions locals ja existents a la comarca (la de Vilanova i la Geltrú i la de Sitges), amb la suma d'altres municipis. Malgrat que abans de la creació del Consorci Teledigital Garraf el personal de les dues televisions ja treballava de manera conjunta, la creació del Consorci va ser el pas definitiu per integrar les dues redaccions. El personal que treballava a Sitges per Maricel TV va passar a formar part de la redacció de Canal Blau, ubicada a Vilanova i la Geltrú.

L'Ajuntament de Sitges feia una aportació econòmica al Consorci ja que es feia càrrec de les nòmines del personal que havia aportat a Canal Blau. Aquesta aportació era equivalent a la que hagués hagut de fer el consistori si hagués pagat la part proporcional que li corresponia per habitant. Sitges també va contribuir al projecte amb material tècnic. Canal Blau i Maricel TV mai van arribar a un acord per consensuar un nom comú per al nou canal, ja que els ajuntaments no volien renunciar a les marques amb les quals la ciutadania els reconeixia. Per aquest motiu, el canal s'anomenava Canal Blau Maricel TV i es van mantenir les mosques dels dos antics canals a la pantalla. El temps de durada d'aquest projecte va ser curt, ja que l'Ajuntament de Sitges va sortir del Consorci l'any 2012. El consistori sitgetà va optar per donar una nova orientació a la informació local, i va reformular el canal local per tal que emetés per Internet. Quan es va produir aquesta sortida, Canal Blau va perdre els 5 periodistes que havia aportat l'Ajuntament de Sitges, provinents del canal local. Això va impactar en les rutines productives del canal, ja que la plantilla es va reduir en un 20%.

La falta d'entesa entre Vilanova i Sitges pel que fa al projecte televisiu es pot interpretar segons raons identitàries. La ciutadania se sentia representada pel prestador del seu municipi, però no reconeixia com a pròpia la identitat local d'una altra població que tenia tradicions i costums arrelats, seguint la idea d'identitat multicapa explicada al marc tòric (Straubhaar, 2007). Per exemple, durant el carnaval, era difícil d'acceptar que un vilanoví engegés la televisió local i s'hi estigués projectant el carnaval de Sitges en lloc del de la seva població. Les diferències entre les dues poblacions van fer que Sitges sortís del Consorci i comencés a emetre Maricel TV per Internet. Malgrat això, a partir d'aleshores s'han produït situacions atípiques com ara que en moments en què el prestador de Sitges vol retransmetre esdeveniments clau per la identitat

local, llogui espais d'emissió a Canal Blau.

Sitges no va ser l'únic municipi que va sortir del Consorci: l'Ajuntament d'Olivella se'n va desvincular el 2011, al·legant problemes econòmics. Ni la sortida de Sitges ni la d'Olivella no consten a l'expedient del MUX Vilanova i la Geltrú de la Generalitat de Catalunya.

4.1.8.3. Estructura: equipament municipal i personal intern

Els estudis de Canal Blau s'ubiquen des de l'any 2007 a l'edifici Neàpolis, construït a Vilanova i la Geltrú per acollir projectes destinats a les noves tecnologies. Es tracta d'un edifici municipal, en el qual Canal Blau té un espai llogat. A banda, hi ha platós que es poden llogar per hores, tant a la televisió com a altres productores. D'aquesta manera, l'edifici ofereix la possibilitat al canal d'ampliar les seves instal·lacions en moments puntuals, si així ho requereix.

Es tracta d'un espai destinat a albergar projectes relacionats amb la universitat i empreses de base tecnològica, i centres de recerca. L'edifici també acull un viver d'empreses (Neàpolis *co-work*) relacionat amb les noves tecnologies, i un espai destinat a la Universitat Politècnica de Catalunya, que s'utilitza per a fer recerca. D'aquesta manera, en un mateix espai físic s'hi ubiquen la televisió pública, el teixit empresarial relacionat amb el sector i la innovació universitària de la ciutat. Malgrat la possibilitat de col·laborar, la televisió no ha creat gaires sinergies amb els altres actors instal·lats a l'edifici, però sí que fa ús dels platós de lloguer quan necessita un espai de rodatge més gran que el propi de Canal Blau.

Després de sortida de Maricel Televisió del projecte, Canal Blau té una plantilla de 20 treballadors fixes (10 contractats per l'Ajuntament i 10 contractats per l'empresa gestora ICVSAM), i sis periodistes *freelance* que fan feines esporàdiques. També hi ha una productora a la qual s'encarreguen tasques concretes. Es tracta d'un dels casos analitzats en què un prestador de proximitat té més personal intern, ja que en aquest cas la producció de continguts no està externalitzada a una productora externa.

A la redacció d'informatius hi treballen sis persones com a personal fix, i un periodista *freelance*. Dues persones més es dediquen a fer l'informatiu esportiu diari. Quan Sitges formava part del projecte, hi havia 5 periodistes més que integraven la redacció. Per tant, la sortida d'aquest municipi del projecte va suposar una disminució en la capacitat de producció d'informatius del canal.

Canal Blau té relació amb TAC12, ja que es duen a terme col·laboracions en programes i retransmissions castelleres. Tot i que per proximitat geogràfica tindria més sentit que la col·laboració fos més estreta amb Penedès TV, les relacions humanes són més fluïdes amb

TAC12 (de fet, el director de TAC12 havia estat gerent d'ICVSAM, la corporació que gestiona Canal Blau). A nivell identitari el públic no veuria amb bons ulls que el Garraf i el Penedès fessin retransmissions conjuntes de les diades castelleres.

4.1.8.4. Aposta per la informació local

La producció pròpia de Canal Blau es basa (segons dades de 2015) en un informatiu de 20 minuts diari de dilluns a divendres. Aquest informatiu s'emet a les 14h del migdia. Antigament hi havia dos informatius, un al migdia i un al vespre. Després de la sortida de Sitges del Consorci, es va passar a un sol telenotícies en directe, amb tres reposicions al llarg del dia. Les notícies d'aquest informatiu, s'emeten a mode de reposició agrupades per temàtiques de cada municipi durant el cap de setmana, en un espai anomenat Al dia Vilanova i la Geltrú, Al dia Ribes-Roquetes, i Al dia Cubelles i Canyelles.

També s'emet un informatiu esportiu de 20 minuts de dilluns a divendres. La resta de la programació pròpia està formada per un *magazine* setmanal d'entrevistes sobre cultura o festes, un debat monogràfic setmanal, i un programa de reportatges setmanal, anomenat La setmana Penedès-Garraf, que es produeix conjuntament amb Penedès TV. La coordinació i la presentació, la porta a terme Canal Blau, malgrat que és un projecte impulsat per La Xarxa. La graella es complementa amb l'emissió de reposicions d'aquests programes o programes de La Xarxa, com ara les notícies.

El cap d'informatius distribueix els actes a cobrir per part dels periodistes de la redacció. Cada informació l'elabora un professional ENG. S'intenten cobrir tots els actes institucionals dels ajuntaments que integren el Consorci i donar veu a les entitats. Els plens municipals s'emeten en directe i íntegrament, i després se'n fa una peça de resum a l'informatiu del dia següent.

Malgrat que la redacció treballa conjuntament per televisió i per ràdio (Canal Blau FM), les rutines informatives estan marcades per la televisió, que és el projecte de més envergadura. D'aquesta manera, no es produeixen temes nous per a la ràdio, sinó que l'informatiu radiofònic es duu a terme un cop al dia al matí, i s'aprofiten els temes que s'han elaborat o s'estan elaborant per a la televisió (es fa una versió radiofònica de les peces).

La cobertura informativa és la dels municipis que integren el Consorci. No es cobreixen, per tant, temàtiques d'Olivella o de Sitges, encara que els actes tinguin una gran repercussió (és el cas del Festival de Cinema de Sitges). Des de la direcció consideren que si se seguissin cobrint les informacions dels municipis no integrants al Consorci, els ajuntaments no veurien necessitat d'invertir diners en un canal de televisió.

Les notícies s'elaboren en primera instància per al mitjà televisiu, que és el que marca les rutines informatives, i s'emeten a l'informatiu del migdia malgrat que alguns actes hagin tingut lloc a la tarda del dia anterior. Després es penjen al web i es locuten per la ràdio. Per tant, l'informatiu del migdia del canal local és la referència pel que fa a notícies locals, i el que regeix les rutines productives.

Quan un periodista elabora una peça treballa amb el programa VSN News, que combina text i vídeo per treballar a nivell intern. A banda, conté una pestanya en la qual s'introdueix la versió textual de la notícia que es penja al web. Per tant, si bé no es prioritza la rapidesa a la xarxa, la versió on-line està integrada a les rutines informatives.

L'informatiu es penja íntegrament al web de la plataforma Xiptv que La Xarxa proporciona a les entitats adherides, amb una breu descripció dels temes que han centrat l'agenda informativa de proximitat. També es pugen les peces de manera independent al web propi⁹⁰. Generalment, la informació es pot visualitzar on-line després de l'emissió per TDT, malgrat en casos excepcionals, en què es pot redactar un breu d'algun succés pel web abans que s'emeti la notícia per TDT.

L'estratègia a les xarxes socials (Facebook, Twitter i Google+) consisteix a penjar els enllaços dels informatius després de la seva emissió. No se solen utilitzar aquest canals per avisar dels programes que s'emeten, per tant, l'ús que es fa de la xarxa és de recollida d'allò que s'ha emès per si algú ho vol recuperar. Aconseguir *feedback* amb l'audiència a temps real és difícil, tenint en compte que la programació en directe és limitada, i que encara no hi ha retroalimentació entre xarxes i l'emissió lineal.

4.1.8.5. El pressupost de Canal Blau

El pressupost del canal es presenten a continuació (figura 63).

Any	Pressupost
2015	Total: 696.562 Aportació pública: 696.562 Prestacions de servei: - Altres: -
2014	No es disposa de dades
2013	No es disposa de dades

⁹⁰ www.canalblau.cat

2012	Total: 890.890 Aportació pública: 890.890 Prestacions de servei: - Altres: -
2011	Total: 1.007.871,52 Aportació pública: 1.007.871,52 Prestacions de servei: - Altres: -

Figura 63. Taula pressupost Canal Blau (Consorti Teledigital Garraf), en euros. Elaboració pròpia a partir de dades extretes del Butlletí Oficial de la Província de Barcelona.

Als comptes del 2011, l'ajuntament d'Olivella hi va fer una aportació de 17.991,24, mentre que en els del 2012 aquest Ajuntament ja havia sortit del Consorci i, per tant, no hi va destinar cap quantitat. La davallada del pressupost de 2012 és notable i, per tant, cal parlar també d'una rebaixa considerable en l'aportació dels altres municipis. En tots els anys analitzats, l'aportació de Vilanova i la Geltrú és molt major que la dels altres municipis (més del doble que el següent que hi aporta més, Sant Pere de Ribes). Més del 90% del pressupost del Consorci es destina a l'aportació directa a ICVSAM, per a gestionar el prestador.

Cal esmentar que en els pressupostos publicats al BOPB hi apareixen els ingressos provinents dels ajuntaments, però no els ingressos provinents de la publicitat, la venda de programes o l'aportació de contingut de La Xarxa.

4.1.9. Penedès TV

4.1.9.1. Un projecte municipal: la manca d'entesa amb El Vendrell

Abans que la televisió, es va crear la ràdio municipal de Vilafranca del Penedès, Ràdio Vilafranca, l'any 1982. Dos anys després va néixer l'empresa municipal per gestionar-la Serveis Municipals de Comunicació SL (SERCOM). Als anys 90 es va crear Vilafranca Televisió, i l'any 1997 es va apostar perquè la televisió fos professional i es van fusionar la televisió i la ràdio en un mateix espai.

En el moment previ a la transició a la TDT, es van fer reunions amb tots els alcaldes de la comarca per veure quins ajuntaments estaven interessats a formar un Consorci per tal gestionar el canal de manera conjunta. Malgrat que tothom es mostrava predisposat a rebre informació, a la pràctica cap municipi es va implicar de manera activa al projecte de crear un canal que emetés TDT, més enllà de Vilafranca del Penedès. Tot i que quatre municipis van aprovar-ne els estatus

(Vilafranca del Penedès, Gelida, Santa Margarida i les Monjos i La Granada), el Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès està integrat únicament per l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès, qui s'ha fet càrrec del canal de televisió Penedès TV. Per tant, es tracta d'un prestador unimunicipal que ha constituït el Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès per operar-lo.

Malgrat que l'Ajuntament d'El Vendrell en va aprovar els estatuts el 2010, no va ser fins el 2012 que va decidir sumar-se al projecte perquè no podia continuar emetent de manera irregular, tal com s'explicarà en el proper apartat, en què es detalla la trajectòria del prestador. Tot i que des de Penedès TV van plantejar la idea de fer un projecte de televisió conjunta, la proposta d'El Vendrell va consistir a dividir la programació en franges horàries, de manera que cada prestador pogués aportar contingut local propi en les seves franges, i deixar el projecte d'integració per més endavant.

Es van produir alguns incompliments en la divisió horària, tal com han acceptat totes dues parts, consultades per a desenvolupar aquesta recerca. Per exemple, es va emetre el Ple municipal de Vilafranca del Penedès de manera íntegra, com sempre s'havia fet, i es va trepitjar la franja horària de l'informatiu vendrellenc. Un altre cas d'incompliment es va donar durant la Festa Major de Vilafranca del Penedès en què, també per tradició, s'emetien constantment els actes que es duen a terme al municipi. Les desavinences van portar a la separació de les dues televisions, i Televisió El Vendrell va passar a emetre contingut local mitjançant la freqüència que havia estat adjudicada a un prestador privat.

El Reglament d'Organització i Funcionament de Penedès TV estableix que la gestió directa del servei l'ha de dur a terme de forma exclusiva l'empresa municipal Serveis Municipals de Comunicació SL (SERCOM SL), que assumeix la definició, l'elaboració i la distribució dels continguts audiovisuals corresponents. El Consorci està presidit per l'alcalde de Vilafranca del Penedès, i el soci majoritari i la junta d'accionistes de SERCOM és l'Ajuntament. Al consell d'administració hi tenen representació tots els grups polítics i socials.

El 2013 ple de l'Ajuntament, coincidint amb l'inici de legislatura després d'un canvi de govern municipal, va nomenar Josep Alsina com a nou director-gerent. Alsina, que ja havia dirigit la televisió entre l'any 1990 i 1996, substituïa Jaume Rius que havia estat deu anys al capdavant de la televisió. Sota la figura del director-gerent s'hi situen un cap d'administració, un cap de publicitat, un cap d'informatius i contingut, un cap tècnic de la ràdio i un cap tècnic de la televisió, com mostra el següent organigrama (figura 64).

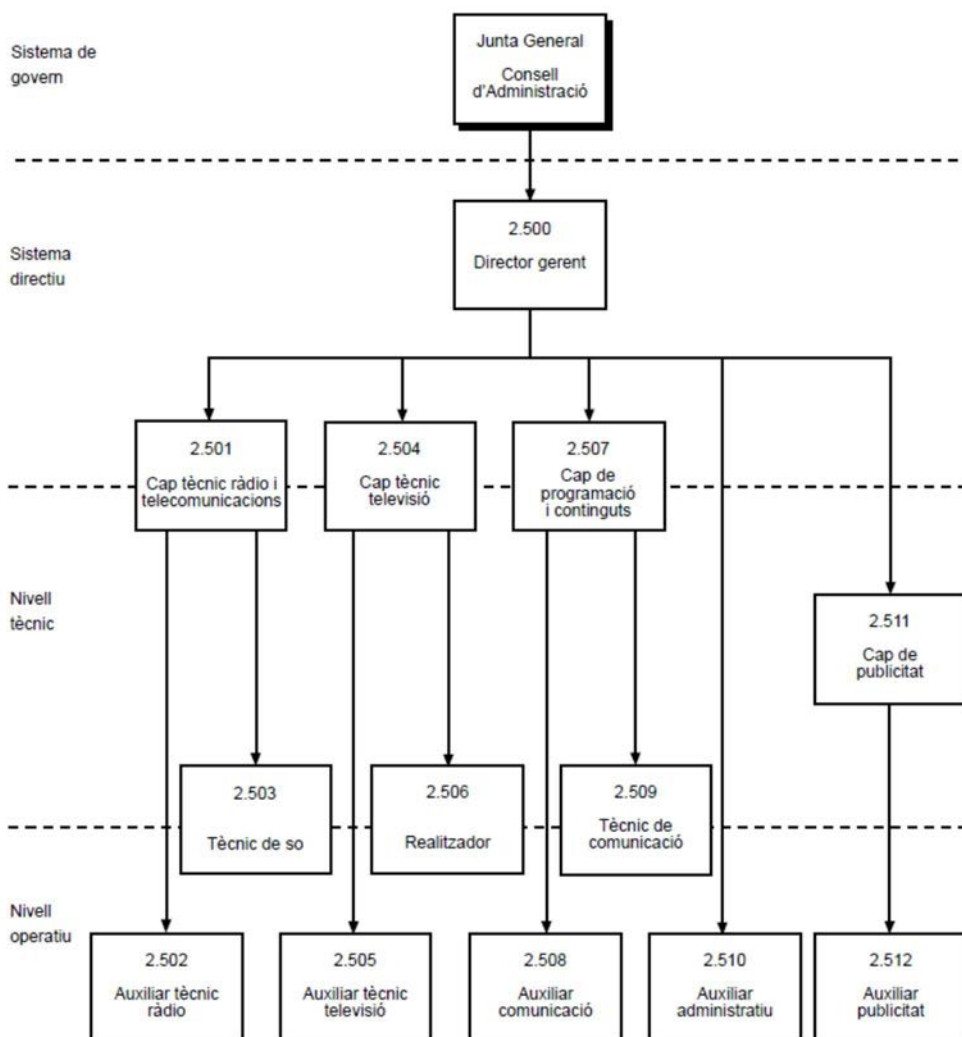


Figura 64. Organigrama Penedès TV. Font: Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès

Penedès TV té 21 persones en plantilla, contractades per SERCOM. El personal de la televisió treballa en dues franges horàries: de 8 a 15 h i de 15 a 22h, amb torns per cobrir els caps de setmana. La televisió es troba ubicada, conjuntament amb la ràdio, en un edifici municipal, on també hi ha altres serveis municipals com ara les oficines de l'INEM.

4.1.9.2. L'oferta de contingut de proximitat

Cada dia es produeixen dos informatius de 30 minuts: un a les 14h i un a les 21h, cadascun amb un presentador diferent. A l'edició del vespre s'actualitza la informació de les 14h. La programació s'estructura en blocs de quatre hores que es subdivideixen en blocs d'una hora. Cada hora s'emet la darrera versió de l'informatiu, seguit d'un programa propi, diferent cada hora (pot ser una tertúlia, un programa de salut, una entrevista o un reportatge, sobre músics de la comarca, de festes, d'anglès, de cultura, de gent gran, etc.).

Aquests blocs de quatre hores es van repetint al llarg del dia, ja que es considera que l'espectador mira la televisió local un temps determinat, que no supera l'hora diària. En aquests blocs, s'incorpora programació de La Xarxa, que se sol concentrar als caps de setmana. L'informatiu de La Xarxa s'emet al matí i a la tarda, però es procura no abusar de la programació sindicada o en cadena per no trencar durant massa estona la programació local. A banda de la programació pròpia, també compren tres programes a productores del territori, fet que suposa una dinamització del sector audiovisual de la zona.

Com que la redacció de la televisió està integrada amb la de la ràdio, la cobertura de les informacions es duu a terme una sola vegada -generalment per una sola persona, tot i que a vegades en poden ser dues-, i es fan versions per als dos mitjans. Es tracta, per tant, d'una redacció integrada. L'àrea de cobertura informativa és majoritàriament Vilafranca del Penedès, tot i que es cobreixen temàtiques de l'Alt Penedès quan tenen un interès informatiu. Durant el primer any, Penedès TV va tenir una vocació comarcal, per intentar que els altres municipis se sumessin al projecte. No obstant, com que no es va aconseguir el suport d'altres poblacions ni tampoc del Consell Comarcal, van decidir no cobrir les informacions de les altres poblacions, a no ser que ho demani La Xarxa.

Penedès TV té algunes relacions amb altres televisions locals, basades en tractes comercials. Per exemple, s'ha donat una situació atípica de col·laboració entre prestadors d'una mateixa demarcació, quan s'ha utilitzat la unitat mòbil i recursos propis de Penedès TV per enregistrar el carnetoltes de Sitges, sota l'encàrrec de Canal Blau, a qui l'Ajuntament de Sitges havia encarregat la cobertura informativa i havia llogat el temps d'emissió.

Penedès TV disposa d'un web propi⁹¹, que fa servir en lloc de la plataforma web que ofereix La Xarxa a les entitats adherides. En aquest cas, s'ha optat per mantenir la pàgina web pròpia ja que permet més flexibilitat i control sobre els propis continguts. Tots els programes es penjen al web i, a més, Penedès TV té una aplicació per a mòbil a través de la qual es pot escoltar la ràdio i mirar la televisió. La pàgina web actua com un portal multimèdia que ofereix actualitat, així com els continguts de la ràdio i la televisió, a més de l'emissió en directe.

Les xarxes socials Facebook i Twitter s'utilitzen per enllaçar les notícies. També es fa algun post d'actualitat, però no d'una manera sistemàtica. Els ciutadans es poden subscriure a un servei, pel qual reben un butlletí cada matí amb totes les notícies locals del dia abans. El canal de TDT

⁹¹ <http://www.rtvvilafranca.cat/penedes-tv/>

és el que marca les rutines informatives del mitjà, si bé s'estan intentant potenciar les plataformes on-line per informar de l'actualitat.

4.1.9.3. Les relacions amb La Xarxa, plenes d'altibaixos

Tradicionalment, Vilafranca Televisió produïa tres programes que es distribuïen per La Xarxa, a més de ser emesos per la televisió local: un de solidaritat, un de castells i un altre sobre llibres. Aquests programes eren coproduïts per la Xarxa, que en finançava la meitat del seu cost. Aquests programes i, de retruc, el finançament rebut, es van veure afectats per un canvi de política de La Xarxa a l'hora d'encarregar continguts a les entitats adherides. Es va passar d'encarregar programes a les televisions a produir els continguts mitjançant el sistema de "contenidors", segons el qual l'entitat centralitzava l'empaquetament de programes, a partir de continguts produïts pels prestadors de proximitat.

En el cas del programa de castells que produïa Penedès TV, el factor identitari feia difícil que es pogués emetre en altres zones del territori on hi ha colles castelleres, ja que cada televisió tendia (i tendeix) a representar la colla castellera de la seva ciutat. Amb el canvi de model esmentat, La Xarxa va deixar de finançar aquest programa tot i que, en contrapartida, l'entitat potenciaria les diades en directe, per la realització de les quals es comptaria amb la unitat mòbil de Penedès TV.

En aquests sentit, es rebria una aportació econòmica amb la qual preveïen seguir finançant el programa Va de Castells que des de Penedès TV tenien intenció de seguir produint, encara que fos per emetre'l únicament per Penedès TV. No obstant, des del prestador consideren que La Xarxa no ha comptat tant com s'esperaven amb Penedès TV, i no estan satisfets amb l'import que reben en concepte d'utilització de la unitat mòbil. La Xarxa va passar a produir el programa de castells Dosos Amunt, mentre que Penedès TV va seguir realitzant el Va de castells, ja que era el buc insígnia de la televisió.

Per a compensar que es compraven menys programes a les televisions, La Xarxa va donar l'oportunitat als prestadors de produir el programa La Setmana, amb el qual les televisions s'agrupaven per àrees territorials per realitzar un programa de reportatges. La Setmana Penedès-Garraf ofereix reportatges de Canal Blau i Penedès TV (dos de cada televisió, sota la coordinació i presentació de Canal Blau), pel qual tots dos canals reben ingressos.

En una entrevista personal, el director gerent de Penedès TV, Josep Alsina (2015), va explicar que se sentia més còmode amb el model segons el qual La Xarxa potenciava aquells programes que cada territori ja produïa, amb els quals tenia expertesa. En el cas d'aquest prestador, per exemple, el fet de difondre el programa Va de Castells per altres televisions era un incentiu per

augmentar-ne la qualitat, i també un incentiu econòmic. En canvi, la fórmula dels “contenedors”, per la qual les diferents televisions produeixen píndoles per nodrir els diversos programes de La Xarxa, no prima la qualitat de la programació, ni permet potenciar i dotar de més recursos aquells programes diferencials que cada territori desenvolupa (Alsina, 2015, entrevista personal).

A banda de l’intercanvi de programes, Penedès TV ha participat activament al llarg del temps en l’intercanvi de notícies entre els prestadors i La Xarxa. Aquest intercanvi ha estat irregular, especialment per les relacions amb l’entitat que en algunes etapes han estat dificultoses. La Xarxa va signar un conveni amb TV3 per retransmetre conjuntament diada castellera de la Festa Major vilafranquina de 2015, mentre que des de Penedès TV volien seguir fent la cobertura de l’acte com els altres anys. Com que era un tema molt sensible, no hi va haver entesa amb La Xarxa i es va enregistrar l’acte per separat (per una banda, La Xarxa i TV3; i per l’altra, Penendès TV). Això va suposar que durant uns mesos La Xarxa no agafés cap notícia de les aportades per la televisió del Penedès que va suposar una rebaixa dels ingressos del canal, fins que es va reestablir la relació.

Pel que fa al model convergent que va encetar La Xarxa amb la integració de les plataformes de COM Ràdio, la XTVL i La Malla (tal com s’explicarà en el capítol següent), des de la gerència de Penedès TV consideren que pot portar a alguna situació compromesa. Com a exemple, s’esmenta la possibilitat que una informació aportada a La Xarxa s’emeti abans per una ràdio de la comarca que per la televisió que l’ha produïda, degut a les rutines informatives d’aquest mitjà. Des del prestador es mostren preocupats pel fet que un altre mitjà del mateix territori pugui emetre una informació abans que el prestador que la proveeix.

En el cas de Penedès TV es procura trobar l’equilibri entre oferir un contingut local que interessi la ciutadania, i formar part de la xarxa d’intercanvi per a complementar la graella.

4.1.9.4. El pressupost de Penedès TV

La següent taula (figura 65) mostra les dades de pressupost del canal.

Any	Pressupost
2015	Total: 892.485 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -

2014	Total: 893.685 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -
2013	Total: 923.885 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -
2012	Total: 942.404 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -
2011	Total: 1.130.245 Aportació pública: - Prestacions de servei: - Altres: -

Figura 65. Taula pressupost Penedès TV (SERCOM SL), en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel prestador.

El 2011 el pressupost de Penedès TV era de 1.130.000€, dels quals 644.000€ provenien de la subvenció municipal, i la resta de la publicitat i la venda de programes. El pressupost anual de 2015 va ser de 892.000€, dels quals 644.000 provenien de la subvenció municipal, que s'ha mantingut intacta durant aquests anys, després que experimentés lleugers increments des de 2008. Malgrat això, el pressupost total de la televisió ha anat a la baixa des del 2011 segons les dades mostrades (i des del 2009 segons fonts del prestador) en motiu de la davallada d'ingressos provinents de la publicitat i de la venda de programes. S'observa que la davallada més prominent del pressupost es va produir el 2012.

Més del 70% del pressupost de la Societat es destina a despeses de personal fix, segons el pressupost aprovat el 2015 i consultat per a aquesta recerca. El mateix document indica que més del 70% dels ingressos provenen de l'aportació de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès, i que la publicitat representa un 15% dels ingressos del canal.

Cal mencionar que el prestador no disposa de Contracte-programa, un document obligatori segons la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya de 2005.

4.1.10. Televisió El Vendrell

4.1.10.1. Un canal sense llicència pròpia per TDT

L'any 1981 es va crear ràdio El Vendrell, una emissora municipal amb vocació comarcal (Baix Penedès), que funcionava principalment gràcies als voluntaris. El 1994 es va impulsar Televisió El Vendrell, malgrat que des de 1985 ja emetia de manera esporàdica. Es tractava d'un canal municipal, la gestió del qual va ser encarregada per l'Ajuntament a una productora, fins que el 1996 es va crear la Societat Limitada Municipal El Vendrell Comunicació, que va unificar televisió i ràdio en un edifici municipal.

A la demarcació que engloba Alt Penedès, Baix Penedès i Garraf es va reservar espai per a dos canals públics. Tenint en compte que abans de la digitalització hi havia diversos canals municipals en funcionament, la reserva de dues freqüències per a la funció pública va ser insuficient per seguir mantenint els tres canals de les capitals de comarca (Vilafranca del Penedès, El Vendrell i Vilanova i la Geltrú), i els dels altres de municipis. Algunes poblacions, com és el cas d'El Vendrell, volien mantenir un canal local propi que emetés per una àrea de cobertura municipal.

L'Ajuntament del Vendrell tenia poc interès en integrar-se al Consorci impulsat Vilafranca del Penedès (el municipi que liderava una de les llicències públiques del múltiple per les comarques d'Alt i Baix Penedès i que gestionava Penedès TV). Per aquest motiu va anar retardant l'entrada al Consorci. Del 2007 al 2010 es va deixar en *stand by* per manca de voluntat política. Des de l'Ajuntament vendrellenc preferien seguir impulsant el projecte en solitari mentre poguessin, per tenir flexibilitat en l'emissió dels continguts sense haver de fer producció conjunta o repartir-se la graella.

El 2010, el Ple del consistori d'El Vendrell va acordar l'adhesió al Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès. Malgrat que l'adhesió estava aprovada formalment, no es va posar en pràctica fins el 2012, quan van començar els contactes amb Penedès TV per repartir-se el temps d'emissió. Fins llavors, Televisió El Vendrell va seguir emetent de forma il·legal a nivell local, mitjançant un repetidor propi.

Quan la televisió emetia en analògic, l'Ajuntament va encarregar la construcció d'una torre d'emissió, de la qual n'era propietari. Aquesta torre servia per emetre la ràdio i la televisió, en freqüències que quedaven lliures. Quan es va produir l'apagada analògica, l'Ajuntament d'El Vendrell (que era el propietari de la torre d'emissió dels Masos de Coma-Ruga, per on emetia la ràdio de la comarca fins que es van començar a ampliar els seus usos i es va haver de cedir a Abertis perquè en fes l'explotació), va posar un enllaç i un emissor en una freqüència que

quedava lliure pel municipi, el canal 29. El consistori volia seguir gestionant el canal de televisió en solitari ja que considerava rellevant la funció de la televisió com a actor que reforça la identitat local, i volia continuar emetent contingut exclusivament del municipi. L'Ajuntament partia de la base que els espectadors de TV El Vendrell miraven el canal perquè s'hi parlava del municipi, per entendre què passava al poble.

El 2012, el Ministeri d'Indústria va multar el canal per emetre de manera irregular. Va ser aleshores quan el consistori vendrellenc es va voler unir al Consorci, no per a produir de forma conjunta amb Penedès TV sinó per a poder tenir un canal per on seguir emetent el contingut propi. Aquell any TV El Vendrell va fer efectiva l'adhesió al Consorci. No es va dissenyar un projecte per a produir els continguts de manera conjunta, sinó que es va optar per dur a terme un repartiment de les hores d'emissió (les senars anirien a càrrec de TV El Vendrell i les parells es destinarien als continguts de Penedès TV). No es tractava, per tant, d'un procés d'integració sinó d'un repartiment de la graella. Així doncs, es donava la situació que dos prestadors diferents emetien per un mateix canal de TDT.

Amb l'acord, l'Ajuntament d'El Vendrell no se sumava a l'aportació econòmica pactada als Estatuts del Consorci (d'11€/habitant/any), sinó que emetia la seva pròpia programació. Aquest repartiment de les franges horàries va tenir una vigència d'un any i es va trencar per l'incompliment de l'acord. Aleshores Televisió El Vendrell va iniciar negociacions amb un dels dos prestadors privats que tenien llicència assignada al MUX. Es tracta del canal El 3 de Vuit, propietat d'una empresa privada que gestiona el setmanari del mateix nom i que s'havia vist afectat per la crisi econòmica, especialment donats els elevats costos de transmissió del senyal.

La Societat Limitada Municipal El Vendrell Comunicació va arribar a un acord per emetre contingut mitjançant la llicència d'aquest privat⁹². Segons l'acord, signat el març de 2013, Televisió El Vendrell podia fer servir el canal durant 3 anys, en una franja horària de 6h a 2h de la matinada. Segons el contracte, la Societat vendrellenca es faria càrrec dels costos d'emissió.

A nivell jurídic aquesta situació s'empara en l'article 6 de la Llei 2/2012 de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual que, com s'ha explicat al Capítol 2 d'aquest treball, permet que un prestador públic encarregui la difusió de contingut a un privat. Malgrat el trencament de l'acord i que l'emissió s'està duent a terme per un altre canal, l'Ajuntament d'El Vendrell no ha

⁹² <http://comunicacio21.cat/noticies-comunicacio21/657558-3de8tv-lloga-la-seva-frequncia-a-tv-el-vendrell>

formalitzat la sortida del Consorci.

4.1.10.2. Estructura del canal municipal

La televisió s'ubica, conjuntament amb la ràdio, a l'edifici municipal de l'antic Hospital, que es va remodelar als anys 90. L'Ajuntament cedeix l'espai a l'empresa municipal. Fins l'any 2004, els dos mitjans es trobaven a la mateixa planta, fins que el trasllat d'una entitat municipal fora de l'edifici va permetre que els dos mitjans disposin d'una planta cadascun. Es tracta d'una divisió únicament pel que fa als equips tècnics, ja que la redacció segueix essent conjunta. Tots dos mitjans s'engloben sota la marca Ràdio i Televisió El Vendrell, tot i que en aquest treball es para atenció a el vessant televisiu del projecte.

Quan el projecte va començar, hi havia més col·laboradors que ara, com a resultat de la professionalització del canal. La redacció d'informatius funciona bàsicament gràcies als professionals, mentre que a la redacció d'esports hi ha més col·laboradors. El personal del mitjà, contractat per la Societat Limitada Municipal El Vendrell Comunicació, està format per una plantilla de 17 persones. Es tracta de vuit tècnics i nou periodistes, que treballen de manera conjunta a la ràdio i la televisió. El gerent és nomenat pel consell d'administració, on hi tenen representació tots els partits polítics -amb l'alcalde com a president i el regidor de comunicació de Conseller-delegat-, i ratificat pel Ple. També hi ha un estudiant en pràctiques.

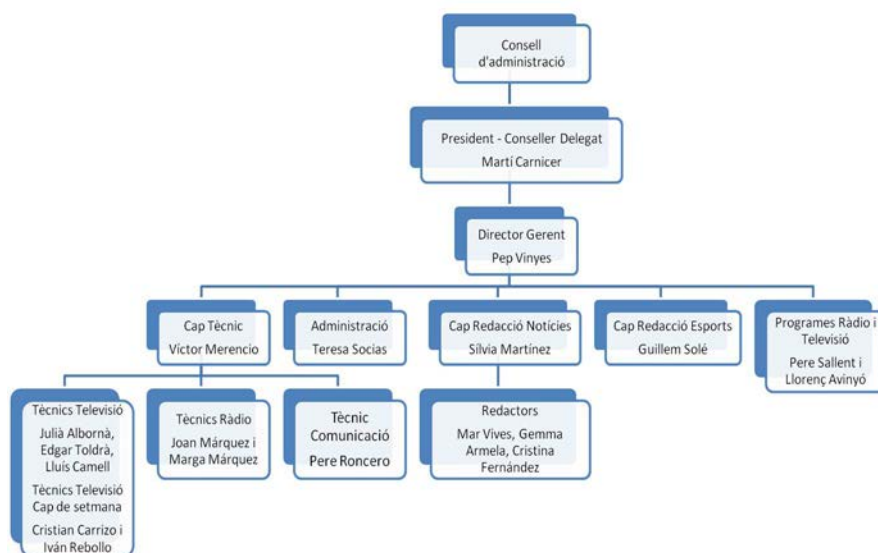


Figura 66. Organigrama de Televisió El Vendrell. Font: Televisió El Vendrell.

4.1.10.3. Contingut: informació municipal i contacte amb els ciutadans

TV El Vendrell produeix un informatiu diari de 25 minuts que s'emet en directe a les 14h i es

repeteix cada hora fins al següent informatiu en directe. Al vespre i al matí, es pot actualitzar l'edició si hi ha informacions noves. A continuació, s'emeten cinc minuts de predicció meteorològica i, seguidament, un programa diari que pot ser una entrevista, un magazín, un programa d'autoajuda, infantil, sobre temps lliure o sobre esports. Per tant, cada dia es produeix una hora de programació pròpia, que és el que des de la gerència del canal consideren que els ciutadans consumeixen de televisió local. Aquesta hora de programació es va repetint al llarg de la graella per tal que l'audiència pugui escollir l'hora en què vol consumir la informació local. Aquesta audiència, cerca la representació de la capa d'identitat més pròxima seguin el model de Straubhaar (2007) definit al marc teòric.

A banda, hi ha actes que es reproduïxen íntegrament, com la rua de carnaval, els Pastorets o obres de teatre, i altres que s'emeten en directe. El cap de setmana s'emet un informatiu que és un conglomerat de les notícies més rellevants de la setmana, amb una presentadora diferent i sense actualitzacions. Les notícies es cobreixen una vegada i es fa una versió per a la ràdio i una per a la televisió. La cobertura es pot fer mitjançant un periodista ENG o dues persones -un càmera i un redactor- dependent de l'esdeveniment o l'acte. Bàsicament es cobreix tot allò que succeeixi al poble, especialment els actes institucionals. A banda, a vegades s'utilitzen notícies generalistes de La Xarxa per a complementar informacions locals.

L'àrea de cobertura informativa és estrictament El Vendrell. Com que és difícil omplir un informatiu únicament amb informacions de la localitat, els periodistes tenen molt de contacte amb les entitats i busquen les notícies d'una manera activa. En alguns casos, es poden fer notícies d'altres llocs de la comarca si tenen repercussió al municipi.

L'informatiu diari es penja un cop emès al web i s'enllaça a Facebook i Twitter. També es penjen algunes notícies de manera independent. Per tant, la finestra d'emissió principal del prestador segueix sent la TDT, ja que consideren que és la plataforma per la qual es consumeixen principalment els continguts locals.

En una entrevista personal feta a propòsit d'aquesta recerca, el gerent del prestador, Pep Vinyes (2015) ha valorat negativament la implantació de la TDT-L, per l'impacte que ha tingut en el model de televisió local. Segons el parer de Vinyes, seria més econòmic seguir emetent com a televisió eminentment local en lloc de fer-ho per l'àrea de cobertura d'una demarcació, tal com va estipular el govern espanyol. El gerent del prestador considera que no és necessari que l'espectador tingui informació sobre el que passa en altres municipis veïns i, en especial, poblacions d'altres comarques com Vilanova i la Geltrú o Vilafranca del Penedès.

4.1.10.4. El Pressupost de Televisió El Vendrell

La taula següent (figura 67) mostra les dades econòmiques del prestador entre 2011 i 2015.

Any	Pressupost
2015	Total: 671.898,88 Aportació pública: - Prestacions de servei: 639.488,88 Altres: 32.410,00
2014	Total: 671.898,88 Aportació pública: 639.488,88 Prestacions de servei: - Altres: 32.410,00
2013	Total: 680.764,82 Aportació pública: 646.000,00 Prestacions de servei: - Altres: 34.764,82
2012	Total: 649.575,96 Aportació pública: 591.403,05 Prestacions de servei: - Altres: 58.172,91
2011	Total: 659.355,91 Aportació pública: 446.070,00 Prestacions de servei: - Altres: 217.285,91

Figura 67. Taula pressupost TV El Vendrell, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel prestador.

D'un pressupost de 670.000€ l'any 2015, el 90% provenien de l'Ajuntament i un 10% de La Xarxa i de la publicitat. Aquest prestador, malgrat conformar un cas atípic i irregular per emetre mitjançant la llicència a un privat, està complint les funcions pròpies dels canals de televisió públics de proximitat.

4.1.11. TAC12

4.1.11.1. Un Consorci de nova creació amb complicitats al territori

TAC 12 és el canal públic de la demarcació de Tarragona, formada per les comarques del Tarragonès, l'Alt Camp i la Conca de Barberà⁹³. El Consorci TACOALT, que gestiona la televisió, està format pels ajuntaments de Constantí, Montblanc, Salou, Tarragona, Torredembarra, Valls i Vila-seca, constituït el juny del 2008. Es va donar opció als municipis de més de 5000 habitants de formar-ne part. L'objectiu era dotar al territori d'un canal de televisió de proximitat amb una única vocació de servei públic, en una zona on hi havia una manca d'iniciatives de televisió pública en l'època analògica. Segons fonts del prestador, l'any 2012 el municipi d'Altafulla es va sumar al Consorci, tot i que no consta a l'expedient de la Generalitat.

El Consorci vol tenir les màximes complicitats possibles, especialment amb aquelles entitats que tenen també una vocació de servei al territori i als seus ciutadans. Per això va signar un conveni amb la Universitat Rovira i Virgili mitjançant el qual les dues institucions es van comprometre a col·laborar en una doble direcció: l'optimització de recursos públics mitjançant l'ús compartit d'equipaments i instal·lacions audiovisuals, i l'impuls d'una experiència pionera de col·laboració estreta entre una universitat i un mitjà de comunicació públic. Aquesta entesa ha permès ampliar les oportunitats formatives de l'alumnat, establint diversos programes de pràctiques per a possibilitar la participació activa dels estudiants en un projecte professional, i difondre productes des de la pròpia universitat.

El Ple del Consorci està format per un representant de cadascun dels ajuntaments membres, amb una presidència rotatòria, segons els estatuts. Aquest Ple designa el director-gerent tant del Consorci com de l'Entitat Pública Empresarial (EPE) que gestiona la televisió. El model escollit per a la gestió del personal és el de l'externalització. L'aportació dels membres del Consorci es duu a terme sobre una base comuna, en funció dels habitants de cada població i de l'IBI. L'aportació pública suposa el 70% del pressupost, mentre que la publicitat i la comercialització aporten el 30% restant.

⁹³ La província de Tarragona es divideix entre el Camp de Tarragona (format per les comarques descrites), al qual dona servei aquest prestador. L'altra gran àrea de la província és les Terres de l'Ebre, un territori que no disposa de prestador públic de proximitat.

4.1.11.2. Un prestador professionalitzat

TAC12 és un prestador que ha nascut a partir del PTNTDT i de la legislació que regula la TDT de proximitat i, per tant, s'ha creat com a prestador professional. Aquest projecte s'ha establert en base a una política d'externalització de la producció que pretén desenvolupar les indústries culturals, especialment les audiovisuals. Des del Consorci creuen que l'externalització contribueix a dinamitzar el sector audiovisual.

La producció de continguts ha estat durant anys adjudicada a una Unió Temporal d'Empreses (UTE), formada per productores del territori, de manera que es contribueix a potenciar les indústries culturals de la zona. Les productores són Iniciatives de Televisió (que gestiona Canal Reus), Procrea Propostes Creatives (una productora de Valls) i Mediaframe Productions (de Tarragona). La plantilla a 2015 estava formada per tres persones contractades per l'empresa pública, set periodistes ENG (després de la pèrdua de dos periodistes el 2012, en motiu de la davallada de la publicitat i de les aportacions municipals) i dos tècnics, més algun periodista *freelance* que col·labora amb l'emissora de manera esporàdica.

Les persones destinades a la redacció d'informatius són set. A banda, hi ha dos periodistes que actuen com a corresponsals a Montblanc i Valls, que són les poblacions més allunyades de la seu tarragonina. Aquestes dues persones produeixen aquelles informacions més institucionals dels municipis per al prestador. En el primer cas, es tracta d'un professional que treballa a la ràdio municipal i, en el segon, a un membre del gabinet de premsa de l'Ajuntament (que antigament treballava a la ràdio municipal però s'ha incorporat al departament de premsa després del tancament de l'emissora). Com que són treballadors estretament vinculats al consistori, en les temàtiques més complexes o polèmiques són els periodistes de la redacció de Tarragona els que es desplacen fins a aquestes poblacions. L'acord amb els dos municipis es renova cada any, i es resta de l'aportació al Consorci l'import proporcional corresponent a aquest personal, que dedica mitja jornada diària a treballar per a la televisió. En aquest cas, s'observen vincles entre el poder polític i el prestador, que podrien afectar la independència del canal malgrat que s'intenten minimitzar quan s'evita que aquests treballadors municipals cobreixin determinades temàtiques relacionades amb la política local dels seus pobles.

El projecte té quatre centres de producció. Un primer al carrer Rovira i Virgili de Tarragona on està situada la seu del Consorci i la redacció central del projecte, en un local en règim de lloguer. El segon centre de producció s'ubica al Campus Catalunya de la Universitat Rovira i Virgili. En aquest indret hi ha dos platós propietat de la universitat amb els quals la televisió compta a per realitzar els programes. D'aquesta manera, TAC12 es va estalviar fer la inversió inicial per a

construir i equipar els platós. El prestador pot fer servir el plató petit cada dia per enregistrar l'informatiu diari, i el plató gran dues tardes a la setmana per gravar els programes, per tal que no hi hagi solapament d'horaris amb les pràctiques que hi fan els alumnes.

Les informacions les cobreixen professionals que treballen com a ENG, excepte en casos en què hi pot haver una forta aglomeració de gent o que són més complexos, en què s'hi desplacen dues presones: una com a càmera i una altra com a redactor/a. Es cobreixen uns 20 temes al dia aproximadament. Les convocatòries oficials dels municipis que formen el Consorci es cobreixen totes i, a banda, es produeixen temes propis.

Els periodistes estan especialitzats en municipis, per tal que siguin experts en la informació local de cada població. Durant el cap de setmana, hi ha dos equips per cobrir notícies, però no s'actualitza l'informatiu i les peces són emeses a l'informatiu de dilluns. La cobertura informativa es basa en els pobles que conformen el Consorci, a no ser que passi algun succés molt rellevant o amb moltes implicacions per la zona, en què els periodistes es desplacen fora de l'àrea assignada per a cobrir les peces.

La graella del canal està basada en la informació de proximitat. Cada dia es realitzen dos informatius de mitja hora. El primer s'emet a les 14h, i el segon a les 20.30h, que és una reposició del primer amb excepció dels dies en què hi ha informació rellevant per actualitzar. El cap de setmana es projecta un resum de notícies de la setmana. Antigament s'havien produït dos informatius diaris, però es va limitar la producció de notícies.

L'informatiu propi no va precedir ni seguir per l'informatiu generalista de La Xarxa, ja que consideren que la prioritat informativa ha de ser allò que els fa diferents, que són les notícies de proximitat. Els programes de La Xarxa que s'emeten són més genèrics, com ara de senderisme o de cinema. La graella es complementa amb programació pròpia consistent en un espai informatiu temàtic diari, que pot ser un programa de reportatges i entrevistes polítiques, un de reportatges de cultura, un resum esportiu -que incorpora una entrevista i una tertúlia-, o un programa d'entrevistes i actualitat no política.

Antigament es feia un programa per a les entitats, que va estar quatre anys en pantalla. Es va eliminar de la graella perquè van considerar que una vegada havien parlat de totes les entitats, el programa es feia repetitiu. Ara bé, les entitats segueixen tenint línia oberta per participar de la programació de l'emissora. A més, es produeix el programa La Setmana, impulsat per La Xarxa. En aquest cas, en lloc de produir-se amb altres televisions del territori, el produeix TAC12 en solitari, i es nodreix de dos reportatges propis i dos que s'agafen de televisions d'altres zones del territori català.

A aquesta programació regular s’hi sumen programes que es produeixen de manera puntual, com ara el Picalletres, i hi ha programes especials en dates assenyalades sobre activitats concretes, com ara per Setmana Santa o durant al setmana medieval de Montblanc. Des de la televisió consideren que el que poden oferir com a tret diferencial és la informació de proximitat i per aquesta raó la producció de la cadena es basa en continguts informatius. El director-gerent del canal, Xavier Abelló (2015) va explicar en una entrevista personal que la missió de TAC12 és emetre informació diferenciada diferent de la que es pot trobar TV3, ja que si no la gent la va a buscar al canal generalista. És per això que procuren potenciar els temes propis diferenciats.

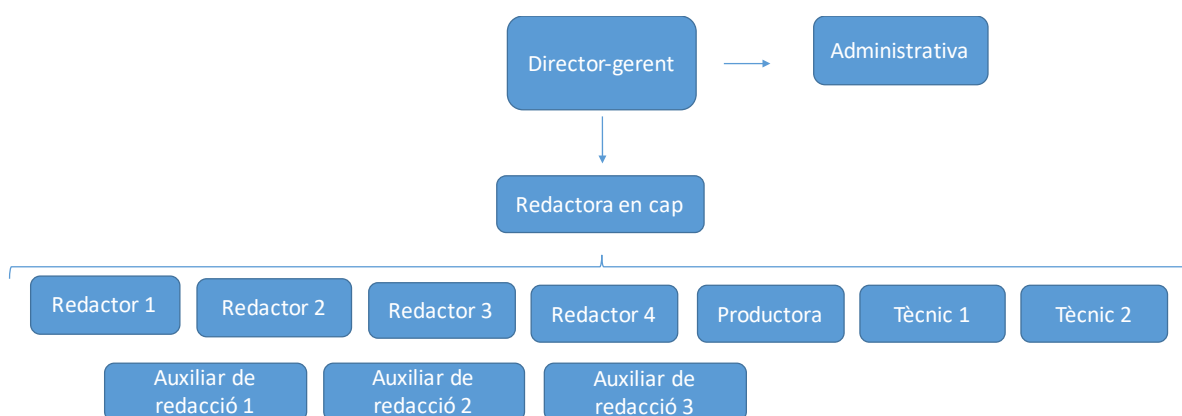


Figura 68. Organigrama de TAC 12. Elaboració pròpia a partir d’informació facilitada pel prestador.

De l’organigrama del canal (figura 68), les úniques figures que són personal propi de TAC12, és a dir, que no estan externalitzades, són el director-gerent i l’administrativa. Les altres persones estan contractades per l’empresa a qui s’ha externalitzat la producció de continguts.

4.1.11.3. Les relacions de TAC12

Existeixen relacions entre els prestadors de proximitat més enllà dels enllaços que s’estableixen a través de La Xarxa. Amb algunes televisions, TAC12 intercanvia programes que no distribueix La Xarxa. N’és un exemple un programa de cinema de MaresmeDigital TV. A més, els prestadors també es lloguen unitats mòbils entre ells i intercanvien informació de gestió d’una manera menys formal. Per exemple, per a la cobertura de les eleccions municipals, es van establir contactes entre els directors de diversos prestadors per intercanviar els respectius plans de cobertura. A TAC12, les relacions més intenses les tenen amb Canal Reus i Canal Blau, per la proximitat i perquè solen demanar el lloguer d’unitat mòbils. A més, cal mencionar el component personal de coneixement mutu ja que l’actual director de TAC12 havia dirigit Canal Blau.

A banda dels membres del Consorci, TAC12 té acords signats amb tres municipis (Vilallonga, La Pobla de Mafumet i El Catllar), que tenen interès en què la televisió cobreixi algunes

informacions i, a canvi, els fan inversió publicitària (publicitat institucional o d'activitats del municipi).

Si ens referim a la relació entre TAC12 i la Universitat Rovira i Virgili, les col·laboracions es basen en un conveni de pràctiques per als estudiants, un curs impartit per professionals de TAC12 sobre periodisme casteller, i productes audiovisuals esporàdics realitzats conjuntament amb estudiants. El director-gerent del canal ha explicat en una entrevista personal que la voluntat és anar més enllà i intensificar la col·laboració (Abelló, 2015).

4.1.11.4. Innovació en el canal

Paral·lelament a l'emissió per TDT, el Consorci ha construït un web per apropar tota la seva programació a Internet. Aquest nou canal està personalitzat per a cadascuna de les poblacions membres del Consorci per facilitar als ciutadans la cerca dels temes que fan referència al seu poble o ciutat. Aquesta iniciativa s'ha tirat endavant en col·laboració amb La Xarxa.

Tots els vídeos que es produeixen es penjen a posteriori al web del canal, a través de la plataforma Xiptv. Twitter i Facebook són eines que s'utilitzen bàsicament per a promocionar programes. Des de TAC12 consideren que el model de futur és la televisió connectada.

4.1.11.5. El pressupost de TAC12

Any	Pressupost
2015	Total: 845.791,90 Aportació pública: 578.577,98 Prestació de serveis: 264.213,92 Altres: 3.000
2014	Total: 880.357,12 Aportació pública: 582.961,84 Prestacions de servei: 297.395,28 Altres: -
2013	Total: 857.583,43 Aportació pública: 591.442,03 Prestacions de servei: 265.501,90 Altres: 639,50
2012	No es disposa de dades

2011	Total: 892.666,34 Aportació pública: 766.956,84 Prestacions de servei: 124.968,30 Altres: 741,20
------	--

Figura 69. Taula pressupost TAC12, en euros. Elaboració pròpia a partir de dades facilitades pel prestador.

El pressupost de TAC12 s'ha mantingut estable al llarg dels anys analitzats donada l'estabilitat en el nombre de municipis consorciats al llarg dels anys. La variació del pressupost entre 2011 i 2015 és de 56.874,44€. Aquesta variació no és gaire pronunciada, sobretot si ho comparem amb els altres prestadors.

És cert que l'aportació dels ajuntaments és la que més va disminuir de manera significativa entre 2011 i 2013, en 174.914,81€ com a conseqüència de la crisi, però aquesta davallada es va compensar en el pressupost amb l'augment de prestacions de servei, que es van duplicar en els mateixos dos anys i s'han mantingut estables des d'aleshores.

4.1.12. Canal 10 Empordà

4.1.12.1. Un projecte impulsat per voluntaris

Els orígens de Canal 10 Empordà estan lligats als de la ràdio municipal, que van posar en marxa tres aficionats des de L'Escalà. Els impulsors van formar la secció de ràdio dins l'associació Centre Esportiu i Recreatiu (CER). Es tracta d'un mitjà que neix de la mà del voluntariat, integrat en la categoria de ràdio comunitària o del tercer sector. Aquell projecte inicial va créixer fins que, ràpidament, l'emissora es va professionalitzar i municipalitzar.

Els mateixos aficionats que van impulsar la ràdio municipal es van interessar pel mitjà televisiu, i van començar a emetre continguts audiovisuals per la xarxa de cable municipal. El naixement de la televisió local la van impulsar voluntaris de la mateixa associació, però des del primer moment va rebre el suport municipal.

L'Ajuntament de L'Escalà va fer l'aportació econòmica inicial que va permetre la compra d'equips per engegar el projecte. Tot i l'aportació econòmica inicial, el pressupost per funcionar durant els primers anys no provenia de cap subvenció, sinó dels anunciants i d'altres actius de l'associació, com ara les màquines de billar o futbolí. La televisió no comptava amb personal propi i funcionava gràcies al voluntariat, fins que l'Ajuntament decidí contractar una persona. Així va començar la professionalització de la televisió, a mitjans de la dècada dels 2000.

En el pas a la digitalització, l'Ajuntament de L'Escalà va tenir clar que volia formar part del Consorci per a gestionar el canal públic del MUX Figueres. No obstant, els altres municipis no

van voler entrar en el projecte, i L'Escala es va quedar sol en l'impuls del canal públic de TDT. Això va fer que el projecte de televisió digital fos la continuació de l'analògic.

Tot i la manca d'interès dels altres municipis, l'Ajuntament de L'Escala va crear un Consorci en solitari per a gestionar el canal, obert a la participació dels altres consistoris que s'hi volguessin sumar en un futur. Amb el pas cap a la TDT, es va canviar el nom d'Escala Televisió pel de Canal 10 Empordà, per tal de donar una dimensió més comarcal al canal, tot i que el seguia gestionant un sol Ajuntament i que es tractava d'un canal eminentment local.

Figueres i Roses eren dos dels municipis que podrien haver format part del Consorci. En tots dos casos existia un canal de televisió privat, en el qual els ajuntaments hi col·laboren econòmicament, en forma de subvenció i de compra-venda de productes. Abans de la digitalització, els municipis que formaven la demarcació de Figueres van reunir-se i van encarregar un estudi sobre la viabilitat i el cost d'un canal públic a la comarca.

Segons el director de Canal 10 Empordà, Miquel Pagès (2014), a qui s'ha entrevistat per a desenvolupar aquesta recerca, el projecte de TDT-L estava sobredimensionat. Actualment, dels quatre canals previstos al MUX, tan sols dos estan en marxa: Empordà TV i Canal 10 Empordà. Aquest fet ocasiona que aquests dos canals hagin d'assumir la totalitat del cost de distribució del senyal. Pagès assegura que si un dels dos canals tanqués, l'altre no podria fer front a la totalitat dels costos d'emissió. El director del canal considera injust que els operadors en actiu hagin de pagar els costos que es deriven de la transmissió del senyal si un prestador adjudicatari d'una llicència del MUX abandona el projecte.

El Patronat de Mitjans de Comunicació era l'organisme de l'Ajuntament que gestionava la ràdio local i el canal de televisió. El 2013, el consistori va apostar per crear sinergies entre tots dos mitjans i gestionar-los d'una manera coordinada. Per aquest motiu, va crear la figura del coordinador i va integrar la redacció, de manera que hi hagués quatre persones en plantilla, per a treballar amb el suport dels voluntaris i aficionats. En aquest nou model, el personal del Patronat produeix continguts indistintament per a ràdio i televisió, de manera que s'aprofiten per tots dos mitjans.

La televisió i la ràdio funcionen amb un pressupost d'uns 240.000 euros anuals, segons les úniques dades de què es disposa, facilitades pel prestador el 2014. Un 40% del pressupost prové de la publicitat, un 58% de l'aportació municipal i un 2% de la Diputació de Girona⁹⁴. Canal 10

⁹⁴ Tot i que la investigadora ha demanat les dades el pressupost de Canal 10 Empordà entre els anys 2011

Empordà s'ubica en un edifici municipal, cedit per l'Ajuntament. Els estudis de ràdio i televisió es troben al mateix edifici, i la redacció és a la mateixa sala.

4.1.12.2. Un canal local

L'àrea de difusió del canal és tota la comarca de l'Alt Empordà, però des del canal només es cobreixen notícies del municipi de l'Escala. En algunes ocasions, l'informatiu incorpora informació comarcal, amb peces elaborades per altres prestadors i compartides mitjançant La Xarxa. Puntualment, la televisió firma convenis amb ajuntaments del voltant per a cobrir esdeveniments concrets.

Diàriament, el canal elabora un informatiu de 20 minuts de programació pròpia, que s'emet a les 20.30h del vespre, i un o dos programes (retransmissió esportiva, entrevista amb l'alcalde, programa d'esports, enregistrament de conferències, un programa fet a l'Institut, cinema, entrevistes, etc.) que s'emeten a la nit. També s'emet el programa d'esports i l'informatiu que elabora La Xarxa.

Durant la matinada i el matí (de 2 a 14h) s'emet l'àudio de la ràdio per la televisió, acompanyat de pantalles amb informació general, agenda o publicitat. Consideren que aquesta fórmula és avantatjosa per ambdós mitjans, ja que la televisió omple la graella, i la ràdio guanya oients ja que hi ha ciutadans que escolten la ràdio a través de la televisió. Al migdia es reemetem els continguts propis del vespre anterior. També s'emeten alguns programes de La Xarxa. Tot i això, els continguts que tenen més èxit són les retransmissions dels actes que es fan al municipi.

Canal 10 Empordà manté bones relacions amb els altres televisions de proximitat de la comarca, amb les quals col·labora de manera puntual. Els prestadors es respecten l'àrea de cobertura de cadascuna de les televisions, i no intervenen en l'àrea de cobertura d'un altre canal de la demarcació. Això significa que si des de Canal 10 Empordà volen informar sobre alguna temàtica que té lloc en una població que habitualment cobreix una altra televisió (encara que sigui privada), li demanen la informació. També succeeix a l'inrevés, les altres televisions de proximitat no cobreixen informacions que tenen lloc a l'Escala, i si les necessiten, les demanen a Canal 10 Empordà.

El director del canal (Pagès, 2014, entrevista personal) considera que la TDT ha encarit els costos de distribució del senyal i que és difícil sobreviure. Canal 10 Empordà té una àrea de cobertura

i 2015, el prestador no les ha facilitades i, per tant, no s'ha pogut elaborar la taula corresponent com en els altres casos.

comarcal innecessària, ja que a efectes pràctics és una televisió bàsicament local, però que es veu per tota la comarca, amb uns costos de transmissió del senyal més elevats que els que es derivarien d'un prestador estrictament local.

Es tracta d'una televisió oberta a la ciutadania i molt vinculada amb les entitats del municipi. També té relació amb els centres educatius. Per exemple, el director del canal imparteix un taller a l'Institut, i els alumnes fan un programa per a la televisió. El canal va a cobrir tots els actes i activitats que tenen lloc al municipi, per tal d'incentivar-ne la participació i de potenciar la identitat local.

L'objectiu del canal és que en el futur el contingut es distribueixi totalment per Internet, en directe o a la carta. El canal té una pàgina web pròpia⁹⁵ i, en l'àmbit de la innovació, volen desenvolupar una aplicació pròpia per a mòbils i tauletes per tal d'estar més integrats a l'entorn digital. Consideren que la TDT és una tecnologia de transició, però que encara falten uns anys per condicionar la velocitat d'Internet a les llars per poder oferir un servei de qualitat totalment on-line. Els avantatges serien, segons els gestors del canal, la disminució dels costos de distribució, mentre que un possible inconvenient podria ser la pèrdua d'audiència, sobretot de les persones més grans.

4.2. Característiques del model de TDT-L públic

4.2.1. La funció de servei públic

Els prestadors de televisió pública de proximitat han de complir una funció de servei públic. Això s'ha de traduir en la capacitat de transmetre al ciutadà informació veraç, equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític, social, cultural i que reflecteixi el territori de cada àrea d'una manera equilibrada. Els gestors i professionals dels prestadors de proximitat catalans procuren acomplir aquests objectius, tot i que a voltes, com s'exposa en aquest apartat, tenen dificultats per garantir alguns dels paràmetres apuntats.

Les televisions han d'estar equipades convenientment per afavorir la difusió, el coneixement i la divulgació dels principals esdeveniments polítics, socials, econòmics, científics i esportius els municipis de les demarcacions. També han de promoure les expressions i manifestacions culturals més diverses. Cal que ofereixin informació de proximitat i productes lligats al territori, així com retransmissions amb evident interès públic (Abelló, 2015, entrevista personal).

⁹⁵ www.canal10.cat

El servei públic audiovisual també es relaciona amb la capacitat d'informar de l'actualitat local, d'allò que no té visibilitat en altres canals. És un espai obert de participació en el qual es dona veu a les entitats. Les entitats són actors de vital importància en el teixit ciutadà català, com a catalitzadores de la cohesió social. En general tenen les portes obertes a les televisions de proximitat, que procuren difondre les seves activitats.

Els canals ofereixen un contingut útil al ciutadà d'allò que afecta el seu dia a dia. La televisió ajuda la ciutadania a conèixer el seu entorn. Per tant, no es tracta tan sols d'emetre informació sinó també d'aconseguir que el ciutadà estigui assabentat d'allò que passa al voltant, en quant a associacions existents, cursos, activitats, concerts, festes, etc. Tot sovint, els prestadors públics de proximitat són els únics que asseguren que els habitants d'un municipi o ciutat coneguin allò que hi succeeix i en fan el seguiment, ja que la majoria d'informacions que difonen no surten als altres mitjans d'àmbit de cobertura més amplis.

A banda del seguiment del dia a dia del territori i d'actuar d'altaveus de les entitats, fan la funció de lupa de les informacions més generalistes. Amplien les notícies generals a l'àmbit local i de proximitat. Aconsegueixen ser molt específics en les temàtiques, de manera que a vegades són consultats pels mitjans més generalistes. Des de la televisió local es pot detallar l'especificitat d'una temàtica i aprofundir-hi perquè es coneixen les particularitats de la zona.

Dins el servei públic que presten les televisions públiques de proximitat s'hi pot englobar la funció de documentació i arxiu d'allò que succeeix al territori. Aquests prestadors emmagatzemen els materials audiovisuals que permeten explicar la història d'una àrea geogràfica determinada amb detall. Actualment els continguts es cataloguen i s'arxiven de manera més ràpida gràcies a les noves tecnologies, de manera que queda constància de tot el patrimoni històric del que ha passat a la ciutat o població, i al seu entorn.

Si tenim en compte les tres missions de servei públic (informar, entretenir i educar), els mitjans públics de proximitat a Catalunya compleixen bàsicament les d'informar i educar. Pel que fa a l'entreteniment, si bé en alguns casos sí que s'incorporen fórmules per fer els programes més amens o s'utilitza el format magazín, no és una prioritat per als canals. Donades les dificultats econòmiques dels prestadors, aquests opten per la informació com a eix bàsic de la cadena.

El cas de BTV és excepcional i únic, ja que aquesta cadena sí que produeix entreteniment. La producció de formats més enllà de la informació és una prioritat per al prestador, que té la capacitat econòmica per fer-ho. A banda d'entreteniment, BTV també innova amb nous formats i tecnologies, mentre que els altres prestadors tenen poc pressupost per a la innovació.

La informació, com s'analitza al llarg d'aquest treball, és l'element bàsic de la programació de

les TDT-L públiques. La funció educativa es duu a terme als canals públics de proximitat mitjançant l'establiment de vincles amb els centres educatius del territori, i també en la difusió del coneixement de la cultura local. També s'emeten programes educatius en diferents àmbits, com ara espais per als infants, programes elaborats per persones immigrandes o espais de cultura tradicional.

Si bé tot sovint en l'àmbit català s'ha parlat de servei públic en singular -per referir-se a TV3 i els altres canals de la CCMA-, l'existència dels prestadors de proximitat és clau per a garantir la diversitat i pluralitat del sistema audiovisual. Els prestadors públics de proximitat compleixen un paper d'aixopluc, de seguiment d'allò que succeeix al territori, i són uns fiscalitzadors del que passa al primer nivell polític i social, el local.

4.2.2. La importància de la identitat local

El servei públic i la construcció identitària estan estretament relacionats en aquesta recerca, tal com s'ha introduït en el marc teòric. El servei públic incorpora com a missió la representació de l'esfera local, i els principals actors en l'acompliment d'aquesta missió són els prestadors de proximitat.

Els canals públics de proximitat fan de mirall de la societat local i projecten allò que té lloc al territori, de manera que actuen com a reforç de la identitat local. El fet de donar a conèixer el que fan les entitats i associacions culturals ajuda a consolidar la identitat. També hi afavoreix la identificació del ciutadà amb el seu territori, la retransmissió de les festes locals i la informació sobre tradicions. En són exemple les festes majors dels municipis, que reporten bona part de l'ADN local.

La presència de colles castelleres a la major part de comarques que tenen canals de televisió de proximitat -amb un fort pes identitari especialment al Garraf, Alt Penedès, Baix Penedès i Tarragona, però també a Mataró i Terrassa- s'ha detectat a través de les entrevistes i de l'observació no-participant com un element molt potent que afavoreix la identificació del ciutadà amb el canal. També s'ha observat que és un element de rivalitat entre territoris, que ha pogut dificultar l'entesa entre municipis que volen transmetre la pròpia identitat al seu públic.

La importància de representació de l'esfera local explica que, en alguns casos, l'agrupació de municipis en les demarcacions no hagi funcionat. La identitat local no sol ser compartida entre diversos municipis, i la situació encara es complica encara més si a la demarcació hi ha implicades diferents comarques (Martori, 2014). En alguns indrets de Catalunya, difícilment un ciutadà d'una localitat pot sentir-se identificat amb la festa major d'una altra localitat, i de la mateixa

manera li pot interessar poc una notícia política estrictament local⁹⁶.

La relació del ciutadà amb la primera capa d'identitat té lloc en l'esfera municipal, però no funciona tan bé en territoris que agrupen diferents poblacions, un àmbit supramunicipal que se situaria entre el local i el nacional. Amb l'arribada de la TDT, s'ha procurat reactivar la vinculació de la televisió de proximitat amb la comunitat, en alguns casos de manera insatisfactòria. Un exemple clar el conforma la demarcació de Vilanova i la Geltrú. En una mateixa demarcació, formada per tres comarques, hi havia diversos municipis amb una identitat local fortament marcada i que comptaven amb televisions locals en analògic. Això va ocasionar que l'entesa entre el municipi vilanoví i Sitges no funcionés, d'igual manera que la comunió entre El Vendrell i Vilafranca del Penedès no va fructificar.

4.2.3. Les dificultats organitzatives

Les dificultats per a transmetre la identitat estrictament local es poden relacionar amb l'estructura d'un model que va ser reorganitzat. Les polítiques de comunicació van aprovar lleis que, com s'ha descrit en el Capítol 2, van estructurar el panorama de la televisió de proximitat en base a les demarcacions, responen a la voluntat la major part dels municipis de participar en canals de televisió de proximitat, com s'ha explicat en el Capítol 3. En una demarcació hi podia haver diverses tradicions històriques de televisions locals, i arribar a acords no era senzill.

Els prestadors que estaven acostumats a disposar de tot el temps d'emissió d'un canal destinat a un sol municipi s'havien d'adaptar a informar sobre diverses localitats. En alguns casos, com en el cas de l'aliança entre Vilafranca del Penedès i El Vendrell, això no va ser possible i, en lloc d'utilitzar criteris informatius per al telenotícies incloent temes de les dues localitats i de les altres properes, els municipis es van repartir la graella d'emissió en franges horàries per seguir reflectint la realitat estrictament local (tot i que aquesta fórmula tampoc va funcionar). Altres exemples de les dificultats organitzatives són els casos del Vallès Occidental o el Vallès Oriental, en què els municipis que comptaven amb televisions comunitàries -que complien un rol de servei públic- no es van integrar als consorcis.

També va complicar l'organització dels canals la necessitat de constituir consorcis. Molts d'ells han acabat gestionats per un sol municipi, malgrat haver-se constituït com a consorcis per tal de no excloure la possibilitat que altres consistoris entressin al projecte. Un informe del CAC (2009:

⁹⁶ Aquest va ser l'argument que van fer servir ajuntaments i Consells Comarcals per a demanar dos prestadors públics en alguns MUX d'una mateixa demarcació.

30) exposa que la constitució dels consorcis és “un dels elements més problemàtics de la TDT-L des dels seus inicis”. Els consorcis que s'han posat en marxa compleixen, com a mínim, un d'aquestes tres requisits: existència prèvia d'una televisió analògica, vinculació de la TDT a un projecte econòmic més ampli i/o voluntat de crear una televisió que contribueixi a la vertebració territorial i social dels municipis implicats.

Abelló (2015), com a president de la Coordinadora de Televisions Públiques Locals (CTPL) ha identificat tres causes de la no-creació d'alguns consorcis, en una entrevista personal:

- ✓ Raons econòmiques. L'inici de la crisi es postula com el motiu principal que va fer que alguns projectes no es posessin en marxa, i que alguns municipis no entressin en consorcis que sí que van impulsar projectes televisius.
- ✓ El model requereix un gran consens, sovint en territoris amb particularitats diverses.
- ✓ Dificultat d'administrar els consorcis, que es conceben com una figura administrativa complexa. Aquesta dificultat s'ha superat de manera més satisfactòria en els casos en què hi havia preexistència de canals històrics, on el lideratge del projecte estava més clar.

El CAC també ha sintetitzat els problemes derivats de la manca d'un lideratge clar en el projecte i/o la manca d'acord entre els municipis, cosa que implica situacions diverses al voltant de quatre tipologies (CAC, 2009):

- L'absència del municipi més gran de la demarcació en el lideratge del projecte en una primera fase.
- L'encapçalament del projecte per part de municipis petits amb televisió analògica, però sense massa pes polític/econòmic.
- La dificultat del municipi líder per implicar-hi la resta.
- L'existència de municipis de mides semblants, potencialment capaços de liderar el projecte, que provoca falta d'acord sobre el paper de cada municipi dins el consorci.

La falta d'interès per un canal de televisió de proximitat i la manca d'acord s'han vist agreujats per la crisi econòmica, que només ha fet que empitjorar la capacitat dels ajuntaments per invertir en mitjans de comunicació. Un altre element de l'estructura organitzativa del model són els costos d'emissió del senyal. “A la pràctica hi ha un sol transportador de senyal (Abertis) i l'absència d'alternatives reals per optar-hi ha generat moltes tensions en la negociació dels costos i les condicions dels contractes” (CAC, 2009: 68).

Tot i que els preus de l'emissió del senyal s'estipulen d'acord amb les condicions establertes per la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) en el supòsit dels operadors amb poder especial de mercat, és a dir, preus orientats a costos i paritat de tracte o principi de no discriminació, bona part dels prestadors de proximitat consideren que els costos d'emissió són massa elevats i que és injust haver de pagar aquests imports a Abertis. Cal mencionar que algunes torres d'emissió pròpies dels municipis per difondre el senyal en analògic es van haver de cedir.

La problemàtica del preu dels costos d'emissió va augmentar quan alguns canals van deixar d'emetre -i, per tant, van deixar de pagar la seva part proporcional per la distribució del senyal-, i els prestadors en actiu han d'assumir tots els costos d'emissió del MUX. Les rebaixes aplicades per l'operador de senyal, en força casos, no van ser suficients.

Els prestadors de proximitat consideren que, en algunes ocasions, no es van tenir en compte les particularitats del territori a l'hora de prendre les decisions polítiques que van estructurar la TDT-L, sobretot les que eren competència de l'Estat. L'estructura del model és complexa, i no ha facilitat la gestió de les televisions públiques de proximitat. Les limitacions de l'espectre i del nombre de canals de TDT-L ha provocat situacions irregulars, com ara el cas de Maricel TV, el prestador de Sitges que actualment emet on-line, que lloga esporàdicament equips i fins i tot temps d'emissió a Canal Blau (per exemple, per Festa Major i per Carnaval).

A banda dels aspectes identitaris, en l'estructura i funcionament del model hi tenen un pes destacat la voluntat política dels governs dels ajuntaments (que volen, o no, que el municipi disposi d'una televisió de proximitat i preservar-ne la independència), així com la voluntat dels gestors dels prestadors de ser impermeables a les pressions per garantir la independència dels mitjans, i també l'exercici professional dels propis treballadors de les televisions.

Actualment el model presenta l'anomalia que els prestadors en actiu estan ubicats majoritàriament a la província de Barcelona. El fet de ser àrees més poblades podria explicar aquest fenomen, ja que l'audiència potencial és més elevada i també hi ha una bossa més gran de comerços locals per anunciar-se al canal. Es tracta, per tant, d'un sistema comunicatiu públic que no està equilibrat territorialment. La situació econòmica de les TDT-L és força precària i les sinergies entre els prestadors es postulen com la via per garantir-ne la viabilitat.

4.2.4. Els lligams amb el territori: no només informatius

Els prestadors de televisió pública de proximitat estan vinculats amb la identitat local, però també amb el territori d'una manera pràctica. Molts prestadors de proximitat estan integrats amb el projecte de ràdio municipal de la població on se'n situa la seu i treballen en redaccions

covergents. En alguns casos, els dos mitjans comparteixen les instal·lacions, generalment al municipi més gran del Consorci o el que capitaneja el projecte. El projecte de televisió pública sovint s'integra en un projecte més ampli de ciutat, relacionat amb la innovació i les noves tecnologies, que pretén ser el punt neuràlgic del sector al territori.

Aquesta recerca ha pogut constatar el que apuntava l'informe del CAC Diagnòstic de la Televisió Digital Terrestre Local a Catalunya (setembre - octubre 2009)⁹⁷:

Una de les dades més rellevants que s'ha obtingut, en relació amb la televisió pública, és que els consorcis que aconseguen tirar endavant apareixen relacionats amb un altre fenomen que la TDT-L contribueix a desenvolupar: la creació de clústers audiovisuals locals. Molts d'aquests projectes, a més, estan vinculats a diverses universitats catalanes i alguns centres de formació professional. L'objectiu és crear sinergies entre la recerca i la docència en estudis de comunicació i enginyeries de telecomunicacions; i la producció i difusió audiovisuals. De fet, una de les constatacions d'aquest estudi és que la majoria dels programes públics que s'estan desenvolupant a Catalunya apareixen vinculats a projectes que van molt més enllà de la TDT-L. CAC, 2009: 34.

S'observen paral·lelismes entre el model de Canal Blau, en què a Vilanova i la Geltrú la seu del canal s'ubica en un edifici lligat amb la innovació audiovisual i la universitat (comparteix edifici amb un viver d'empreses relacionades amb les noves tecnologies i un espai destinat a la recerca de la Universitat Politècnica de Catalunya); el de MaresmeDigital, que té la seu integrada al Tecnocampus de Mataró (que acull la universitat i també un viver d'empreses relacionades amb la innovació); i el de Vallès Oriental Televisió, ubicada a Roca Umbert, un espai on hi ha un viver d'empreses audiovisuals, platós de lloguer, espais culturals (una biblioteca i un museu) i sales on s'hi fa formació artística, cultural i audiovisual.

4.2.5. Externalització de la producció=flexibilitat?

Els consorcis que es van desenvolupar a partir de televisions històriques (com és el cas de Canal Blau, Canal Terrassa Vallès, Penedès TV o Televisió del Vendrell) ja comptaven amb personal propi. Els canals de nova creació van optar per externalitzar la producció de contingut, com és el cas de Vallès Oriental TV, Vallès Visió o MaresmeDigital TV. En aquests casos, una productora externa és l'encarregada de la gestió dels informatius i, per tant, l'adjudicatària és la que

⁹⁷ http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Diagnostic_TDTLCat_231009.pdf

contracta la major part del personal. Aquesta modalitat permet que en moments de dificultats i d'incertesa econòmica es pugui crear una estructura al màxim d'àgil possible (Abelló, 2015, entrevista personal).

En els casos en què el prestador té el personal externalitzat, els treballadors solen tenir poca seguretat laboral, ja que sovint tenen contractes d'obra o servei. Malgrat això, s'estaria enfortint el teixit audiovisual català ja que es donaria feina a les productores audiovisuals privades. En els casos en què el personal treballa directament pel Consorci o per una empresa pública que gestiona la televisió, hi ha poca flexibilitat per part dels treballadors per adaptar-se a les rutines informatives (com a exemple, es pot mencionar Televisió L'Hospitalet o Canal Blau). També es pot córrer el risc de plantilles de treballadors envellides o poc adaptades a l'entorn tecnològic, com ha passat en algunes ràdios municipals.

En un sector que evoluciona tecnològicament, es requereixen modalitats de contractació que permetin comptar amb professionals d'acord amb els rols que es requereixen en cada moment. Per exemple, en els prestadors que compten amb personal fix, les notícies solen ser produïdes per un càmera i un periodista, mentre que d'altres s'han adaptat a les rutines ENG. Caldria arribar a un punt de *flexiseguretat*, en què els treballadors no tinguessin condicions precàries, però que també s'avinguessin a cobrir els actes que tenen lloc fora de l'horari d'oficina, als vespres o durant el cap de setmana.

Davant la pèrdua de municipis afiliats als consorcis, els contractes amb les productores externes s'han renegociat a la baixa o no s'han renovat, de manera que s'ha reduït el personal d'algunes televisions de manera rellevant. En són exemples Maresme Digital TV o Vallès Visió. Això ha suposat una pèrdua de llocs de treball en el sector.

L'externalització del personal ha provocat algunes problemàtiques destacables. Treballadors de BTV han reclamat el fet de disposar dels mateixos drets que el personal intern, i volen passar a estar contractats directament l'empresa pública ICB. El personal que treballa a BTV a través de productores denuncia que acumular contractes d'obra i servei suposa una disminució de drets laborals. Una seixantena de treballadors han denunciat els seus contractes i han iniciat processos judicials, fet que ha desencadenat l'inici del procés d'internalització per part de l'Ajuntament.

Cal destacar que les decisions sobre la programació no poden ser preses per personal extern a la institució pública, com expliciten la Llei 22/2005 (articles 23 i 33) i l'Acord 35/2008 del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya:

La prestació del servei públic de comunicació audiovisual pot comptar, d'acord amb el

que estableix aquesta llei, amb el suport i la col·laboració d'entitats i subjectes privats en els casos en què sigui necessària la disponibilitat de mitjans materials o professionals diferents als de l'ens o la societat responsable de la gestió directa del servei, sens perjudici de la seva gestió directa, i de manera particular quan això permeti d'impulsar el sector audiovisual de Catalunya. En tots els casos la decisió ha d'ésser motivada. Llei 22/2005, article 23.3.

(...) La gestió directa del servei públic audiovisual d'àmbit local exigeix que l'ens o l'organisme de gestió corresponent assumeixi la definició, l'elaboració i la distribució dels continguts audiovisuals, sens perjudici de la possibilitat de comptar amb el suport del sector privat d'acord amb els termes i els límits que determina l'article 23.3. Llei 22/2005, article 33.1.

La capacitat de decisió sobre els elements definidors de la programació ha de mantenir-se en seu pública, és a dir, resta sota el control de l'ens o la societat gestora del servei, essent una de les manifestacions d'aquesta capacitat de decisió de la configuració de la graella de programació, d'acord amb els objectius i accions establerts prèviament en el contracte programa (CAC, 2008:21).

D'aquesta manera, l'externalització de la producció de continguts informatius -que es dona en bona part dels prestadors- té límits. Si bé es pot comptar amb el suport del sector privat, les decisions sobre la programació les ha de dur a terme personal intern de les empreses públiques. S'incompleix la llei, per tant, en els casos en els quals els editors i el personal que escull la graella de continguts -i que, per tant, decideixen sobre elements definitoris de la programació- està contractat per una productora privada, ja que no es respecta el principi de gestió directa.

4.2.6. L'incompliment de la Llei

Com s'ha apuntat a l'apartat anterior, s'observa que els prestadors públics audiovisuals incompleixen la normativa en diversos aspectes, que es detallen a continuació.

- La manca d'un Contracte-programa.

La Llei de l'Audiovisual de Catalunya estipula que s'ha de garantir l'autonomia dels òrgans de gestió del servei públic audiovisual local respecte dels òrgans de govern corresponents (o de les associacions o consorcis responsables). Aquesta garantia es portarà a terme mitjançant la subscripció del Contracte-programa corresponent, que a tal efecte ha de contenir, d'una banda, les regles per a poder proveir els fons que siguin necessaris per poder prestar adequadament el servei; de l'altra, els objectius específics de servei públic que ha d'assumir l'òrgan gestor; i

finalment, la garantia que els grups socials i polítics més representatius, així com les entitats sense ànim de lucre del territori corresponent, participaran en la gestió del servei públic, mitjançant la seva integració en un consell de naturalesa consultiva i assessora, que ha d'estar previst en el reglament d'organització i funcionament abans esmentat.

- No es respecten els límits de la gestió indirecta del servei públic.

L'acord 229/2007 del CAC, Els límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local, consultat per a la recerca, estipula:

D'acord amb la lletra i l'esperit de la LCA, entenem que aquesta referència a la disponibilitat de mitjans materials o professionals "diferents" dels de l'ens o societat responsables de la gestió directa, sembla pressuposar amb caràcter general, l'existència en el sí de l'organització, d'una infraestructura i d'uns mitjans, com a mínim suficients, que garanteixin la realitat de la prestació del servei. Això no obstant, amb independència de l'existència d'aquesta estructura mínima, que hem definit com a suficient, és obvi que, en l'any o els anys d'arrencada d'aquesta experiència de televisió local, caldrà flexibilitzar el rigor d'aquesta exigència.

En qualsevol cas, i malgrat quin sigui el grau o el nivell d'externalització en la prestació del servei, la societat gestora ha de mantenir necessàriament la capacitat de decisió sobre els elements definidors de la programació; essent una de les manifestacions d'aquesta capacitat de decisió de la configuració de la graella de programació, d'acord amb els objectius i accions establerts prèviament en el contracte programa. Acord 229/2007 del CAC.

L'acord del CAC concreta que hi ha funcions dels responsables de la gestió diària del servei de televisió que no poden ser externalitzades amb tercers. Són les següents:

- ✓ Confecció de la graella diària.
- ✓ Elaboració de l'escaleta i del desenvolupament dels continguts dels programes informatius.
- ✓ Selecció de les persones convidades a tertúlies, debats i a altres formats de participació de grups polítics i socials significatius.

El text conclou:

El recurs a la participació privada pot anar des de l'edició i la producció d'un programa o programes a la cessió d'un plató, o a la contractació de professionals, sempre i quan aquesta externalització no comporti la pèrdua, per part del gestor públic, de la capacitat

de decidir la configuració de la programació. Acord 229/2007 del CAC.

Segons la llei i la interpretació del CAC, per tant, les decisions obre contingut de programes i d'escaleta diària no les haurien de dur a terme persones contractades per empreses externes, una condició que no s'està complint en alguns dels prestadors de televisió pública de proximitat.

4.2.7. (In)dependència governamental

Una de les problemàtiques que afecta el model de televisió pública de proximitat és la dependència dels governs municipals. Com ja passava en l'època analògica, el pressupost i la continuïtat dels canals depèn de la voluntat governamental. Tradicionalment, els canals havien basat la seva programació en l'emissió de festes i actes culturals que tenien lloc al municipi, i menys en aspectes polítics. De fet, en molts casos, tan sols hi havia un informatiu a la graella de programació, més basada en les retransmissions de les obres de teatre, festes majors o concerts.

La digitalització va possibilitar dissenyar projectes més sòlids de televisió de proximitat, gestionats per ens independents dels governs municipals. També va permetre professionalitzar els prestadors, que ja no produeixen el contingut gràcies a persones voluntàries que fan funcionar la televisió durant el seu temps lliure, sinó que els prestadors solen comptar amb periodistes i amb una graella fixa, amb la informació com a puntal. D'aquesta manera, els continguts ja no són únicament les festivitats o les fites assolides dels governs municipals (com ara obres en marxa o bones pràctiques), sinó també les controvèrsies o els aspectes polèmics dels municipis.

Alguns ajuntaments estaven més interessats a tenir canals de televisió que solament retransmetessin allò positiu del municipi, per reforçar-ne la identitat i també la imatge del propi govern. Quan els municipis abandonen els projectes de televisió (per raons econòmiques, en bona part, però també degut al canvi de model que s'enceta), els prestadors de televisió passen a dependre cada vegada més d'un nombre reduït governs municipals. Per exemple, en el cas de Terrassa o de Mataró, la continuïtat de les televisions es basa en la voluntat del govern municipal d'una sola ciutat, malgrat que el projecte estava pensat per ser gestionat conjuntament en diversos municipis.

Tot i que els ens, teòricament, garanteixen la independència municipal, el cert és que els prestadors tenen molt clar qui finança la televisió. Per això, en molts casos, es reporta tot allò que fa el govern municipal, en lloc d'actuar de veu crítica i de control fiscalitzador de l'activitat governamental. D'aquesta manera, els periodistes han admès, en diverses ocasions durant l'observació no-participant realitzada a propòsit de la recerca, que tenen molt clar qui paga, admeten que a vegades hi ha pressions, i confessen que existeix **autocensura** a l'hora de decidir

i de tractar els temes informatius. Aquesta relació entre el poder polític i els prestadors també es fa palesa si es té en compte que en alguns casos treballen pel mitjà un periodista vinculat al servei de premsa d'un Ajuntament del Consorci (com és el cas de TAC12).

En general, els gestors dels prestadors asseguren que no hi ha directrius polítiques sobre la cobertura mediàtica, si bé en algun cas s'ha fet evident la relació entre el poder polític i els gestors del canal. I malgrat que no hi hagi directrius, els gestors dels prestadors i editors dels informatius accepten com a funció assignada la cobertura de tots els actes institucionals dels municipis que financen els prestadors, independentment dels criteris de noticiabilitat.

Els plens o les juntes generals dels consorcis, estan formats per representants polítics dels diversos municipis integrants el projecte. Els Consells Consultors o Assessors, formats per polítics, membres d'entitats i professionals, són instruments que poden jugar un paper destacat en el manteniment de la independència del poder públic, tot i el seu caràcter purament consultiu (amb excepció d'algunes funcions assignades, com la necessitat d'elaborar un informe favorable per nomenar càrrecs directius de l'empresa en el cas del Consorci Teledigital Maresme Nord).

En els casos dels prestadors unimunicipals, s'observen diverses casuístiques. El director de BTV és nomenat per un Consell d'Administració format per cinc professionals avalats i nomenats per 2/3 del Consell Municipal, prèvia emissió de l'informe del Consell Consultiu i Assessor que avalua la idoneïtat dels candidats proposats per la Junta de Portaveu. Cal destacar l'elecció de la direcció en el cas del prestador barceloní mitjançant un concurs públic, en el qual es prioritzen els mèrits professionals. Aquest fet afavoreix la qualitat democràtica del servei perquè minimitza les ingerències polítiques. Aconseguir un nom de consens que estigui altament capacitat afavoreix la salut democràtica dels prestadors audiovisuals.

A Televisió L'Hospitalet, l'ens que gestiona la televisió i nomena la direcció és l'empresa municipal, el consell general de la qual està formada per persones relacionades amb els grups polítics municipals. Si bé l'elecció del darrer director de la televisió es va fer per concurs públic, aquest nomenament ha quedat en *stand-by*. Primer va estar sense elevar-se al ple municipal per falta de consens i, quan es va elevar, no es va aprovar el nomenament.

Malgrat que s'utilitza l'argument que govern i oposició tenen capacitat decisòria en aquests òrgans, i que si els prestadors no respectessin la pluralitat informativa això es debatiria en els plens municipals, aquesta proposició només garantiria les quotes polítiques, i no pas la independència política. De fet, la manca de Contracte-programa aprovat per a molts dels prestadors públics de proximitat fa que les televisions no disposin d'un pressupost estable i, per tant, la independència del govern municipal està menys garantida.

En aquest aspecte, es compleixen els postulats de Hallin i Mancini (2008) quan afirmen que en el model Mediterrani o Pluralista Polaritzat existeix una instrumentalització dels mitjans de comunicació. En molts casos la independència del poder depèn de la voluntat dels gestors del canal que, a la vegada, sovint són nomenats pels òrgans plenaris dels ajuntaments com a càrrecs de confiança. Sovint aquestes persones volen que tothom estigui content amb la televisió, i procuren no emetre temes que puguin fer enfadar part dels polítics, especialment els que governen. Malgrat que els professionals procurin seguir un codi ètic periodístic, aquests vincles estructurals dificulten la preservació de la independència que es requeriria per prestar un servei audiovisual amb garanties de suportar les pressions del sistema.

El Col·legi de Periodistes ha fet diverses crítiques a la manca d'independència respecte dels governs, algunes de les quals s'han recollit al llarg del text quan feien referència a prestadors concrets. En l'anàlisi dels casos presentats, s'ha observat que en diversos casos els nomenaments de càrrecs responen a criteris polítics més que professionals. A més, el fet que en bona part dels prestadors no existeixi un Contracte-programa, fa que no hi hagi unes missions i un pressupost fixes, i que l'exercici dels professionals sigui més dependent de les decisions polítiques, fet que en dificulta l'exercici independent. Durant les visites als canals fetes a propòsit de la recerca, alguns treballadors han acceptat que hi havia autocensura, tenint en compte que el funcionament i el finançament del canal depenien de la voluntat del govern municipal.

En un comunicat fet públic el novembre de 2014, el Col·legi de Periodistes exigia que les direccions dels mitjans s'escollissin per mèrits professionals, i propugnava uns mitjans públics sense ingerències partidistes. Per aquest motiu, rebutjava els nomenaments amb criteris polítics i considerava que els treballadors dels mitjans públics han de poder treballar amb professionalitat, al marge de qualsevol pressió política⁹⁸.

Prèviament, el 2003, el mateix Col·legi va aprovar un Decàleg de Bones Pràctiques de la Comunicació Local, en el qual estipulava que els prestadors han d'actuar com a elements cohesionadors del municipi, han d'informar d'una manera veraç, plural i transparent, han de ser un referent informatiu per a la ciutadania i fomentar el debat públic per a la participació democràtica, han de promoure les activitats de la societat civil i l'associacionisme, han de despertar l'interès de la ciutadania, han d'estar dotats dels recursos humans i tècnics necessaris,

⁹⁸ <http://www.periodistes.org/ca/noticia/exigim-direccions-als-mitjans-de-comunicacio-per-merits-professionals-1218.html> [darrera consulta: 20/05/2016].

han de funcionar a través d'òrgans de gestió participatius, i s'han de gestionar ajustant-se a les possibilitats econòmiques de cada municipi. Un dels apartats del decàleg està destinat a evitar el partidisme i la manca de professionalitat. Així, els mitjans no es poden utilitzar com a eina de propaganda política de partit o la coalició que té el poder.

4.2.8. (In)compliment dels mínims de producció pròpia

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar per l'Acord 83/2007, de 14 de març, els Criteris d'interpretació de les obligacions que integren el règim dels prestadors del servei de Televisió Digital Terrestre d'àmbit local en matèria de programació original, producció pròpia, emissió en cadena i sindicació de continguts.⁹⁹ L'objectiu del text és la interpretació correcta de l'ampli ventall d'obligacions a les quals estan subjectes els prestadors.

La producció pròpia, segons la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual, engloba "tots els continguts audiovisuals en què la iniciativa i la responsabilitat de l'enregistrament, o bé la propietat o els drets d'explotació corresponen al prestador de serveis de comunicació audiovisual que els difon". S'hi inclouen, per tant, els continguts audiovisuals originàriament produïts per part del prestador de serveis audiovisuals corresponent, i els continguts en què el prestador n'ostenta de forma directa la propietat o els drets d'explotació.

No es considera programació original (un aspecte poc definit per la normativa), la mera reemissió de programes televisius que hagi realitzat o realitzi un altre mitjà, segons la Llei espanyola 62/2003, de mesures fiscal, administratives i d'ordre social. Allò que en principi exclouria la norma bàsica estatal és la reemissió de continguts emesos per part de tercers, però no els continguts ja emesos pel mateix prestador.

La Llei de l'Estat 41/1995 de Televisió Local per ones Terrestres considera que fan emissió en cadena aquelles televisions locals que emeten la mateixa programació durant més del 25% del temps total d'emissió setmanal, encara que sigui en horari diferent. El legislador pretén evitar l'existència de supòsits en què el prestador local renunciï a la seva pròpia capacitat editorial per integrar-se dins d'una estructura superior. La prohibició inclou integrar-se, en termes organitzatius, en una estructura superior en què existeixi unitat de decisió, i també emetre en cadena.

El concepte de sindicació de continguts no apareix en la legislació estatal, però sí en instruments

⁹⁹http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/configuracio/apartats_comuns/destacats/Criteris_continguts_consulta_publica.pdf

diversos d'ordenació de la matèria en l'àmbit de Catalunya. S'entén per sindicació de continguts l'emissió de programes (especialment de servei públic) produïts o coproduïts per televisions locals, en què les televisions locals autoritzades poden decidir el nombre de programes que els subministra l'estructura de serveis i l'horari d'emissió d'aquests. Es podrà autoritzar, a sol·licitud dels gestors del servei, la sindicació de continguts en més del 25% de les seves emissions, en atenció a característiques de proximitat territorial i d'identitats socials i culturals d'aquestes demarcacions.

A aquestes obligacions, cal sumar-hi compromisos que consten en el marc de l'oferta presentada pel licitador que finalment esdevé l'adjudicatari del títol corresponent, de forma particular aquells que han estat objecte de valoració en el si del concurs, que s'incorporen al conjunt de normes i límits que regeixen la prestació del servei. És possible que en el marc de l'oferta presentada pels que finalment han esdevingut adjudicataris, aquests hagin assumit, a través del projecte presentat, tot un seguit de compromisos en matèria de programació mínima, programació original i, més àmpliament, pel que fa al percentatge de producció pròpia que conformarà els seus continguts, que hauran de respectar. No obstant, aquests casos s'han donat bàsicament en els prestadors privats, que queden fora de l'objecte d'estudi de la recerca.

El CAC considera, segons l'acord esmentat, que l'emissió per part d'un prestador de determinats continguts com a conseqüència d'haver-se integrat en una estructura de sindicació, no ha d'impedir considerar el còmput íntegre d'aquests continguts dins del percentatge d'hores de programació original que estableix la normativa vigent.

Igualment, el Consell pot establir un criteri d'imputació, en el còmput esmentat, d'un percentatge del temps de redifusió d'un determinat contingut. Així mateix, la contribució dels prestadors del servei de televisió digital local tant pel que fa a estructures o plataformes de sindicació com fins i tot, en alguns casos, a cadenes pròpiament dites, pot ser objecte de còmput proporcional en relació amb hipotètics compromisos adquirits sobre percentatges de producció pròpia dins de la programació.

El CAC vigila els mínims d'emissió estipulats per llei amb controls aleatoris a les televisions. En motiu de la davallada de pressupost, el Consell té poca capacitat d'inspecció. Per tant, és difícil fer un seguiment dels continguts que emeten totes les televisions locals. La multa és l'últim recurs que utilitza el CAC, ja que des de la institució són conscients de la complicada situació econòmica per la qual estan passant els prestadors de proximitat, que també s'han vist fortament afectats pels canvis tecnològics. Generalment, s'informa i es donen consells a les televisions que no compleixen amb els requisits de programació pròpia, però s'eviten certes

actuacions que podrien causar perjudicis en el sector.

Aquesta producció mínima en molts casos no s'està complint, i en d'altres s'està fent de manera precària. Diverses televisions públiques de proximitat que tenen sinergies amb la ràdio, enregistren un dels programes a través d'una càmera a l'estudi de ràdio, de manera que computen la difusió de la retransmissió del programa com a contingut original.

Es tracta de la tendència d'alguns prestadors a emetre programes de ràdio per la televisió, acompanyats de la imatge de l'estudi on s'està enregistrant. En el cas de Canal 10 Empordà, s'emet el programa radiofònic amb altres recursos gràfics, ja que no s'enregistra el que té lloc a l'estudi. Aquesta pràctica permet augmentar el còmput de programació pròpia de la cadena, si bé conforma una possible trampa ja que el contingut no és pròpiament televisiu. En els supòsits del CAC sobre la programació pròpia no apareix aquesta possibilitat, per tant, no hi ha una posició oficial del regular envers aquesta tendència.

La programació pròpia dels prestadors de proximitat es redueix en la major part dels casos a unes poques hores d'informació local a la setmana, acompanyades de programes d'entrevistes o magazins que tenen relació amb les entitats. No hi ha una gran quantitat de programació (excepte en el cas de BTV, que ofereix una graella de programació àmplia i variada), per bé que els prestadors coincideixen a afirmar que la seva funció és bàsicament informar del contingut local i no oferir contingut d'altres tipologies.

L'estratègia dels prestadors de proximitat es basa en produir contingut per un temps limitat i emetre repeticions. L'espectador s'informa mitjançant aquests canals durant un temps determinat, i després emprà altres canals per complementar la informació local amb la més generalista, o per consumir entreteniment. Aquest postulat es relaciona amb les diferents capes d'identitat, en què els prestadors locals ofereixen informació referent a la capa més pròxima a l'individu.

4.2.9. Mecanismes per garantir el pluralisme informatiu i la qualitat del servei públic

Els Estatuts Professionals són un mecanisme de vigilància i autorregulació en els mitjans de comunicació, en els quals els professionals que hi treballen són corresponsables de la professionalitat i la qualitat del servei que ofereixen, sense necessitat d'estar supeditats a controls externs. Es tracta d'una manera d'assegurar internament el control dels llibres d'estil i els codis deontològics (dels mitjans o, en el seu defecte, els que proposa el Col·legi de Periodistes de Catalunya).

El Comitè Professional està garantit per aquest Estatut, que li atorga les següents funcions:

- a) Vetllar pel compliment de l'Estatut Professional i dels principis establerts.
- b) Assessorar i donar suport als professionals en l'exercici dels drets i deures previstos en aquest Estatut. En tot allò que afecti els drets fonamentals, la intervenció del comitè es produirà sempre a requeriment de la persona interessada.
- c) Representar els professionals davant la direcció del mitjà en totes les qüestions pròpies d'aquest Estatut.
- d) Canalitzar cap a la direcció del mitjà les demandes, propostes i suggeriments dels professionals en les matèries pròpies d'aquest Estatut
- e) Actuar com a instància de comunicació, diàleg i consulta entre la direcció del mitjà i els professionals dels mitjans en tot allò que afecti aquest Estatut Professional.

A banda, BTV és un mitjà de comunicació que pot servir d'exemple a seguir per d'altres prestadors per tenir un Contracte-programa aprovat que dona estabilitat pressupostària i d'objectius de la televisió, tenir un Reglament d'Organització i Funcionament, i per aprovar el director del prestador per un concurs públic basat en mèrits professionals. Aquests elements asseguren la qualitat del servei públic i la possibilitat d'exercir un periodisme lliure d'ingerències polítics, per oferir una informació plural, veraç i contrastada. El grup de mitjans públics del Col·legi de Periodistes posa aquest prestador com a exemple de bones pràctiques, que han estat seguides per d'altres, com ara Televisió Badalona.

4.2.10. Les rutines televisives, per davant de la immediatesa on-line

Els mitjans de comunicació de proximitat a Catalunya no han desenvolupat encara una estratègia mediàtica on-line sòlida. En general, les pàgines web -algunes mitjançant la plataforma desenvolupada per La Xarxa, el Xiptv, i d'altres amb pàgines pròpies- serveixen bàsicament difondre per Internet els vídeos emesos per TDT. Les rutines informatives les segueixen marcant els horaris d'emissió dels informatius per TDT.

En el cas dels webs propis, a més de servir per enllaçar vídeos, sovint solen ser un mitjà multimèdia que incorpora àudios -en el cas que el mitjà televisiu estigui integrat amb el radiofònic- i text. Tot i que es procuren penjar les informacions al màxim de ràpid possible, en general els portals no anuncien de les notícies d'última hora, sinó que funcionen com a repositori i són un espai per a consumir els vídeos a la carta.

Aquestes pàgines web, per tant, no s'empren com a reclam per augmentar l'audiència, avançant els continguts que es podran veure a la televisió, i el grau de *feedback* amb el públic és baix. Els prestadors solen tenir perfils de Facebook i Twitter. L'estratègia a les xarxes socials també

consisteix a penjar els enllaços dels informatius i, en menor mesura, s'informa directe des del lloc del rodatge. Aconseguir retorn amb l'audiència a temps real és difícil, tenint en compte que la programació en directe està limitada.

Els canvis tecnològics que ha introduït la TDT ha beneficiat els prestadors de proximitat ja que el fet d'emetre el senyal en format digital els permet penjar el contingut de manera més senzilla a les pàgines web. Ara bé, els prestadors de proximitat no tenen capacitat econòmica ni recursos humans per explorar en la innovació tecnològica, i és La Xarxa qui està liderant aquest procés i fa el paper de transferir tecnologia i innovació a aquestes televisions. N'és un exemple una prova pilot sobre televisió connectada, en la qual hi ha participat TAC12.

Així doncs, en el model català hi ha poca retroalimentació entre les xarxes socials i la televisió de proximitat, i l'emissió és bàsicament lineal complementada amb vídeos a la carta als portals web. La major part dels gerents dels prestadors considera que el futur de la TDT-L passa per tenir una forta presència a Internet, però encara no han desenvolupat estratègies que els facin ser exitosos en l'entorn estrictament on-line, sobretot perquè el contingut que emeten no és d'última hora.

No obstant, les noves tecnologies permeten l'especialització i això pot beneficiar els prestadors que són experts en un àmbit: el seu territori. Això fa que, a Internet, tinguin un nínxol de mercat i uns usuaris interessats en informació d'una àrea concreta, i que siguin capaços de satisfer les necessitats de representació identitària de la capa més local. Per altra banda, l'escenari digital introdueix nous actors a l'ecosistema comunicatiu que fa que no siguin els únics actors al territori que emeten contingut audiovisual per una àrea de cobertura delimitada a l'esfera pròxima. En són exemples pàgines de Facebook que actuen com a emissores d'informació o iniciatives que neixen a Internet.

4.3. La Coordinadora de Televisions Públiques de Proximitat

Els prestadors que conformen l'objecte d'estudi de la tesi estan representats per la Coordinadora de Televisions Públiques de Proximitat (amb excepció de Televisió L'Hospitalet, que va sortir de l'entitat quan va patir el tancament provisional i la forta reestructuració).

Aquesta entitat es va crear als anys 90, quan una vuitantena de televisions locals crearen la Federació Pro-Legalització de Televisions Locals, que posteriorment va esdevenir Televisions Locals de Catalunya (TLC). Es tracta d'una associació sense ànim de lucre que agrupava la majoria d'emissores de televisió de Catalunya, amb l'objectiu de representar-les, enfortir-les i promoure-les mitjançant la creació dels instruments de suport adients mantenint l'autonomia de cada emissora. Aquesta associació es va dissoldre a principis dels anys 2000.

La Xarxa de Televisions Locals (XTVL) va començar a fer les funcions que havia dut a terme l'entitat TLC, mitjançant unes reunions de contingut integrades per membres de televisions locals públiques i també privades que feien una funció de servei públic. Amb la implantació de la TDT, es creà la Coordinadora de Televisions Públiques Locals, per tal de tenir un espai propi per a les televisions públiques, ja que la XTVL (reconvertida en La Xarxa) també incorporava els prestadors privats.

L'objectiu de la Coordinadora no és intercanviar continguts, sinó intercanviar experiències entre els prestadors. També pretén que se senti la veu de la televisió pública en plural, és a dir, representar les emissores que no són TV3, però que tenen una tradició històrica com la que té el prestador generalista (Abelló, 2015, entrevista personal). Aquesta realitat existent al país fa que no es pugui parlar d'una televisió pública en singular i que els altres prestadors s'hagin unit per fer aflorar la seva demanda d'interessos.

El fet que existeixi un marc legal per a la TDT pública de proximitat legitima l'existència d'aquests prestadors i també que puguin fer arribar les seves peticions com una sola veu. La Coordinadora aplega tant televisions que emeten per TDT, com televisions públiques de proximitat on-line.

4.4. Les tipologies de TDT-L pública

Després d'analitzar detingudament cadascun dels prestadors públics de proximitat i de determinar les característiques del model, la tesi presenta una catalogació dels prestadors de de televisió pública de proximitat en tres grups o categories. Aquesta és una de les aportacions de la tesi doctoral, en quant a l'estat de la qüestió dels prestadors públics de proximitat.

Un primer grup de prestadors s'anomena **Model històric local** i està format per prestadors que donen continuïtat a projectes de televisió local en analògic. Aquests prestadors generalment compten amb personal propi que provené de l'etapa analògica. Els prestadors que s'engloben en aquesta tipologia estan liderats per un municipi, que clarament agafa les regnes del projecte. De fet, tot i que alguns incorporen més d'un Ajuntament en el Consorci, es tracta de prestadors pràcticament unimunicipals que desenvolupen el projecte televisiu establint sinergies amb les ràdios locals, i que treballen en redaccions integrades. Aquest grup engloba Canal Terrassa Vallès, Penedès TV, Televisió El Vendrell i L'Escala TV. Actualment, MaresmeDigital també reuneix les característiques d'aquest model, tot i que el prestador es troba a cavall entre aquest grup i el que s'exposarà a continuació, per la seva tradició.

El segon grup, format pels **Consorcis de nova creació**, l'integren aquells projectes que neixen a partir del Pla Tècnic Nacional de TDT, és a dir, que es creen per operar canals de televisió després de la digitalització. En aquests casos, els projectes no tenen per què estar lligats als canals en

analògic, si bé alguns dels municipis que formen part dels consorcis sí que tenien canals de televisió local abans de la digitalització. Ara bé, els projectes no són una continuïtat tan clara dels que ja existien en època analògica com en el cas dels prestadors del model històric, i generalment els projectes van passar a ser supramunicipals i a integrar diversos municipis. Hi ha una tendència a externalitzar, d'entrada, la producció de continguts i el personal (amb algunes excepcions, com el cas de Canal Blau), si bé amb el pas del temps l'agreujament de la crisi econòmica i la pèrdua de municipis consorciats han obligat a negociar a la baixa o a prescindir de les productores externes.

En aquest grup s'hi troba TAC12, com a canal paradigmàtic del model, que es creà a resultes de la digitalització i que manté els municipis integrants del projecte des dels inicis. També s'integren en aquest grup els dos prestadors de la demarcació de Granollers, Vallès Oriental Televisió i Vallès Visió. Si bé la comarca del Vallès Oriental comptava amb experiències en televisió analògica en alguns municipis, els projectes es van reformular (en alguns casos van passar a emetre per Internet) i, de fet, alguns dels municipis amb tradició de televisió local en van quedar al marge.

MaresmeDigital també es va crear seguint aquest model, amb el naixement de dos consorcis per les dues àrees de la comarca i la posada en marxa de dos canals. Alguns dels municipis amb tradició de televisió local es van integrar al projecte, que pretenia ser un prestador de comarca amb dos canals, un de principal i un altre per a les repeticions. L'evolució d'aquest cas ha derivat cap a un model més proper al model històric local, ja que el municipi mataroní està liderant el canal, juntament amb un prestador històric que s'ha integrat al canal. Actualment, MaresmeDigital està més a prop de ser una continuació del que havia estat Televisió de Mataró (amb el personal propi, equipaments i arxiu audiovisual), que de ser un projecte ampli que aplegui un bon nombre de municipis de la demarcació.

Per últim, un tercer grup de prestadors formen part del **Model metropolità**, integrat per projectes unimunicipals ubicats a la ciutat de Barcelona i a l'àrea metropolitana. Són projectes que donen continuïtat a televisions engegades durant l'època analògica i que poden seguir emetent per TDT sense haver de formar consorcis gràcies al MUX extra que es va destinar a la televisió local a la demarcació de Barcelona. El cas de Badalona i l'Hopitalet, es tracta de projectes propers al Model històric local, ja que tenen el personal intern i són projectes comunicatius de ciutat.

El cas de BTV conforma un cas únic i excepcional de TDT-L, com a televisió d'una gran ciutat cosmopolita. Es tracta d'un prestador que, malgrat ser unimunicipal, opta per l'externalització

del personal però que opera ràdio, televisió i entorn on-line d'una manera integrada. Es tracta d'un prestador que innova en formats i que és l'únic que ofereix entreteniment com a part de la graella. És una televisió singular que té un sistema de producció informativa centralitzat, però que compta amb les televisions de districte (que es van posar en marxa en l'època analògica i que són l'embrí de l'actual BTV) per fer el seguiment del dia a dia del que succeeix als barris de la ciutat.

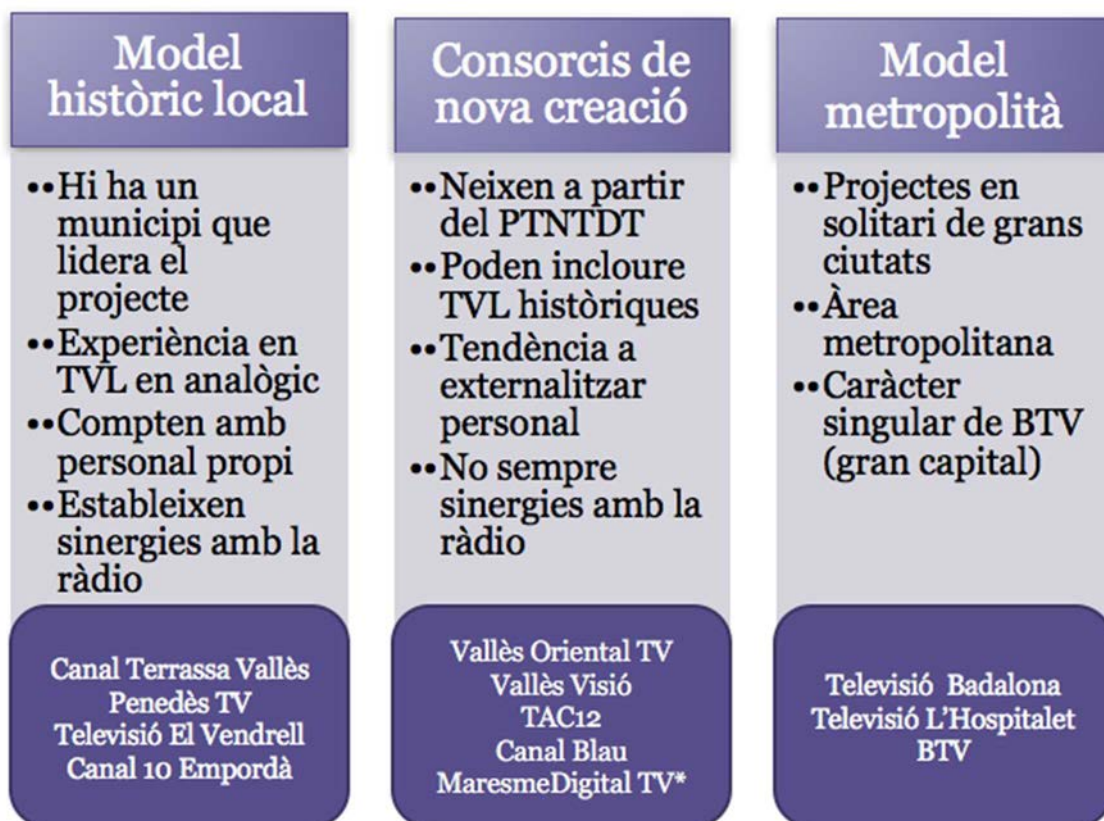


Figura 70. Esquema dels tres grups de televisió pública de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia.

*MaresmeDigital TV forma part del grup Consorcis de nova creació, si bé actualment té trets del Model històric local.

Aquesta catalogació permet interpretar i comprendre el fenomen d'una manera àmplia, acceptant la seva heterogeneïtat però agrupant els prestadors segons les característiques que tenen en comú.

4.5. L'impacte de la crisi econòmica en el model de TDT-L

La crisi econòmica ha tingut un impacte notable en les televisions públiques de proximitat, especialment entre els anys d'anàlisi de la tesi doctoral. A banda de les dades estrictament econòmiques exposades en l'anàlisi de cas de cadascun dels prestadors, hi ha altres indicadors útils per analitzar l'evolució del sector de la televisió pública de proximitat a Catalunya.

Els pressupostos de les televisions públiques de proximitat han davallat, sobretot en el període 2011-2013, i han ocasionat retallades que s'han fet paleses en el volum de personal. Un dels factors que ha condicionat el finançament dels prestadors és el nombre de municipis implicats en els projectes. En aquest apartat¹⁰⁰ s'han escollit els següents indicadors per analitzar l'impacte de la crisi en els prestadors: el nombre de municipis implicats en els projectes de televisió, el nombre de treballadors en cadascuna de les televisions i si s'ha reduït o no el volum de producció pròpia.

Pel que fa al primer indicador, el nombre de municipis implicats en els projectes de televisió, s'ha observat una gran inestabilitat en els consorcis catalans. Mentre que els quatre municipis que gestionen un canal en solitari (Badalona, Barcelona, Hospitalet de Llobregat y L'Escala) segueixen explotant-lo, set dels sis consorcis han anat perdent membres. MaresmeDigital ha experimentat la caiguda de municipis adherits més pronunciada, en passar de 13 a 3.

L'únic Consorci que no ha perdut municipis és Penedès TV, tot i que a la pràctica es tracta d'un canal "unimunicipal", ja que només Vilafranca del Penedès hi aporta finançament i vetlla per al seva gestió. Durant un temps limitat també El Vendrell va formar part del projecte, però no es van arribar a acords en el repartiment de les hores de programació. Finalment, El Vendrell va optar per emetre contingut mitjançant la freqüència d'un prestador privat que estava en desús. Les raons que van impulsar als municipis a sortir dels consorcis són diverses.

Les dades analitzades mostren que la crisi econòmica ha tingut un impacte notable en les televisions públiques locals de Catalunya entre 2010 i 2015. Hi ha 18 municipis menys implicats en projectes de televisió local per TDT (figura 71). Dels set canals de televisió que inclouen més d'un municipi en el Consorci, sis han perdut membres. MaresmeDigital ha experimentat la caiguda més pronunciada, de 10 municipis, i ha convertit un projecte que implicava la major part de la comarca en un canal de ciutat. Cal esmentar, a més, que en aquesta demarcació s'havia projectat un segon canal, que va arribar a agrupar vuit municipis. Aquest segon Consorci es va clausurar el 2011 quan només quedaven quatre municipis en el projecte.

Les raons que expliquen la sortida dels municipis dels consorcis són diverses. D'una banda, la

¹⁰⁰ Les dades d'aquest apartat s'han treballat en el marc d'un projecte conjunt amb dos investigadors més (Dr. Josep Àngel Guimerà i Dra. Carmen del Rocío Monedero) en el marc de l'I+D *Las políticas de comunicación en la Europa Mediterránea en el contexto de crisis financiera (2008-2015). Análisis del caso español*. En motiu del treball elaborat per aquest projecte, s'ha estipulat l'inici del càlcul de l'impacte de la crisi econòmica en l'any 2010, que és l'any en què es culmina l'encesa digital.

crisi econòmica va canviar les prioritats dels governs locals. A aquest factor, cal sumar-li la possibilitat d'impulsar projectes per Internet molt més econòmics i sense necessitat d'arribar a acords amb altres municipis. De fet, algunes empreses van començar a oferir als ajuntaments solucions tecnològiques per impulsar canals de televisió mitjançant una plataforma web a costos menors que les aportacions als consorcis. En alguns casos, fins i tot els oferien gestionar els recursos humans per produir continguts audiovisuals i, en altres, es va optar per emprar recursos ja existents com el personal i material de la ràdio local.

Un altre factor que explica la pèrdua d'interès d'alguns municipis pels projectes de televisió local és el temps d'emissió. En el model de televisió digital, els municipis comparteixen un mateix canal de televisió que funciona amb criteris periodístics. Les ciutats amb més habitants solen concentrar la major part dels fets noticiables, de manera que els municipis més petits no apareixen tan sovint en pantalla. Alguns ajuntaments van deixar d'apostar per uns canals de televisió en els quals no sempre veien representat al seu municipi.

	2010		2015	
	Municipis que fan televisió en solitari	Municipis en consorcis	Municipis que fan televisió en solitari	Municipis en consorcis
BTV	1		1	
Televisió Badalona	1		1	
Televisió L'Hospitalet	1		1	
Canal 10 Empordà	1		1	
Vallès Visió		9		6
Vallès Oriental TV		12		9
Maresme Digital TV		13		3
Canal Terrassa Vallès		3		2
Canal Blau		6		4
Penedès TV		5		5
TAC12		7		8
TOTAL	59		41	

Figura 71. Evolució del nombre de municipis implicats en canals públics a Catalunya. Elaboració pròpia.

Si s'analitza el nombre de treballadors de les televisions públiques de proximitat (figura 72)

s'observa que s'ha reduït en un 10,35%, d'acord amb la pèrdua de municipis consorciats i el descens en els pressupostos. Les reduccions de personal més significatives, associades a reestructuracions, es van produir sobretot entre 2011 i 2013. Algunes baixes voluntàries no es van cobrir, hi va haver contractes amb productores privades a les que es externalitzava la producció que no es van renovar de manera que es va deixar de comptar amb el personal contractat per aquestes (és el cas de Maresme Digital), i també es van fer Expedients de Regulació de l'Ocupació (EROs) que van afectar greument l'envergadura de les plantilles. És el cas de Vallès Visió i Televisió Badalona.

A l'Hospitalet de Llobregat el projecte de mitjans de comunicació locals es va reformular per complet i es va establir una estructura mínima amb menys de la meitat de treballadors. Finalment, és rellevant esmentar el cas de Canal Blau, en el qual la pèrdua d'un 20% dels treballadors va ser associada a la sortida d'un municipi del Consorci, Sitges, que havia aportat personal propi al projecte. Només hi ha una televisió, Canal Terrassa Vallès, que ha mantingut la seva plantilla estable. Totes les altres van experimentar reduccions, algunes de les quals han suposat que la plantilla en 2015 fos de menys de la meitat de treballadors que quan es van iniciar els projectes (Maresme Digital i Televisió L'Hospitalet).

	2010		2015	
	Temps complet	Temps parcial	Temps complet	Temps parcial
MaresmeDigital TV	17		6	
Vallès Visió	15		12	
Canal Terrassa Vallès	41		41	
Canal Blau	25	6	20	6
Penedès TV	24		21	
TAC 12	13		11	
Canal 10 Empordà	4		4	
BTV	287		216	
Televisió Badalona	66		45	

Televisió L'Hospitalet	66		25	
Vallès Oriental TV	18		14	3
TOTAL	576	6	415	9

Figura 72. Evolució del nombre de treballadors a les televisions públiques de proximitat de Catalunya. Elaboració pròpia.

Tot i la reducció en els pressupostos, la disminució de municipis implicats en els consorcis i la reducció de personal dels prestadors, la majoria de canals ha mantingut un volum de programació pròpia estable (figura 73). Vuit de les onze televisions públiques no han reduït la producció de contingut original. Això es deu a l'augment de les retransmissions en directe i també a la recerca de fórmules per oferir continguts a baix cost, com la retransmissió de programes radiofònics mitjançant una càmera web.

Ha reduït les hores de programació pròpia entre 2010 i 2015?	Sí	No
MaresmeDigital TV		x
Vallès Visió	x	
Canal Terrassa Vallès		x
Canal Blau	x	
Penedès TV		x
TAC 12		x
Canal 10 Empordà		x
BTV		x
Televisió Badalona		x
Televisió L'Hospitalet	x	
Vallès Oriental TV		x
TOTAL	3	8

Figura 73. Evolució de la programació pròpia a les televisions públiques de proximitat de Catalunya. Elaboració pròpia.

El fet que l'impacte de la crisi econòmica sigui evident, tant si parlem de xifres econòmiques i de municipis implicats en els projectes com de treballadors, però no es reflecteixi en el volum de programació pròpia, obre interrogants sobre l'evolució qualitat dels continguts que s'emeten i la precarització dels llocs de treball. Malgrat que aquesta via que aquí s'obre requeriria d'una altra investigació aprofundida, el que s'apunta és un manteniment o, fins i tot, un increment de

la producció pròpia que es realitza amb menys recursos, tant econòmics com de personal.

4.6. Casos atípics de TDT-L de servei públic

A banda dels casos analitzats en profunditat, que formen part de l'objecte d'estudi de la tesi, cal esmentar un bon nombre de prestadors que emeten en situacions irregulars que no apareixen en la llista oficial de televisions públiques de proximitat elaborada pel CAC. Es tracta de mitjans de comunicació municipals amb característiques i casuístiques diferents, sovint provinents de l'època analògica, que exerceixen una funció de servei públic. Malgrat que no s'han incorporat a l'objecte d'estudi en motiu de la seva heterogeneïtat s'ha cregut oportú recollir-los en aquest apartat, per tal d'entendre la complexitat del fenomen de la televisió pública de proximitat a Catalunya.

Les qüestions relatives a l'espectre radioelèctric són potestat de la Direcció General de Mitjans de Comunicació. Per tant, els prestadors que emeten de manera irregular utilitzant freqüències que no han estat adjudicades per difondre contingut local, són vigilades per la Generalitat. La DGMC envia un llistat de les que té identificades al CAC, que té potestat sobre els continguts, perquè tingui constància que existeixen i pugui controlar si compleixen els aspectes referents al compliment de la normativa de contingut audiovisual, i sancionar-les si no ho fan. Per altra banda, si el CAC rep una denúncia que té per objecte l'ocupació indeguda de l'espectre radioelèctric, la deriva a la DGMC. Entre els casos irregulars hi ha prestadors que han llogat llicències. En aquest cas, l'autorització del tràmit d'arrendament sí que és potestat del CAC i, per tant, aquest organisme és qui l'ha d'autoritzar.

El cas de RTV El Vendrell s'inclou en aquest apartat, si bé és un cas que s'ha desenvolupat juntament amb els altres prestadors públics de proximitat. Aquest prestador forma part de l'objecte d'estudi, com s'ha justificat, per estar ubicat en una demarcació en la qual hi ha altres prestadors públics de proximitat i que s'ha cregut oportú analitzar en el seu conjunt, malgrat que emet de manera irregular.

El CAC va elaborar un informe intern sobre les televisions que emetien sense títol habilitant, que recollia els casos existents entre el 2011 i el 2013, però no disposa de dades actualitzades sobre aquesta qüestió. Per tal de recollir la situació fins el desembre de 2015 (d'acord amb l'acotament temporal de l'objecte d'estudi), aquest apartat s'ha basat en el treball de camp. A continuació, s'ofereix una descripció dels prestadors que emeten de manera irregular.

Agutzil Telemàtic és un prestador del municipi d'Alcover que emet pel canal 21 de l'UHF, gestionat per la regidoria de comunicació del consistori. Inclou informacions de l'Ajuntament, de les entitats i dels organismes públics tant locals com de diferents àmbits. Ofereix, a més, un

apartat de telèfons d'interès, la graella de programació del que ofereix Alcover Ràdio i un espai dedicat a l'agenda on les entitats exposen les activitats que organitzen. Tal com explicita el protocol d'ús del mitjà¹⁰¹, “l'objectiu és potenciar l'associacionisme i facilitar la tasca de les associacions, de manera que l'ajuntament difondrà les informacions que sol·licitin les associacions”, i en casos excepcionals es publiquen anuncis amb informació publicitària d'empreses o privats.

Canal SET és un canal que va néixer l'any 1991 i que emetia en analògic. Després de la digitalització segueix emetent per un canal propi, el 38 amb una cobertura local. És un prestador gestionat per una associació sense ànim de lucre, Associació Cultural Canal SET. SET Comunicació és l'òrgan que s'encarrega de gestionar el pressupost mixt de l'associació i de l'Ajuntament, i integra representants de l'associació, del consistori i d'altres associacions del municipi. D'aquesta manera, es pretén garantir la independència del canal, especialment pel que fa als criteris periodístics. L'objectiu és fer “televisió de proximitat amb l'objectiu de fomentar la cohesió social”¹⁰².

Molins TV és la televisió local de Molins de Rei. Es tracta d'un prestador de titularitat privada, gestionat per la productora Bipas TV Produccions S.L. Segons ha explicat l'impulsor del projecte, Ricard Pascual¹⁰³, el canal va néixer l'any 1999 i no tenia ànim de lucre. El 2003 es va fer un acord amb l'Ajuntament, que va passar a col·laborar en el mitjà aportant-hi el pressupost¹⁰⁴. També rep ingressos derivats de l'aportació de material a La Xarxa, entitat a la qual el prestador hi està adherit com a televisió per Internet. Aquest mitjà es podria considerar un híbrid entre la titularitat privada (per la propietat del mitjà), pública (pel finançament) o del tercer sector (perquè no té ànim de lucre). Es tracta d'una televisió que ofereix un servei públic, que pretén donar representativitat a la ciutadania i a l'esfera local.

Abans de la digitalització el canal emetia mitjançant un repetidor propi, i va seguir fent-ho després de l'encesa digital pel canal 45, malgrat no tenir una llicència per operar. Per tant, es va continuar el projecte en una situació d'irregularitat. El prestador emet contingut de dilluns a

¹⁰¹ http://www.alcover.cat/files/premsa/Protocol_AT.pdf [darrera consulta: 02/01/2016].

¹⁰² <http://www.canalset.com/> [darrera consulta: 02/01/2016].

¹⁰³ La doctoranda ha mantingut una entrevista telefònica amb Ricard Pascual, gestor de Molins TV, el 19 de gener de 2016.

¹⁰⁴ Segons dades facilitades pel prestador, aquesta subvenció va ser de 50.000€ l'any el 2015.

divendres unes 6 hores diàries que es van repetint, de les quals 30 minuts són programació pròpia formada per un informatiu local. La resta de programes i tota la graella del cap de setmana provenen de La Xarxa. Les notícies que s'emeten fan referència a entitats del municipi, clubs esportius, informació política o activitats culturals.

Es tracta d'un mitjà que funciona amb tres persones, que treballen en unes instal·lacions ubicades en un espai particular del fundador i gestor del canal. A banda de l'emissió irregular per TDT, el canal també té una pàgina web que enllaça amb un canal de Youtube¹⁰⁵, en el qual s'hi pengen peces representatives del municipi. L'Ajuntament de Molins de Rei va crear una comissió de comunicació i protocol per regular els mitjans públics, entre ells la televisió, per tal que l'oposició prengui part en les decisions que es prenen sobre aquests mitjans.

A la zona del Baix Llobregat hi ha altres iniciatives similars a la de Molins de Rei, ja que van ser creades o van rebre la influència del propi Ricard Pascual, impulsor del projecte molinenc. Pascual creia que era possible que cada municipi tingués una televisió que representés la identitat local de cada indret. La Palma TV és el canal de la Palma de Cervelló, creat l'any 2003. Un tècnic de l'Ajuntament dirigeix la televisió, i un treballador extern realitza les informacions pròpies, basades en els actes del municipi i també temes propis, com ara entrevistes a pagesos o gastronomia local. El mitjà està adherit a La Xarxa com a televisió per Internet, i la graella es completa amb programes de la Xarxa. Es produeix mitja hora a la setmana de contingut original que s'emet per primer cop divendres i es va repetint durant tota la setmana. La seu del canal es troba situada en un espai municipal. El prestador emet de manera irregular pel canal 51 de la TDT. A banda, algunes notícies es pengen al Youtube¹⁰⁶.

A Sant Vicenç dels Horts hi ha el canal ACA Sant Vicenç Televisió, gestionat per l'Associació Cultural d'Audiovisuals, una entitat sense ànim de lucre. Es tracta d'un canal del tercer sector, que rep subvenció de l'Ajuntament des de l'any 2012¹⁰⁷ per a material, malgrat que el canal està en funcionament des dels anys 80. El prestador emet pel canal 21 només dos dies a la setmana, dimarts i dimecres a partir de les 20h del vespre, actes que es fan al municipi, com el ple

¹⁰⁵ Link del canal de Youtube: <https://www.youtube.com/user/santvitv> [darrera consulta: 19/01/2016]

¹⁰⁶ Link del canal de Youtube: <https://www.youtube.com/user/ajlapalma> [darrera consulta: 19/01/2016]

¹⁰⁷ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Joan Mercè, de l'Associació Cultural d'Audiovisuals de Sant Vicenç dels Horts el 19 de gener de 2016, la subvenció municipal és de 2.500€ l'any.

municipal i actes culturals o festius. Al canal de Youtube¹⁰⁸ s'hi pengen alguns vídeos. La seu del canal està ubicada en un local cedit pel Centre Catòlic, i es preveu el trasllat en un edifici municipal més espaiós. Es tracta d'un exemple de canal del tercer sector que ha seguit operant de manera irregular, amb una funció de servei públic i de representativitat de la vida local.

La Televisió de Vallirana va començar a emetre el 1983 (Guimerà, 2006a) i també va ser un prestador que va rebre la influència de Ricard Pascual. Va ser una de les primeres televisions públiques locals de Catalunya, en què l'Ajuntament va aixopugar i subvencionar un projecte que havia començat de la mà d'un grup d'amics. Quan es va digitalitzar el senyal, el consistori no es va integrar a cap Consorci per mantenir la municipalitat de la televisió, i va optar per emetre online, a través la plataforma digital que ja estava en marxa en l'època analògica, que posteriorment es va actualitzar. Un treballador del departament de comunicació de l'Ajuntament s'encarrega de produir les píndoles informatives de 3 o 4 minuts i penjar-les al web. També s'enllacen a les xarxes socials i es difonen a través d'una aplicació mòbil. Majoritàriament les temàtiques que s'incorporen són activitats culturals o festives, i també els plens municipals¹⁰⁹.

Televisió de Cardedeu, considerada la televisió local més antiga de Catalunya (Guimerà, 2006a), no va concursar per obtenir una llicència de TDT, que hauria suposat augmentar l'àmbit de recepció del canal a tota la comarca del Vallès Oriental i que l'emissió deixés de ser exclusivament local. Aquest prestador, que era un mitjà del tercer sector, hauria d'haver concursat per obtenir una llicència com a prestador privat, ja que el Pla Tècnic Nacional no contemplava oferir llicències a les entitats sense ànim de lucre per la falta de regulació del tercer sector. Malgrat això, s'haguessin pogut presentar al concurs com a prestadors privats mitjançant una empresa, donat que les clàusules i les polítiques de comunicació afavorien els projectes que prioritzessin projectes vinculats la ciutadania.

El "Plec de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques del contracte de gestió del servei públic de televisió digital local", consultat per a aquesta recerca, tenia en compte l'estratègia comercial dels prestadors que optessin al concurs de llicències de TDT, però també que es pogués acreditar experiència en televisió local, de proximitat i en la demarcació

¹⁰⁸ Link del canal de Youtube: <https://www.youtube.com/user/santvitv> [darrera consulta: 19/01/2016].

¹⁰⁹ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Carles Cabilla, Departament de comunicació Ajuntament de Barcelona el 22 de gener de 2016. Link del canal: <http://www.vallirana.tv/TVRVallirana.html> [darrera consulta: 19/01/2016].

per a la qual es licitava. A més, es valorava la participació prevista en la programació de les institucions educatives, socials, esportives, culturals, polítiques i dels espectadors de l'entorn geogràfic de cobertura de la televisió.

L'Associació d'Amics de Ràdio Televisió Cardedeu, que no té ànim de lucre, va optar per no presentar-se al concurs i seguir emetent de manera autònoma i irregular per TDT. El projecte es finança a través de les aportacions de l'Ajuntament, la quota dels socis de l'associació i l'import que rep de La Xarxa com a contraprestació al contingut que s'intercanvia. El canal funciona mitjançant dues persones contractades, personal *freelance* i voluntaris, que produeixen dos informatius, un programa de música en català i un d'entrevistes cada setmana. La graella es complementa amb contingut provinent de La Xarxa i tots els programes propis es penjen al web i al canal de Youtube¹¹⁰.

TV Vandellòs és una televisió municipal creada l'any 1993, que emet per TDT mitjançant un repetidor propi. La programació es basa en un informatiu diari, un programa setmanal de reportatges, una entrevista a un membre de l'equip de govern, i un programa d'entrevistes a les empreses locals. També es retransmeten els plens de l'Ajuntament i els actes festius. El mitjà està gestionat des de la regidoria de mitjans de comunicació i forma part del Patronat municipal de mitjans de comunicació, que integra ràdio i televisió. A la televisió hi treballen quatre persones, contractades per l'Ajuntament i ubicades a la seu municipal. Aquest prestador té permís per emetre ja que es troba dins el Pla d'Emergències Nuclears.

Canal Camp és el canal públic de la Selva del Camp, que emet pel Canal 21 de la TDT mitjançant un repetidor propi. Té emissió continuada des de l'any 2002, tot i que abans ja hi havia hagut emissions esporàdiques. L'any 2015 es va dissoldre l'organisme autònom Ràdio-TV La Selva, i el canal ha passat a dependre del consistori.

A Tossa de Mar el canal municipal és TV Tossa, que emet pel canal 57 mitjançant un repetidor propi. És un prestador municipal gestionat per l'Associació d'Amics de la Informació de Tossa. L'any 1991 van començar a fer emissions esporàdiques i el 1992 va passar a ser més regular. Hi ha emissió continuada des de l'any 2005, bàsicament d'infotext, és a dir, informació textual de

¹¹⁰ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Mar Camarero, treballadora de Televisió de Cardedeu, el 27 de gener de 2016. Link del canal: <http://www.rtvcat.com/> i link de Youtube: <https://www.youtube.com/user/rtvcardeu> [darrera consulta: 27/01/2016].

les associacions i l'Ajuntament. El cap de setmana s'emeten vídeos de les activitats del municipi, i els dimarts es fa un programa informatiu de dues hores en directe. No hi ha cap treballador, i la televisió funciona gràcies al personal voluntari.

Televisió del Berguedà és un prestador del tercer sector, gestionat per l'Associació d'Amics de la Televisió de Berga. Emet des de l'any 1991 i en la primera etapa de la digitalització ho va fer de manera irregular sense llicència. Per a posar remei a aquesta situació, va fer una sol·licitud d'arrendament de la llicència per a la prestació del servei de televisió digital local del programa número 2 del canal 49 en referència TL 05D de la demarcació de Manresa de titularitat de Televisió de Manresa SL (que pertany al Grup Regió 7), a favor de Televisió del Berguedà SL.

El CAC va resoldre positivament aquesta sol·licitud, que té una durada de 28 mesos (de 19 de juny de 2014 a 18 d'octubre de 2016), amb la voluntat explícita de transmetre-ho amb posterioritat. Les emissions són emparades per la Llei espanyola 7/2010 General de Comunicació Audiovisual un cop transcorreguts 2 anys de l'adjudicació de la llicència.

El MUX pel qual emet Televisió del Berguedà inclou tres comarques: Bages, Berguedà i Solsonès. Totes les llicències a privats es van donar a prestadors que emetien des de Manresa, i el canal públic no va fructificar per manca d'acord en el lideratge del consorci. Amb aquest arrendament, el Berguedà té presència en els canals de TDT, mitjançant un prestador que emet informacions bàsicament d'aquesta comarca però que també dóna representativitat a les altres dues, responent a una demanda del CAC.

El prestador, amb vocació de servei públic, sense ànim de lucre i basat en l'associacionisme, està finançat per publicitat i per la quota dels socis. Produeix dues hores de programació diàries, compreses per un informatiu i programes de debats, entrevistes o festes. Emet els plens municipals en directe, però se centra a retransmetre esdeveniments culturals i tradicions, com ara la Patum. El canal té quatre treballadors en plantilla i una setantena de col·laboradors¹¹¹.

A Vilanova del Camí hi havia un canal local que va emetre de manera irregular fins el 2012. La televisió es va inaugurar el 1995 com un prestador del tercer sector, gestionat per l'associació sense ànim de lucre Televisió de Vilanova-Amics de la imatge. L'Ajuntament col·laborava amb l'associació formada per persones voluntàries proporcionant recursos econòmics en forma de subvenció, oferint un espai on treballar i invertint en els emissors.

¹¹¹ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Manel Medina, director de Televisió del Berguedà, el 27 de gener de 2016.

Amb la digitalització, el prestador requeria una nova inversió important. L'entitat va formalitzar una acord amb el consistori, de manera que l'Ajuntament passava a gestionar els continguts. Es va produir una desvinculació progressiva de l'entitat amb el mitjà, que es va municipalitzar i va passar a integrar-se amb els que ja es gestionaven des del departament de l'Ajuntament (la ràdio, un butlletí municipal bimensual, les webs municipals i les xarxes socials). Alguns continguts eren encarregats a una productora audiovisual.

El prestador emetia de manera irregular, fins que del grup a l'oposició Independents per Vilanova-Veïns amb Veu ho va plantejar en ple, en forma de moció. Com a conseqüència, el prestador va deixar d'emetre el 30 de setembre de 2012, i es van passar a difondre alguns continguts audiovisuals i multimèdia a través del web¹¹². A banda de comptar amb un canal local, el consistori formava part del Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la demarcació d'Igualada, que gestionava Conca TV i que va deixar d'emetre continguts l'any 2012.

A Camprodon hi ha un servei d'informació que emet per un canal de televisió per cable. L'origen es remunta a l'època analògica, en què Camprodon tenia problemes per a rebre el senyal de televisió per ones hertzianes. La solució a aquest problema va ser instal·lar fibra òptica al municipi, via per la qual els veïns rebien els canals de televisió. En aquest context, en què la majoria dels habitants estaven abonats al cable, l'Ajuntament va impulsar un canal que emetés informació local. Amb l'arribada de la TDT, alguns veïns s'han donat de baixa al servei per cable però el canal ha seguit emetent, juntament amb un altre que emet informació meteorològica local.

Es tracta d'un canal gestionat per l'Ajuntament que, tot i que no es considera un canal de televisió pròpiament, combina continguts infotextuals que fan la funció de cartellera d'activitats del municipi o en poblacions properes, com ara actes culturals o cinema, i continguts audiovisuals. Pel que fa aquests continguts, l'Ajuntament té un conveni amb la productora que gestiona un canal de televisió local per Internet¹¹³, que cedeix els vídeos i també els anuncis, sobretot de botigues i entitats. L'Ajuntament també té un conveni amb Televisió del Ripollès, una televisió privada que cedeix els continguts específics de Camprodon, com un programa

¹¹² Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Marisa Martínez, del Departament de comunicació Ajuntament de Vilanova del Camí el 29 de febrer de 2016. Pàgina web: www.televisiovilnaova.cat [darrera consulta: 01/03/2016].

¹¹³ www.valldecamprodontv.com [darrera consulta: 01/03/2015].

sobre la població o imatges dels actes que es van a cobrir per fer notícies¹¹⁴.

A Gelida es dona un cas semblant al de Camprodon, ja que Gelida Televisió emet per cable donada la mala recepció de la televisió per ones hertzianes. Això es deu a l'orografia i la ubicació del municipi, situat entre una zona muntanyosa. El projecte televisiu va començar als anys 90, quan persones voluntàries elaboraven els vídeos. Progressivament es va deixar d'emetre contingut audiovisual per una combinació de raons econòmiques i manca de col·laboració, i a partir de l'any 2010 ha acabat funcionant com a infotext, i l'àudio es connecta amb la ràdio local. De fet, al municipi el prestador s'anomenen "la titulara", com a canal municipal d'informació contínua. Es tracta d'un mitjà públic que gestiona l'Ajuntament, en què es penja l'agenda d'actes institucional i de les entitats del municipi. També s'inclou publicitat de comerços municipals. Actualment, l'Ajuntament està digitalitzant el contingut d'arxiu de Gelida Televisió a través de plans d'ocupació, per tal de recopilar la història municipal¹¹⁵. El consistori té un conveni amb una l'empresa Premier Comunicacions Digitals SL, que fa arribar el cable a la població i, a banda, gestiona un canal privat.

El canal Piera Televisió va ser creat l'any 1995 mitjançant voluntaris. L'Ajuntament es fa càrrec de proporcionar equipaments i material, i la gestió a la duu a terme l'Associació Municipal Televisió de Piera. Piera Televisió emet diàriament i es pot sintonitzar pel canal 25 del cable i per Internet¹¹⁶. A més a més, alguns dels reportatges que produeixen es comparteixen amb Canal Taronja Anoia i aquest canal els emet. La graella del mitjà està formada per la retransmissió de les principals activitats que es fan al municipi, especialment culturals i festius, i entrevistes a persones del municipi. La televisió també organitza actes solidaris com una marató de recollida d'aliments, i està molt implicada amb les entitats del municipi. Cada setmana es renova la programació incloent els actes nous (unes tres hores setmanals), i es fan força reemissions, fins i tot d'anys anteriors¹¹⁷.

¹¹⁴ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Núria Mayà, del Departament de comunicació Ajuntament de Camprodon, el 29 de febrer de 2016.

¹¹⁵ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Júlia Garcia, treballadora municipal i encarregada de Gelida Televisió, el 9 de març de 2016. Pàgina web: <http://www.gelida.com/serveis/gtv1.htm> [darrera consulta: 09/03/2016].

¹¹⁶ A través del canal <http://08-produccions.cat/pieratv/> [darrera consulta: 01/03/2016].

¹¹⁷ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Lucky Albert, director i president de Piera Televisió l'1 de març de 2016. Graella de programació: <http://www.viladepiera.cat/fitxer/30829/graella%20863.pdf> [darrera consulta: 09/03/2016].

També mitjançant voluntaris funcionava la televisió de La Llacuna. En aquesta població de l'Anoia, l'Ajuntament cedia un local a un grup de persones que elaboraven vídeos de manera desinteressada i esporàdica. Aquest projecte es va abandonar a principis dels anys 2010, per la manca de voluntariat.

La televisió d'Ascó va ser creada l'any 1885 per un grup d'aficionats. Se'n fa càrrec l'organisme autònom Vídeo Ascó Televisió, que gestiona les quotes dels abonats. El president del patronat és un regidor, i existeix un consell rector que està format per representants designats per partits polítics que estan al govern. El canal emet per cable, gràcies al cablejat que van instal·lar un grup d'aficionats al municipi (la intenció és que s'instal·li fibra òptica a la població).

Amb l'arribada de la TDT, es va plantejar la possibilitat d'establir a Ascó una seu territorial del canal públic de la demarcació, que complementés la seu central que es preveia ubicar a Tortosa, però finalment aquest projecte no va tirar endavant. El canal forma part de La Xarxa que hi participa de manera activa, utilitzant programació i també enviant-hi notícies. La plantilla està formada per 5 persones i el prestador compta amb molts col·laboradors. Com a mitjà de comunicació se situen dins del Pla d'Emergència Nuclear de Tarragona (PENTA), de manera que formen part d'un comitè i haurien de seguir un protocol en cas que hi hagués alguna emergència, per fer-ne difusió.

La programació està basada en esports (mitja hora diària), un informatiu setmanal de mitja hora que s'emet en diumenge, un programa que resumeix els actes del municipi, un programa de reportatges setmanal, la reemissió dels plens i la retransmissió en directe els actes de festa major. A més, els informatius es penjen a un canal de Youtube¹¹⁸.

A Bagà hi ha un canal municipal per cable que emet contingut audiovisual sobre les festivitats dels municipis, enregistrades i editades per aficionats. En el moment de fer el treball de camp, el Canal de Bagà estava avariament des de feia mesos i no estava emetent¹¹⁹, raó per la qual no s'ha inclòs al llistat de prestadors que emeten de manera atípica.

A Sant Feliu de Pallerols, l'any 1992 es va cablejar el municipi per tal que els veïns poguessin rebre el senyal de televisió. TV Sant Feliu va néixer com a televisió per cable que funciona gràcies

01/03/2016].

¹¹⁸ Segons una entrevista telefònica mantinguda amb Rose r Jordà, coordinadora de Vídeo Ascó Televisió, l'1 de març de 2016. Canal de Youtube: <https://www.youtube.com/user/videoascotv> [darrera consulta: 01/03/2016].

¹¹⁹ <http://www.baga.cat/municipi/actualitat/incidencies-tv.htm> [darrera consulta: 01/04/2016].

a voluntaris de l'Associació Tot Vídeo Sant Feliu, amb suport de l'Ajuntament en quant a equipaments i material. L'últim dijous de cada mes al vespre i el dissabte següent al migdia s'emet contingut nou, i fora d'aquests dies el canal emet la senyal d'una càmera que enfoca la plaça del Firal, on s'hi ubica l'Ajuntament. El contingut està format per les activitats festives i culturals de la població. Els plens de l'Ajuntament i altres activitats especials es retransmeten en directe. També s'anuncien, mitjançant infotext, les activitats municipals.

Nom del prestador	Àmbit de cobertura	Propietat/gestió	Característiques de la prestació del servei	És un prestador adherit a La Xarxa?
Agutzil Telemàtic	Alcover	Ajuntament d'Alcover	Per TDT amb repetidor propi	No
Canal SET	Santa Eulàlia de Ronçana	Associació Cultural Canal SET, amb suport municipal	Per TDT amb repetidor propi	No
Molins TV	Molins de Rei	Bipas TV Produccions S.L, amb col·laboració de l'Ajuntament	Per TDT amb repetidor propi	Sí (com a IPTV)
La Palma TV	La Palma de Cervelló	Ajuntament de La Palma de Cervelló	Per TDT amb repetidor propi	Sí (com a IPTV)
ACA Sant Vicenç Televisió	Sant Vicenç dels Horts	Associació Cultural d'Audiovisuals, amb suport municipal	Per TDT amb repetidor propi	No
Televisió de Cardedeu	Cardedeu	Associació d'Amics de Ràdio Televisió Cardedeu, amb suport municipal	Per TDT amb repetidor propi	Sí (com a televisió del tercer sector)
TV Vandellòs	Vandellòs	Ajuntament de Vandellòs	Per TDT amb repetidor propi (permís per estar dins del Pla d'Emergències Nuclears)	Sí (com a prestador amb concessió especial)
Canal Camp	La Selva del Camp	Ajuntament de la Selva del Camp	Per TDT amb repetidor propi	Sí (com a IPTV)
TV Tossa	Tossa de Mar	Associació d'Amics de la Informació de Tossa amb suport municipal	Per TDT amb repetidor propi	No

Vídeo Ascó Televisió	Ascó	Organisme autònom municipal Vídeo Ascó Televisió	Emissió per cable	Sí (com a prestador amb concessió especial)
Piera Televisió	Piera	Associació Municipal Televisió de Piera	Emissió per cable	No
TV Sant Feliu	Sant Feliu de Pallerols	Associació Tot Vídeo Sant Feliu	Emissió per cable	No
Servei d'Informació de Camprodon	Camprodon	Ajuntament de Camprodon	Emissió per cable, servei d'infotext	No
Gelida Televisió ("la tituladora")	Gelida	Ajuntament de Gelida	Emissió per cable, servei d'infotext	No
Televisió del Berguedà	Berga	Associació d'Amics de la Televisió de Berga	Per TDT: Arrendament de llicència a un prestador privat	Sí (com a TDT privada)
Televisió El Vendrell	El Vendrell	Societat Limitada Municipal El Vendrell Comunicació	Per TDT: Difusió de contingut encarregada a un prestador privat	Sí (com a IPTV)

Figura 74. Taula de casos atípics de televisió de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia.

Com es pot observar a la taula (figura 74), la major part dels prestadors que emeten en situacions irregulars tenen característiques de mitjans del tercer sector, ja que estan vinculats o bé impulsats directament per associacions municipals, i la major part no tenen ànim de lucre, malgrat que en alguns casos la fórmula per a gestionar-los sigui una productora audiovisual o el propi ajuntament.

Dins dels casos atípics de televisions de proximitat vinculades al servei públic, cal diferenciar els casos que emeten de manera irregular dels que no ho fan. Els prestadors que se situen en la primera part de la taula (Agutzil Telemàtic, Canal SET, Molins TV, La Palma TV, ACA Sant Vicenç Televisió, Televisió de Cardedeu, TV Vandellòs, Canal Camp i TV Tossa) emeten al marge de la llei, ja que no ho fan ocupant espai radioelèctric diferent del que estava reservat als canals públics de cada demarcació, previstos per ser gestionats per una agrupació de municipis a través de consorcis.

A la segona part de la taula, indicats amb requadres més foscos, s'hi ubiquen els casos atípics que emeten de manera legal. Per una banda, hi ha cinc prestadors que emeten per cable (Vídeo Ascó Televisió, Piera Televisió, TV Sant Feliu, Servei d'Informació de Camprodo i Gelida Televisió"la titularadora). Per altra banda, Televisió del Berguedà emet emparada per una resolució positiva del CAC, després de sol·licitar l'arrendament d'una llicència a un privat, amb l'empара de la Llei espanyola 7/2010 General de Comunicació Audiovisual. I, per últim, Televisió El Vendrell encarrega la difusió de contingut a un prestador privat, emparant-se en l'article 6 de la Llei 2/2012 de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual que permetria que un prestador públic encarregués la difusió de contingut a un privat.

Ja en l'època analògica la implantació de televisions per cable era baixa, donada la poca penetració a Catalunya (Prado i Moragas, 1991; Guimerà, 2006a). Les que emeten per cable en l'era digital ho fan com a continuació de projectes iniciats per la mala recepció hertziana per qüestions orogràfiques, en què es va crear una xarxa de cablejat per arribar per fer arribar l'oferta televisiva a les cases (Fondevila, 2001) que s'aprofita per oferir un canal d'informació local.

La llei 42/1995, de 22 de desembre, de Telecomunicacions per cable deixava els prestadors per cable en una situació complicada, ja que els articles 3 i 6 establien que la prestació del servei estigués subjecta a una concessió que s'havia d'obtenir en concurs públic (Guimerà, 2006a). Segons l'article 2, el servei s'havia d'oferir en un àmbit territorial que havia d'incloure entre 30.000 i 2 milions d'habitants, i que es delimitava a partir d'acords entre ajuntaments i del vist-i-plau de la comunitat autònoma. Malgrat això, "les xarxes de distribució de la televisió no estaven preparades per prestar tots els serveis de telecomunicacions que la llei exigia als concessionaris del servei" (Guimerà, 2006a: 147). La llei 11/1998, de 24 d'abril, General de Telecomunicacions els obligava a tenir una concessió per poder seguir emetent (Busquets, 2001; Guimerà, 2006a).

S'observa que els prestadors que emeten de manera atípica reben el suport municipal en la majoria dels casos, de manera directa o indirecta. També es fa palès que la majoria de les iniciatives tenen per objectiu oferir un servei públic audiovisual a la població local. Els municipis que compten amb canals locals com els que es mencionen en aquest apartat, no s'han incorporat a un Consorci per a gestionar un canal públic de proximitat, de manera que la funció informativa local la cobreixen aquests prestadors.

Alguns d'aquests prestadors són entitats adherides a La Xarxa. Vídeo Ascó Televisió i Televisió de Vandellòs hi són com a TDT públiques amb concessió especial, ja que són mitjans afectats pel

pla d'emergències nuclears. Televisió del Berguedà hi consta com a privada, tot i que està gestionada per una entitat del tercer sector que ha arrendat la llicència a un privat. Un tercer grup, format per Molins TV, La Palma TV, Canal Camp i Televisió El Vendrell, hi són en tant que IPTV, és a dir, prestadors que emeten per Internet. Per tant, la major part dels prestadors que emeten de manera irregular i estan adherits a La Xarxa ho fan com a televisió per Internet ja que també tenen pàgines web. Des de La Xarxa no incorrenen cap irregularitat ni tenen en compte si el propi prestador comet il·legalitats ja que tenen en compte l'emissió on-line que també fan aquests prestadors, que és legal. Finalment, Televisió de Cardedeu és la única que consta, segons la llista d'adherides facilitada per La Xarxa, com a prestador del tercer sector.

4.7. El fenomen de la televisió pública de proximitat per Internet

Per explicar el fenomen de la televisió pública de proximitat per Internet cal tenir en compte que es tracta de prestadors de proximitat que emeten per una única localitat. La televisió per Internet emergeix en un moment de fràgil salut de la televisió pública de proximitat, com un fenomen que podria donar resposta a alguns dels problemes presentats per la televisió digital terrestre, però que també presenta nous interrogants. Aquest tipus de televisió de banda ampla, pensada per ser consumida a través d'ordinadors, tauletes, mòbils o televisió connectada (o televisió híbrida), ofereix una major flexibilitat en termes de temps d'emissió i de continguts, ja que els usuaris consumeixen els vídeos sota demanda.

El CAC s'ha plantejat la possibilitat que emissores locals puguin emetre fora del MUX, en un àmbit de cobertura menor. Aquesta possibilitat, que requeriria una autorització del Ministeri d'Indústria, s'ha posat sobre la taula com a resultat de peticions per part del sector, de prestadors que no tenen la voluntat d'emetre per la totalitat de l'àmbit de cobertura de la demarcació, però sí que ho voldrien fer per la seva localitat. El cas de Televisió El Vendrell és un exemple de municipi que té l'objectiu d'emetre per la seva localitat. Per tant, si aquesta possibilitat existís no faria falta que que emetés, a través de la llicència d'un privat per les tres comarques que conformen la demarcació, contingut bàsicament local que no té tant d'interès fora del municipi com per als seus habitants.

Mentre aquesta possibilitat no és una realitat, les poblacions veuen en la televisió on-line una forma d'emetre i difondre continguts locals. Aquesta forma de televisió presenta escasses barreres per entrar al mercat televisiu, ja que no es requereix ser adjudicatari d'una llicència per operar. En aquesta recerca, s'han localitzat una vintena de canals de televisió local que operen únicament per Internet, impulsats per ajuntaments que han desenvolupat projectes en solitari per raons econòmiques, però també per recuperar l'espai comunicatiu local que oferia la

televisió analògica, en què els ciutadans es sentien representats amb els continguts projectats a la pantalla i es reforçava la identitat municipal. Aquest fenomen permet la remunicipalització de les televisions de proximitat.

El CAC ha estipulat uns criteris per determinar què és televisió i què no i, per tant, quines iniciatives estan subjectes a la informació prèvia al Consell per a poder desenvolupar el servei audiovisual. Aquests criteris es recullen en l'Acord 65/2012, de 26 d'abril, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pel qual es va aprovar la Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que inclou la Instrucció general sobre les condicions i el procediment de la comunicació prèvia per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual mitjançant tecnologies altres que l'espectre radioelèctric¹²⁰.

La comunicació prèvia al Consell l'han de realitzar aquells prestadors de serveis de comunicació audiovisual (prestadors de serveis de televisió i/o de ràdio) de gestió privada, amb responsabilitat editorial sobre la selecció dels programes i continguts i la seva organització en un canal (radiodifusió) o en un catàleg de programes (servei a petició), que difonguin els seus continguts mitjançant altres sistemes de transmissió que les ones hertzianes terrestres. CAC, Acord 65/2012.

Per a ser considerat servei de televisió, un servei audiovisual ha de reunir cumulativament els requisits següents:

- Ser un servei, d'acord amb els articles 56 i 57 del Tractat de Funcionament de la Unió Europea. S'inclouen tant els serveis televisius de radiodifusió (canal) com els de petició (catàleg de programes). Queden exclosos aquells serveis que fonamentalment no tinguin activitat econòmica ni entrin en competència amb la radiodifusió televisiva, entre d'altres, els llocs webs de titularitat privada i els serveis consistents en la prestació de serveis o distribució de contingut audiovisual generat per usuaris privats amb la finalitat de compartir-lo i intercanviar-lo entre grups d'interès.
- El prestador de serveis ha de tenir la responsabilitat editorial. Això es concreta en l'exercici de control efectiu tant sobre la selecció dels programes com sobre la seva organització, ja sigui en un servei de radiodifusió com en un servei a petició.

¹²⁰ https://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Instruccio_comunicacio_previa.pdf

- Tenir l'audiovisual com objecte principal. El servei ha de tenir com a objecte principal proporcionar programes de televisió, entesos com el conjunt d'imatges en moviment, amb so o sense, que constitueix un element unitari dins de l'horari de programació d'un canal (radiodifusió) o catàleg de programes (servei a petició).

En qualsevol cas, són programes de televisió els llargmetratges, les manifestacions esportives, les sèries, els documentals, els programes infantils i les obres de teatre originals, així com les retransmissions en directe d'esdeveniments, culturals o de qualsevol tipus. S'exclouen aquells serveis el contingut audiovisual dels quals és merament incidental i no constitueix la finalitat principal.

- Estar destinat al públic en general (mitjà de comunicació de masses). S'exclouen, entre d'altres, tota forma de correspondència privada, com els missatges de correu electrònic enviats a un número limitat de destinataris.

- Estar compost de programes audiovisuals o sonors. Existència d'un conjunt d'imatges en moviment, amb so o sense, que constitueix un element unitari dins de l'horari de programació d'un canal (radiodifusió) o catàleg de programes (servei a petició).

- Ser difós mitjançant xarxes de comunicacions electròniques: infraestructures de telecomunicació pels quals es difonen continguts audiovisuals.

- Tenir l'objecte d'informar, entretenir o educar el públic en general, així com emetre comunicacions comercials.

El CAC informa els ajuntaments de les obligacions de comunicar l'existència de les iniciatives de televisió per Internet per evitar que hi hagi televisions governamentals, i els ofereix orientacions sobre com elaborar el Contracte-programa per tal de fer el procés més senzill per a les administracions locals, amb poca cultura audiovisual. Tot plegat, pretén posar ordre i facilitar els tràmits administratius, i també difondre una cultura audiovisual pública en les administracions locals amb l'objectiu de fer una televisió local pública de qualitat, evitant els projectes polititzats o governamentals.

Els requisits de la comunicació prèvia, segons l'article 5 de l'acord són que, per garantir el compliment de la normativa en matèria de continguts audiovisuals, la comunicació s'ha de fer mitjançant una declaració formal, d'acord amb el formulari aprovat pel Ple del CAC, que ha de contenir les dades següents, relacionades amb el desenvolupament de la prestació del servei:

- a) La personalitat física o jurídica de la persona que realitza la comunicació prèvia.
- b) El nom i la resta de dades identificatives de la persona física o jurídica i de la persona que

n'ostenta la representació, si escau.

c) El domicili, a l'efecte de notificacions.

d) En el cas que el prestador del servei adopti la forma d'una societat, el seu capital social i la identitat d'aquelles persones que tinguin una participació en el capital social o en els drets de vot superior al 5%, identificant-ne el percentatge de capital.

e) Les persones que composin els òrgans de direcció i d'administració de la societat mercantil, si aquesta és la forma jurídica del prestador, i el director o directora del mitjà o servei audiovisual de què es tracti.

f) La tecnologia emprada per a la difusió, així com les característiques tècniques.

g) La identificació de l'operador de comunicacions electròniques que difongui els continguts esmentats, en el cas que sigui una persona diferent del prestador del servei que realitza la comunicació prèvia.

h) El nom comercial del servei i la descripció del servei de comunicació audiovisual que es comunica.

i) La descripció detallada dels continguts que s'emetran i, si escau, els serveis que s'oferiran.

j) El percentatge de subtitulació de la programació i les hores setmanals de continguts audiodescrits i amb llengua de signes que s'emetran.

k) Declaració responsable de no incórrer en cap de les limitacions que, per raons d'ordre públic audiovisual, estableix la legislació aplicable.

El CAC també demana altres dades que els prestadors de serveis considerin rellevants, com ara si el servei és de pagament. El Consell pot requerir als prestadors de serveis de comunicació audiovisual subjectes a l'àmbit d'aplicació de la Instrucció general que facilitin dades addicionals, amb el detall que sigui necessari, que permetin conèixer les dades relacionades amb el desenvolupament de la prestació del servei.

Formalment, la prestació del servei es pot iniciar en el termini d'un mes, a comptar des que es presenti la declaració de comunicació prèvia, si el Consell de l'Audiovisual de Catalunya no en manifesta de manera motivada la disconformitat. Malgrat aquests requisits i protocol, el cert és que molts municipis que disposen de televisions on-line no en fan la comunicació prèvia al CAC. Això dificulta poder regular el sector, i també disposar d'una llista fiable de televisions per Internet. Per això, la que es presenta a continuació (figura 75) és resultat del treball de camp, però no conforma un llistat complet basat en dades oficials del regulador.

Municipi	Televisió per Internet
Arenys de Munt	www.amuntv.eixtic.cat/
Blanes (canal Youtube)	https://www.youtube.com/user/televisioblanes
Calella	http://www.calellatv.cat/
Castelldefels	http://www.castelldefelstv.org/
El Prat de Llobregat	http://elprat.tv/
Gavà	http://gavatv.xiptv.cat/
Manresa	www.tlbbmobile.com
Matadepera	http://www.matadepera.cat/tv
Sant Carles de la Ràpita	www.rapitatv.com
Sant Cugat del Vallès	www.cugat.cat/
Sant Joan Despí	http://www.despi.tv/
Sitges (Maricel TV)	https://www.youtube.com/user/comunicaciositges/videos http://mariceltv.xiptv.cat/capitols
Tordera	tv.tordera.cat
Vall d'Aran	http://arantv.xiptv.cat/
Vallirana	www.vallirana.tv
Viladecans	http://www.viladecanstv.tv/
Vilanova del Vallès	vdv.eixtic.cat
Vilassar de Mar	www.vilassardemar.tv/

Figura 75. Llista de televisions de proximitat per Internet. Elaboreció pròpia.

En la taula (figura 75) hi apareixen televisions per Internet de característiques diverses. Hi ha prestadors que tenen un web propi que, de fet, són la majoria. Alguns d'aquests articulen la seva web a través de la plataforma de La Xarxa, a la qual estan adherides com a televisions per Internet. Però també hi ha prestadors que han optat per fer un canal a Youtube, en lloc d'emetre els continguts mitjançant una pàgina web. S'ha optat per incorporar aquest tipus de prestador a la llista, com és el cas de Blanes o Sitges (que va començar amb un canal de Youtube i després va engegar un web del Xiptv que opera de manera simultània), perquè la funció que duen a terme aquests canals de Youtube i les pàgines web de televisió on-line són molt semblants. En tots els casos no hi ha una emissió lineal s'hi penguen vídeos quan hi ha activitats al municipi.

Alguns casos aquests prestadors s'articulen en base a la ràdio municipal, aprofitant-ne recursos i personal, o hi treballen conjuntament, com és el cas d'Arenys de Munt o Calella. El cas de la Vall d'Aran és particular ja que el canal no depèn d'un ajuntament sinó del Consell General d'Aran. Per últim, cal mencionar que alguns prestadors han engegat el projecte de televisió per Internet quan els consorcis en els quals estaven adherits els seus municipis es van dissoldre. És el cas de Calella i Arenys de Munt, quan el Consorci del Maresme Nord no va prosperar, o el de Gavà que va començar a emetre el 2012 quan es va dissoldre el Consorci del qual en formava part i que aglutinava els municipis del Delta del Llobregat.

Capítol 5. Intercanvi de continguts entre les televisions de proximitat: La Xarxa

5.1. Introducció a La Xarxa

La Xarxa Comunicació Local -o La Xarxa- és un actor primordial a tenir en compte en aquesta recerca. Es tracta d'una estructura de suport als mitjans de comunicació de proximitat (televisions, ràdios i mitjans en línia). L'intercanvi de continguts és l'eix vertebrador dels serveis de La Xarxa, però també s'ofereix suport en altres àmbits com ara els serveis lingüístics, serveis jurídics, formació, suport tècnic i desenvolupament tecnològic.

L'interès d'aquest ens en la recerca radica en el fet que és la plataforma que canalitza i catalitza l'intercanvi de contingut entre els prestadors que conformen l'objecte d'estudi de la investigació. Per una banda, és la plataforma que històricament ha possibilitat l'intercanvi de contingut entre les televisions públiques de proximitat i, per l'altra, entre les televisions de proximitat i el prestador generalista, TV3.

La Xarxa dona servei tant a mitjans audiovisuals públics com privats de servei públic. En el cas de les televisions, en poden formar part les públiques, i també les privades que declari que exerceixen una funció de servei públic. Pel que fa a les televisions on-line, si aquestes són públiques també s'hi poden adherir, mentre que en el cas de les privades, cal al·legar les raons de servei públic i que no hi hagués altres televisions que ofereixin el mateix servei al territori.

La Xarxa és una plataforma única de continguts multimèdia, gestionada per la Xarxa Audiovisual Local SL (XAL), una entitat de capital públic de la Diputació de Barcelona, amb personal jurídica pròpia. La Xarxa compta amb la totalitat de televisions públiques que conformen l'objecte d'estudi adherides, segons dades facilitades pel propi organisme el mes de març del 2015.

La XAL té tres fonts de finançament: la Diputació de Barcelona (majoritària), la publicitat i el patrocini, i els acords amb tercers a resultes de la venda de drets o la comercialització de continguts¹²¹. El mes de febrer de 2015 el Ple de la Diputació de Barcelona va aprovar l'entrada de la resta de diputacions catalanes a l'empresa. Amb aquest gest, ratificat per les tres diputacions, es reconeixia el paper que La Xarxa desenvolupa com a plataforma de suport al sector audiovisual local de tot Catalunya. La Junta general i el Consell d'Administració de la XAL

¹²¹ Quan la XAL comercialitza algun contingut, ho fa en nom del mitjà de proximitat que l'ha produït, i li reverteix par l'import. Per exemple, si un mitjà de comunicació no adherit (per exemple, una televisió d'abast estatal) comprés un contingut produït per una televisió local, es pagaria el 70% de l'import obtingut a la televisió en qüestió, i l'altre 30% se'l quedaria la XAL en concepte de gestió.

van passar a incorporar nous consellers en representació de les quatre diputacions, en un nombre proporcional al pes de cada una.

En aquest apartat, es repassa el funcionament de La Xarxa especialment en relació a l'objecte d'estudi de la tesi doctoral. Es té en compte principalment el període 2011-2015, tot i que també s'esmentaran elements de context previs així com desenvolupaments tecnològics que han tingut lloc el 2016 per tal d'actualitzar i de donar la màxima vigència a aquest treball d'investigació.

5.2. Trajectòria: el dualisme entre La Xarxa i Comunicàlia

L'antecedent del que avui coneixem com La Xarxa és el Circuit de Televisions Locals (CTVL), reanomenat el 2002 com a Xarxa de Televisions Locals (XTVL). El CTVL es va crear el 1999 com una iniciativa de la Diputació de Barcelona a petició de la Federació Pro-legalització de les Televisions Locals a Catalunya (posteriorment Televisions Locals de Catalunya, TLC), i no tenia per finalitat esdevenir un prestador finalista de televisió. Va néixer amb l'objectiu d'actuar com a infraestructura per intercanviar continguts.

A diferència de COMRàdio¹²², que era una plataforma d'intercanvi per a les ràdios locals però també un mitjà finalista, la XTVL era una estructura de suport a les televisions. Detectava les necessitats del sector i hi procurava donar resposta. També pretenia proporcionar a les televisions de proximitat elements de valor afegit o complementaris, però no substituir el paper de la televisió local, tenint en compte que la funció de proximitat al territori només la poden desenvolupar els propis prestadors.

Inicialment, es compartien continguts emmagatzemats en cintes que es transportaven a través d'uns motoristes. Aquest va ser el funcionament inicial fins que es va implantar un satèl·lit per a intercanviar el material audiovisual, segons ha explicat el que va ser director de la XAL entre el 2007 i el 2012, Marc Melillas (2013), en una entrevista personal. L'objectiu era agrupar un bon nombre de televisions, per tal que els costos de produir contingut disminuïssin.

A partir de l'any 2003, la XTVL va passar d'estar gestionada directament per la Diputació de Barcelona a dependre de l'Institut d'Edicions. Aquest organisme no estava habituat a les lògiques de funcionament que requerien agilitat i rapidesa per intercanviar els continguts audiovisuals. Per això l'any 2004 es va crear la Xarxa Audiovisual Local (XAL), com a entitat

¹²² COM Ràdio era una cadena pública de ràdio, creada l'any 1995, impulsada per la Diputació de Barcelona i gestionada pel Consorci de Comunicació Local. Agrupava diverses emissores municipals, que la nodrien amb contingut.

pública empresarial per a gestionar la XTVL.

Paral·lelament a la creació de la XTVL, el 2003, les diputacions de Tarragona, Lleida y Girona van impulsar un servei basat en el mateix principi i gestionat per l'empresa Comunicàlia. Durant anys, Catalunya va tenir dues plataformes de suport a l'audiovisual. Aquesta dicotomia només es pot entendre si es té en compte la polarització política del Principat. A finals dels anys 90, al bàndol socialista hi havia grans ajuntaments de l'àrea metropolitana i la Diputació de Barcelona, mentre que al bàndol convergent hi havia les altres diputacions i la Generalitat. Aquesta polarització es va traduir en una lluita política per veure qui enfortia més les televisions locals per tal d'influir, així, en l'agenda mediàtica, segons experts en la matèria consultats.

Les institucions socialistes són les que van començar a fer passos en aquest sentit, amb la creació del ja mencionat Circuit de Televisions Locals (CTVL). Des de l'altre bàndol va tenir lloc un moviment semblant. Les altres tres diputacions, amb el suport d'alguns consells comarcals i ajuntaments, van crear el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), una entitat pública per oferir serveis a les ràdios i a les televisions. A finals dels anys 90, tant el CTVL com el CLCC van començar a utilitzar la paraula "xarxa" (Vila, 2016, entrevista personal). Com que la Diputació de Barcelona l'havia registrada primer, és qui va col·locar-la en el nom propi de la institució, i a l'altra entitat se la va anomenar Comunicàlia.

Per comprendre l'existència de dues xarxes públiques de distribució/sindicació de continguts s'ha de tenir en compte, en primer lloc, una clau política: l'XTVL va ser impulsada per la Diputació de Barcelona quan era governada pel PSC-PSOE, mentre que les altres tres diputacions provincials catalanes estaven governades per CiU quan es va crear Comunicàlia. Tot això en el context d'un sistema mediàtic caracteritzat per una forta ingerència governamental (Guimerà i Alonso, 2014: 5).

Així doncs, per motius fonamentalment polítics el sistema audiovisual català va tenir durant anys dues plataformes d'intercanvi de continguts audiovisuals finançades amb pressupost públic. Comunicàlia va deixar de funcionar el 2011 per falta de finançament (Guimerà, 2006a; CAC, 2009; Guimerà i Fernández, 2014).

Durant gairebé una dècada, els prestadors audiovisuals catalans van comptar amb dues estructures de suport. Algunes televisions, fins i tot, eren sòcies de les dues xarxes. No es pot amagar que les dues estructures de suport tenien interessos polítics, i que volien influir en els informatius generalistes de les televisions locals, proveïts per aquestes plataformes.

La Xarxa ofería a les televisions adherides un informatiu que es nodria de peces de les televisions locals i d'altres generalistes elaborades per l'estructura pròpia de l'entitat. A Comunicàlia, com

que el volum d'entitats adherides era menor i moltes televisions eren de municipis molt petits, no tenien capacitat per elaborar un informatiu generalista a partir de les informacions de les emissores locals. Per això, es va encarregar a una productora l'elaboració d'un informatiu d'àmbit català perquè el difonguessin els prestadors adherits.

Inicialment, les televisions locals tenien la potestat d'agafar allò que més els interessés d'aquest informatiu, és a dir, d'emetre'n només algunes parts. Però més endavant es va passar a obligar les emissores adherides a emetre tot l'informatiu conjunt, per tal d'influir més en la línia editorial d'aquests mitjans. D'aquesta manera, es restava independència d'aquests prestadors. Vila (2016), que va ser director de Comunicàlia entre el 2008 i 2013, valora negativament aquest fet en una entrevista personal, ja que considera que "la televisió local ha de ser una emissora independent que s'aguanta amb altres per tenir continguts, però no pot perdre la independència".

La XTVL va anar ampliant els serveis com a estructura de suport i oferia emissió en cadena, un pas que Comunicàlia no va arribar a fer. Les dues estructures de suport van anar esdevenint més desiguals al llarg dels anys, sobretot per les diferències de pressupost que tenien una relació de 8 a 2, tenint en compte la XTVL i Comunicàlia respectivament. Això tenia repercussions en la capacitat d'actuació i en el nombre de programes que podien produir i distribuir cadascuna de les xarxes. Comunicàlia va anar empetitint-se i perdent força envers La Xarxa. Després de les eleccions municipals de 2007, en què alguns ajuntaments van canviar de signe polític, les tres diputacions de Lleida, Girona i Tarragona van arribar a l'acord de donar un nou impuls a Comunicàlia amb la injecció de més pressupost.

Les discrepàncies entre el president del Consorci i el director general de Comunicàlia, que eren una extensió de les discrepàncies entre partits polítics envers el paper d'aquesta entitat, van acabar amb el cessament del director. La nova direcció, encapçalada per Joan Vila, pretenia despolititzar Comunicàlia, fer-la més professional i explorar llaços de col·laboració amb La Xarxa (Vila, 2016, entrevista personal). Ara bé, l'abandó de la Diputació de Tarragona del consorci per motius polítics i l'inici de la crisi econòmica, van fer que aquest nou impuls a l'entitat no es materialitzés i que, ans al contrari, s'haguessin de fer retallades i una reducció de personal. Els deutes acumulats i la voluntat de les dues diputacions (Lleida i Girona) de reduir-ne l'aportació van fer que el 2011 s'iniciés un procés de dissolució i liquidació de Comunicàlia.

L'existència de dues xarxes paral·leles només s'explica pels interessos polítics confrontats (Vila, 2016, entrevista personal). Malgrat que alguns prestadors locals han manifestat que veien la situació amb indignació, no tenien potestat per fer-hi res ni es volien queixar per por de perdre

els serveis d'aquestes entitats de suport. Finalment, va ser la XTVL l'entitat que va sobreviure i la que s'ha consolidat com a instrument de suport als prestadors audiovisuals de tot el territori català.

L'única estructura pública de suport a la comunicació audiovisual local que queda des de la desaparició de Comunicàlia el 2011 és la Xarxa. Amb un nou logotip i una nova filosofia de treball multimèdia, la confluència entre la Xarxa de Televisions Locals (XTVL) i el Consorci de Comunicació Local (COMRàdio) ha deixat pas a un nou organisme públic, la Xarxa Audiovisual Local SL, del qual és titular íntegrament la Diputació de Barcelona, de moment. El 26 de febrer de 2015, el Ple de la Diputació barcelonina va aprovar l'entrada de les altres tres diputacions catalanes a l'estructura de la XAL, entrada que es farà efectiva durant 2015, quan s'hagi ratificat pels seus respectius plenaris. Serà una fita històrica, després de dècades de divergències marcades entre les diputacions en la política de suport als mitjans de proximitat. Vila, 2015: 62.

Malgrat que La Xarxa dona resposta tant a les necessitats d'emissores privades com públiques, són aquestes últimes les que han liderat la seva aparició i desenvolupament. En els seus primers anys eren majoritàries i van encapçalar el projecte, tal com han assenyalat alguns autors (Guimerà, 2006a; Guimerà i Alonso, 2014).

La implicació dels prestadors de proximitat en la producció de continguts de La Xarxa va anar creixent de forma progressiva. Segons la recerca duta a terme per Guimerà i Alonso (2014), el 2011 les emissores van arribar a participar en l'elaboració de 1.573 hores de programació, un 79,8% total (més de deu punts per sobre respecte de l'any anterior). Ara bé, el gruix de les hores produïdes el 2011 (1.163 hores) corresponia a coproduccions entre les televisions i la pròpia XAL, mentre que 410 corresponien a programes elaborats per les televisions en solitari. Es fa palesa, per tant, la importància de la XAL en l'aportació de recursos a les televisions especialment per a la coproducció.

Si ens fixem en l'estructura de l'entitat, segons els Estatuts de la XAL, aprovats el 2012, les funcions de la Junta General són assumides per la Diputació de Barcelona. El Consell d'Administració té el nombre de consellers que fixi la junta general (entre tres i nou), que els escull a petició dels grups. És el Consell d'Administració el que nomena el President i un o més vicepresidents. La Junta General, a més, nomena un gerent de l'empresa.

S'observa, per tant, que hi ha lligams entre l'entitat de servei públic i el poder polític, de manera que és difícil garantir que les decisions que es prenen siguin independents del govern provincial. De fet, tradicionalment la diputació de Barcelona havia estat de color socialista, mentre que les

altres tres havien estat convergents. Una vegada aquesta situació va canviar, les províncies de Girona, Lleida i Tarragona es van integrar al projecte, de manera que no es pot obviar que darrere d'aquesta decisió hi havia raons polítiques.

5.3. La Xarxa en l'entorn de la TDT

La Xarxa es troba davant d'una realitat complexa formada per prestadors de naturalesa pública i privada, i amb àrees de cobertura diverses. Abans de la planificació de la TDT, les televisions eren bàsicament locals, i existia una identificació clara entre municipi i prestador. Quan es va planificar la digitalització, l'àmbit de cobertura dels prestadors va passar a ser la demarcació (per tant, era supramunicipal), i també s'establí una divisió entre prestador públic i prestador privat. La Xarxa estipulava que les seves adherides havien de tenir la condició de servei públic, que requeria l'aval d'un Ajuntament en el cas de les televisions de propietat privada.

A banda, el model de La Xarxa es va veure afectat ja que les diverses televisions de proximitat d'una demarcació passaven a formar part d'un mateix múltiplex i compartien una àrea de cobertura. Per tant, en alguns casos, prestadors que competien pel mateix target d'audiència es trobaven integrats a la mateixa xarxa en què es prioritzava la cooperació. La Xarxa defensa que el millor és compartir recursos per tal de fer el model més viable, malgrat que pogués semblar paradoxal treballar conjuntament amb un possible competidor.

Per superar aquest context divers, es va crear un protocol que marcava les regles del joc, per tal de garantir una gestió transparent, flexible i que s'atengués al nou ordenament jurídic. El document, aprovat el 2012, va estipular uns mínims de compromís i reciprocitat.

5.4. La consideració de servei públic

És requisit per adherir-se a La Xarxa el fet de prestar un servei públic audiovisual. D'aquesta manera, es té en compte la missió que desenvolupa el mitjà per sobre de la propietat del mateix, si bé els prestadors privats, per ser entitats adherides, han de comptar amb l'aval d'un ajuntament que acrediti que ofereixen un servei públic. En l'àmbit local, la funció dels prestadors de naturalesa privada sovint es troba molt pròxima a la que desenvolupen els prestadors públics. En diverses ocasions, els prestadors privats reben ajudes o subvencions dels ajuntaments. Freqüentment es dona el cas que les demarcacions en què no hi ha cap televisió pública de proximitat en funcionament, existeix un canal privat de televisió que desenvolupa les funcions de servei públic de proximitat, explicitades en l'apartat de marc teòric d'aquesta tesi doctoral.

Així doncs, si bé aquest treball se centra en els prestadors públics de proximitat, algunes de les conclusions serien extrapolables a tots els prestadors que exerceixen missions de servei públic.

La Xarxa ha desenvolupat un discurs que pretén potenciar la creació de sinergies entre totes les televisions de servei públic, sigui quina sigui la propietat.

Com esmenten els estatuts de la XAL, es pretén oferir un servei públic, encaminat al foment i la promoció de la comunicació local. A banda de l'intercanvi informatiu, La Xarxa també promou els continguts divulgatius i d'entreteniment, que es regeixen pels següents criteris: interès local, programació de servei públic, i qualitat tècnica i estètica. El propòsit de l'entitat és incentivar al màxim la coproducció, augmentar la visibilitat dels continguts audiovisuals locals distribuint-los al conjunt de mitjans adherits per ampliar-ne així l'audiència potencial, i també estimular econòmicament el sector.

5.5. Les entitats adherides: casos típics i atípics

En total hi ha 48 televisions adherides a La Xarxa (segons dades de 2015 facilitades per l'entitat), de les quals 24 són públiques. Una dotzena emeten per TDT i conformen l'objecte d'estudi de la tesi, dues més emeten per TDT però amb concessió especial, 10 són televisions per Internet, 21 són televisions privades -19 emeten per TDT i dues per Internet-, dues més emeten a fora de Catalunya (són el cas d'Andorra Televisió, que és pública, i Nord, el prestador privat que emet a la comarca dels Ports), i una forma part del tercer sector. El cas de Nord televisió és excepcional ja que es troba fora de la Comunitat Autònoma de Catalunya. La Xarxa va respondre favorablement a la petició d'aquest prestador d'adherir-se al sistema d'intercanvi, responnent a la voluntat de disposar de continguts en català.

El cas de Televisió El Vendrell consta com a televisió per Internet, en lloc de com a TDT pública, en motiu de la situació irregular en la qual es troba emetent per Televisió Digital Terrestre. Cal esmentar la particularitat que, a més, El 3 de Vuit -l'adjudicatari de la llicència fins l'arrendament per part d'El Punt Avui TV per on emet Televisió El Vendrell- constava com a televisió privada, malgrat que qui hi està adherit (en aquest cas, per dues bandes, com a televisió per Internet i com a privada) és el canal públic vendrellenc. Una altra particularitat és la inclusió de Conca TV com a adherida, malgrat que aquest prestador no emet continguts (motiu pel qual no s'ha incorporat a l'objecte d'estudi). A banda, hi ha els casos de les adherides TVV Televisió de Vandellòs i VAT Vídeo Ascó TV, que han quedat fora de l'objecte d'estudi, ja que són televisions públiques amb condicions especials, que operen sota el règim de concessió administrativa per trobar-se afectades per Plans d'Emergència Nuclear.

Altres casos atípics es donen a Molins de Rei i a la Palma de Cervelló, on hi ha dues televisions que emeten per un àmbit de cobertura local mitjançant un repetidor propi. En aquest cas, com que emeten per TDT d'una manera irregular i tenen plataformes web, La Xarxa només les

reconeix com a televisions per Internet i no entren en el llistat d'adherides per TDT. La política de La Xarxa és la de no donar cobertura a una il·legalitat, tot i que no és de la seva competència posar ordre en aquestes situacions, que és una tasca del CAC i la Generalitat. Per aquest motiu, a La Xarxa s'emparen en el fet que aquests prestadors emeten per Internet per tal que puguin ser entitats adherides.

Una desena de televisions per Internet -a banda del cas d'El Vendrell hi ha Aran TV, Canal Camp, Cugat.cat, Despítv, Gavà Televisió, La Palma TV, Maricel TV, Molins de Rei Televisió i TV10 Sant Esteve- evidencien el fenomen creixent de la televisió de proximitat pública exclusivament on-line, i la voluntat de La Xarxa de no deixar aquests projectes al marge de l'intercanvi d'informacions.

Segons dades facilitades per l'entitat a març de 2015 aquesta és el llistat de prestadors que en formen part (figura 76):

<p>TDT PÚBLIQUES DE CATALUNYA BTV Canal 10 Empordà Canal Blau Canal Terrassa Vallès Conca TV m1tv Penedès TV TAC 12 teleb – Televisió Badalona TV L'Hospitalet Vallès Visió VOTV – Vallès Oriental Televisió</p>
<p>TDT PÚBLIQUES AMB CONCESSIÓ ESPECIAL TVV Televisió de Vandellòs VAT Vídeo Ascó TV</p>
<p>IP PÚBLIQUES Aran TV Canal Camp Cugat.cat despítv GAVÀ Televisió La Palma TV Maricel TV Molins de Rei Televisió TV10 Sant Esteve Televisió El Vendrell</p>
<p>TDT PÚBLIQUES FORA DE CATALUNYA Andorra TV</p>

TDT PRIVADES CATALUNYA 3d8 25TV Banyoles TV Canal Reus Canal Taronja Anoia Canal Taronja Central Canal Terres de l'Ebre El 9 TV El Punt AVUI TV Empordà TV ETV Lleida TV Olot TV Pirineus TV TVR Televisió del Ripollès TV Girona TV del Berguedà TV Costa Brava TV Sant Cugat-Vallès 1 TV
TDT PRIVADES FORA DE CATALUNYA Nord
IP PRIVADES Balaguer TV Tàrrrega TV
TV 3r SECTOR TV Cardedeu

Figura 76. Llistat de prestadors de televisió adherits a La Xarxa (març de 2015). Elaboració pròpia a partir de dades facilitades per La Xarxa.

5.6. Funcionament de La Xarxa

L'oferta de La Xarxa es basa en continguts informatius, esportius, divulgatius i d'entreteniment.

- Els continguts informatius i esportius posen l'accent en la informació local. S'elaboren a partir de la coordinació periodística entre els serveis informatius centrals de La Xarxa i les redaccions dels mitjans adherits. Aquesta tasca conjunta la centralitza el servei de continguts informatius Xarxa de Notícies (XN), en què ambdues parts comparteixen diàriament tant previsions de cobertura informativa com peces d'actualitat.
- Els continguts divulgatius i d'entreteniment conformen un catàleg que es renova periòdicament coincidint amb l'inici de la temporada radiofònica (anual) i televisiva (trimestral).

Les televisions de proximitat adherides es poden acollir a dos règims diferents de programació:

- Programació sindicada de lliure emissió: oferta universal de continguts, fruit d'una decisió

editorial compartida, considerada d'interès públic, centrada en programes divulgatius, d'entreteniment, informatius o culturals, dels quals les televisions poden disposar i emetre d'acord amb els seus interessos de programació.

- Programació sindicada d'emissió en cadena: oferta de continguts informatius i programes, fruit d'una decisió editorial compartida, considerada d'interès públic, en què les entitats assumeixen el compromís de garantir una primera emissió en cadena.

Els horaris d'emissió d'aquests programes se circumscriuen en franges horàries de migdia i vespre de dilluns a divendres, i majoritàriament de tarda els caps de setmana.

5.6.1. Evolució de l'intercanvi de continguts

Com a conseqüència de l'heterogeneïtat dels prestadors que conformen La Xarxa, i de l'evolució de les seves demandes, el funcionament de l'intercanvi de continguts també ha passat per diverses etapes, segons explica el director de l'àrea de comunicació i relació amb les entitats adherides, Gabi Barragan (2015), en una entrevista personal.

En una primera fase, les televisions produïen programes íntegrament, per als quals rebien una retribució si eren distribuïts per La Xarxa. A partir de 2009 es va encetar una segona fase, degut al creixent paper de les televisions en l'aportació de continguts. "Si en els seus primers anys el seu objectiu [de La Xarxa] era ajudar a superar les limitacions de producció de les emissores, amb l'arribada de la TDT es va plantejar la necessitat que les pròpies emissores es corresponsabilitzessin en major mesura tant del finançament com de la provisió de continguts" (Guimerà i Alonso, 2014: 6).

En aquesta etapa, les televisions rebien una contrapartida per a coordinar programes (en alguns casos, els mateixos que a la primera fase), que es podien nodrir amb continguts d'altres televisions locals. Es pretenia reduir la quantitat de continguts proveïts des de la seu central, amb la intenció d'estimular la participació de les televisions. Aquest sistema no va tenir èxit, en motiu de les desigualtats en l'encàrrec de continguts.

D'aquesta manera es volia ajudar les televisions més implicades (la xarxa els comprava programes i al mateix temps els cobrava quotes més baixes) i, alhora, estimular les menys actives. També es pretenia evitar el debilitament industrial d'uns operadors que es podien veure temptats, en un context de crisi econòmica, a aprimar la seva estructura i alimentar-se més de l'XTVL. Guimerà i Alonso, 2014: 6.

Es reclamava, doncs, una major coresponsabilitat en la gestió de la xarxa, tant per motius econòmics com per a legitimar el model (CAC, 2009; Vila, 2012; Guimerà i Alonso, 2014).

En una tercera fase, engegada el 2013, La Xarxa va passar a coordinar tots els continguts, seguint un sistema anomenat “contenidors”. A més, era l’entitat qui vetllava per la qualitat dels continguts i els empaquetava de manera centralitzada. La idea d’aquesta fase era evitar el tracte desigual entre les televisions, i operar d’una manera equitativa amb els mateixos estàndards de qualitat.

Aquest model es va instaurar a resultes de les trobades a porta tancada, en què, segons dades facilitades per La Xarxa, es van identificar algunes tendències dels prestadors:

a) Les televisions adherides tenien un interès especial en els recursos econòmics que la xarxa els proporcionava. La situació de crisi econòmica feia que les TDT-L haguessin de buscar noves vies de finançament, i una d’elles va ser La Xarxa (ja que els prestadors rebien una contrapartida per les col·laboracions i el contingut compartit). En aquells moments s’estimava que els preocupava més la supervivència econòmica que els continguts.

b) Els informatius eren la columna vertebral de La Xarxa i el servei més ben valorat per les entitats adherides.

c) Els prestadors també tenien demanda de programes, per a complementar la graella informativa.

En les etapes anteriors descrites, La Xarxa encarregava programes íntegrament a les televisions, sovint per tradició històrica en produir determinats continguts o simplement perquè algunes televisions ho sol·licitaven. Aquest model no era del tot equitatiu entre prestadors, ja que el volum de producció era desigual. Per tal de distribuir recursos més equitativament, es va arribar a la conclusió que La Xarxa no contractaria programes als prestadors de TDT-L.

A partir d’aleshores, els continguts que no eren notícies, van passar a funcionar d’una manera similar a l’intercanvi informatiu. Els programes es nodrien de contingut provinent dels prestadors de proximitat, i La Xarxa s’encarregava de dur a terme la coordinació dels continguts, d’empaquetar-los i de presentar els programes des de la seu central. D’aquesta manera, es pretenia evitar tensions econòmiques i aconseguir una distribució més equitativa dels recursos, que cada vegada eren menors per les retallades de pressupost (tant pel que fa a subvencions com als ingressos per publicitat), i més necessaris per als prestadors per les dificultats de finançament.

El punt fort d’aquest nou model era que una sola televisió no capitalitzava tots els guanys que suposa fer un programa, sinó que diverses televisions podrien comptar amb ingressos més petits si col·laboraven en produir continguts per a nodrir els programes. D’aquesta manera, “s’aconseguia optimitzar el pressupost i distribuir els recursos més equitativament” (Melillas,

2013).

La quarta fase va encetar una nova etapa, i pretenia solucionar algunes necessitats posades sobre la taula pels prestadors durant el Mercat de l'Audiovisual de 2014. A alguns dels canals ja no els interessaven tant els programes "contenedor" de continguts temàtics, i es decantaven més per a contenidors de continguts pròxims al territori. Per això, es va iniciar la coordinació del programa La 7mana, que incorporava reportatges produïts per les televisions de cadascun dels prestadors televisius adherits que formaven part d'una mateixa demarcació, coordinats per un d'ells (generalment el canal que donava nom al múltiplex), que s'encarregava de fer-ne la presentació. En aquest mateix sentit van alguns informatius territorials que s'han impulsat en algunes zones de Catalunya, com ara a les comarques gironines o el Barcelonès nord i el Maresme, en col·laboració entre diversos prestadors.

En la quarta fase també es va retornar a la metodologia per la qual alguns prestadors produïen íntegrament programes per a ser distribuïts a través de La Xarxa després que el sistema de la tercera fase no fos del tot satisfactori, ja que els prestadors no s'implicaven tant en oferir continguts de qualitat per nodrir els programes empaquetats per La Xarxa, com quan eren els responsables finals d'un producte audiovisual. D'aquesta manera, es tornava a un model menys centralitzat.

L'evolució de l'intercanvi de continguts ha fet que s'hagi arribat a un model en què es combina la coproducció de programes íntegres entre La Xarxa i les entitats adherides que es posen a disposició de les altres televisions, amb els programes que edita La Xarxa o bé un prestador i que es nodreixen dels continguts de diverses televisions, que es deriva del model de "contenidors". Aquest darrer model, es pot aplicar tant en el conjunt de les entitats adherides al protocol, com és el cas dels espais informatius que edita l'entitat, com en algunes de les entitats agrupades per àrees geogràfiques, com és el cas de La 7mana o els informatius territorials.

5.6.2. La presa de decisions

En la presa de decisions sobre quins programes es mantenen a la graella i quins no, hi ha diversos aspectes que es tenen en consideració. Per una banda, hi ha un argument quantitatiu en funció de les televisions que se'l descarreguen; i, per l'altra, un argument qualitatiu en funció de l'opinió dels responsables dels prestadors.

En referència al segon argument, La Xarxa procura escoltar el parer de les televisions adherides. Per això, en la definició de la programació que ofereix La Xarxa hi intervé en una comissió integrada pels directors de les televisions. Es tracta d'una trobada dels actors del sector (prestadors, La Xarxa, responsables polítics, empreses de la indústria audiovisual, etc), en la qual

La Xarxa es reuneix amb les entitats adherides per a prendre decisions estratègiques, sovint en el marc del Mercat Audiovisual de Catalunya (MAC), que se celebra amb periodicitat anual a Granollers.

Aquesta trobada es complementa amb les que es realitzen de manera periòdica, en les quals també s'extreuen conclusions sobre les necessitats dels prestadors adherits, en quant a suport i formació, per tal d'organitzar accions responnent a aquestes demandes. En aquests reunions i en el funcionament de La Xarxa, els prestadors d'àrees i ciutats més grans tenen el mateix pes que aquells prestadors més petits.

A l'hora de repartir els fons econòmics, La Xarxa procura fer-ho d'una manera equitativa. Els ingressos que cada televisió de proximitat rep van en funció de les notícies que intercanvia i dels reportatges que produeix pels programes conjunts. Ara bé, hi ha altres mètodes que pretenen reequilibrar els fons a repartir, en cas que la Xarxa consideri que un prestador està rebent poc suport econòmic en relació amb la funció que desenvolupa. Aquests mecanismes consisteixen en demanar personal o material (com poden ser unitats mòbils) per a algunes produccions a les televisions, de manera retribuïda.

Segons conclusions extretes de l'observació no-participant a propòsit d'aquesta recerca, sovint els prestadors emeten un programa o un altre, no tant en funció de les necessitats de la graella sinó més en funció de les relacions personals que tenen amb el prestador que el produeix. Sovint hi ha una sensació de reciprocitat, en què si un canal emet un programa produït per un altre, el segon emetrà també el programa produït pel primer.

Malgrat que tradicionalment l'entitat ha pretès incorporar i donar veu els prestadors audiovisuals en la presa de decisions, el treball de camp desenvolupat per a aquesta recerca ha fet palès que aquests coincideixen a afirmar que progressivament els operadors han perdut pes en la presa de decisions. Per tant, segons el sector audiovisual format per les entitats adherides, la presa de decisions que inicialment era horitzontal, ha esdevingut des del 2013 cada vegada més vertical.

Els prestadors consideren que el sistema de producció mitjançant píndoles informatives de La Xarxa era més equitatiu que el sistema de comprar els programes directament a una de les emissores, ja que així els recursos quedaven repartits de manera més equilibrada. Malgrat això, alguns gestors de les televisions han explicat que no era un sistema operatiu per a les televisions locals, ja que tenien poc temps per a la producció pròpia i, per tant, en alguns casos havien de produir reportatges sobre diferents temàtiques per a nodrir aquest programes-contenidors a corre-cuita. Com a conseqüència, la qualitat de la programació havia baixat ja que cap emissora

era experta en produir un programa determinat.

En general, les emissores coincideixen a afirmar que en el model de La Xarxa hi juguen un paper les relacions personals, i algunes consideren que s'afavoreix alguns canals, els quals produeixen més contingut que altres. Alguns prestadors entrevistats manifesten que es té en compte el color polític dels ajuntaments que formen part dels consorcis, a l'hora d'encarregar contingut informatiu. També consideren que hi ha desigualtat en el tracte i en les ajudes entre televisions. Des del sector es percep que la XAL té un pressupost assignat a cada televisió i que busca la manera (indirecta) de fer-li arribar a través de programes o requerint personal tècnic en moments puntuals pel qual es paga un import addicional.

5.6.3. Les bases del protocol de funcionament

El protocol expressa que, amb motiu de la greu situació econòmica, la XAL ha d'adaptar de manera continua els serveis que presta. Per tant, ha de revisar el marc d'actuació respecte de les entitats que operen al sector, amb l'objectiu de millorar el suport als mitjans audiovisuals a través del subministrament de continguts i serveis que donin resposta als nous reptes del sector davant la implantació de la tecnologia digital.

També exposa que és l'essència del sector la que requereix fer que la col·laboració transcendeixi els límits territorials. Es tenen en compte preceptes com l'article 10 de la Carta Europea de l'Autonomia Local, que fa palesa la possibilitat dels ens locals de formalitzar convenis com a instrument de cooperació interadministrativa sense fronteres territorials.

El text estipula que les entitats que s'adhereixen al protocol subscriuran el document que fixa les condicions d'adhesió, per la qual la XAL i les entitats adherides estableixen una relació continuada de treball. L'adhesió al Protocol General comporta l'obligació de les entitats d'abonar una quota mensual per al manteniment i els serveis generals (excepte aquelles entitats de municipals o amb àmbits d'actuació de menys de 10.000 habitants). L'entitat es pot subscriure qualsevol dels altres serveis previstos als annexos.

El primer annex, obligatori per a tots els adherits, es basa en els serveis generals, i implica que l'entitat mantingui i actualitzi la informació (corporativa i relativa a continguts) en les plataformes (XN i Sindicada). També és obligatori confirmar el dia, hora d'emissió i remissions de tots els programes que s'utilitzin.

La quota mensual s'estableix en funció dels habitants en l'àmbit d'actuació del canal. Les tarifes per al 2014, segons el Protocol general dels serveis de la Xarxa Audiovisual Local, SL aprovat pel Consell d'administració, en sessió de data 29 de gener de 2015, que modificava l'anterior, són

els següents:

Més de 300.000 habitants - 250 euros

De 50.000 a 299.999 habitants - 125 euros

De 0 a 49.999 habitants - 50 euros

Els diversos annexos es refereixen a serveis que ofereix La Xarxa. Per exemple, segons l'annex 6, les entitats poden encarregar a la XAL, mitjançant el protocol particular, la promoció de la contractació de publicitat i patrocini per a la seva graella. L'entitat també ofereix un servei d'enregistrament d'àudios corporatius i publicitaris, estipulats en l'annex 7.

5.6.4. La Xarxa de Notícies

El creixement en la circulació de notícies s'explica per la creació el 2006 de la Xarxa de Notícies (XN), que basa el seu funcionament en la producció, coproducció i posada en circulació de notícies elaborades tant per les televisions associades com per una redacció central (Guimerà i Alonso, 2014).

És la plataforma que possibilita intercanviar notícies, en la qual la participació de les entitats adherides ha anat augmentant. Aquest augment es deu a la voluntat d'incrementar la cooperació per part dels prestadors i també als ingressos econòmics que es deriven de les contribucions. En els seus inicis, la XN movia 12.000 notícies anuals, i el 2014 en movia 29.000, segons dades facilitades per La Xarxa. A diferència de l'Agència Catalana de Notícies (ACN), La Xarxa no té compromís editorial ni obligatorietat de cobrir les informacions més rellevants del dia per oferir-les a les entitats adherides. Els membres La Xarxa intercanvien només aquelles informacions que els prestadors de proximitat han estat capaços de cobrir.

Aquest model, basat en l'aportació mútua de notícies entre la redacció central i les televisions de proximitat adherides, garanteix la projecció d'una visió informativa descentralitzada, ja que es nodreix d'informacions elaborades des de diferents punts del territori. La dinàmica de funcionament de la XN contribueix, a més, a vertebrar l'espai de comunicació català, en tant que aprofita i rendibilitza la capacitat productiva de les televisions de proximitat que l'ocupen.

La XN està regulada en el segon annex del Protocol de funcionament. Segons el text, es posa a disposició de les entitats que ho requereixin el servei de continguts informatius XN.

Atesos els objectius del servei i la voluntat de consolidar el model de concertació, coordinació i reciprocitat de l'XN, en la mesura que l'entitat contribueixi en la producció informativa de l'XN accedirà al servei sense contraprestació econòmica i, en funció de la quantitat de les peces aportades, fins i tot podrà revertir el cost i obtenir un benefici.

Protocol general dels serveis de la Xarxa Audiovisual Local, SL, Annex 2.

Tal com explicita l'anterior paràgraf, si les entitats adherides aporten un gran nombre de peces que siguin utilitzades per altres mitjans, els prestadors poden obtenir benefici de l'aportació de notícies a la xarxa. D'aquesta manera, **l'intercanvi de notícies esdevé una font d'ingressos per a les televisions de proximitat** que n'estimula la participació, tal com s'ha corroborat durant les entrevistes als gestors dels prestadors i en l'observació no-participant.

La revisió del Protocol de 2015 estipula que les peces aportades per una entitat i que tinguin com a mínim una descàrrega per part d'una altre entitat, es retribueixen amb 40€. Si la peça assoleixi una difusió d'àmbit nacional o si La Xarxa ha encarregat expressament la peça, aquesta es paga a 50€ entre setmana, i a 80€ el cap de setmana. L'augment de la retribució per a les peces de cap de setmana rau en la consciència de les dificultats per cobrir els dies festius per part de les televisions de proximitat, i en la voluntat d'estimular aquesta cobertura com explica Joan Besson (2015), assessor de La Xarxa, en una entrevista personal.

La contribució mínima es determina de forma proporcional al preu de tarifa i es computa mensualment. En el cas que l'entitat no assoleixi durant el mes el nombre mínim de contribucions, el saldo negatiu s'acumula al mes següent i així fins a un màxim d'acumulació d'un trimestre. D'aquesta manera, es poden compensar els mesos més fluixos, com ha passat a alguns dels prestadors consultats.

5.6.5. L'oferta informativa de La Xarxa

La Xarxa produeix diàriament un informatiu generalista, que es nodreix de les informacions que produeixen els prestadors del territori. A banda, el personal propi de La Xarxa, format per una seixantena de persones, té capacitat per produir informacions d'interès general des de la seu central.

L'annex 3 del Protocol es refereix a l'oferta de continguts sindicats, és a dir, l'oferta de continguts fruit d'una decisió editorial compartida, considerada d'interès públic, centrada en continguts informatius, divulgatius i d'entreteniment, de la qual les entitats poden disposar i emetre d'acord amb els seus interessos de programació.

Cada contingut de La Xarxa té una fitxa-contracte on hi consta informació del programa i les condicions d'ús. La tarifa per a poder utilitzar aquest servei està inclosa en els serveis generals. Pel que fa als informatius, hi consta la programació d'informació general i esportiva diària, elaborada per la redacció central conjuntament amb els mitjans de les entitats adherides al protocol.

Els continguts informatius que produeix La Xarxa, i que les entitats televisives adherides poden emetre de manera sincrònica, són:

- ✓ Notícies en xarxa matí. De 7 a 9h es ressegueix la primera línia d'actualitat. El programa s'articula en franges de 30 minuts en què es combina el repàs a l'actualitat del territori, la informació de servei i el resum de premsa local i comarcal. Aquesta fórmula permet les desconnexions per part dels mitjans locals que l'emeten.
- ✓ L'entrevista. De 9 a 10h del matí s'ofereix un espai en el qual es convida a un personatge relacionat amb l'actualitat, preferentment municipal i comarcal. Els alcaldes catalans són sovint els protagonistes d'aquest espai.
- ✓ Al Dia Migdia. De 14 a 14.30h l'informatiu de La Xarxa ofereix un resum dels fets més destacats de l'actualitat de Catalunya, d'Espanya i del món. Aquest informatiu es va deixar d'emetre el 29 d'abril de 2016, per raons que s'exposen a continuació.
- ✓ Notícies en xarxa vespre. De 19 a 19.30h s'ofereix un informatiu per a televisió i per ràdio, que repassa l'actualitat de la jornada, especialment centrat en temàtiques que afecten tot Catalunya i els diferents territoris del Principat.

Tant l'informatiu del matí com el del vespre poden ser emesos per televisió i per ràdio. Els programes es produeixen des de la redacció central de La Xarxa en col·laboració amb els serveis informatius de les televisions adherides, les quals els nodreixen amb peces informatives.

Durant el treball de camp realitzat per a aquesta recerca, alguns prestadors s'han queixat del criteri que té la Xarxa per a escollir els temes noticiables a l'informatiu generalista ja que consideren que són canviants i que no hi ha una línia editorial clara. Alguns prestadors expliquen que La Xarxa ha anat rebaixant les cobertures pròpies i que fa menys temàtiques pròpies generalistes d'àmbit català, que podrien ser útils per a complementar informacions del territori.

L'informatiu Al Dia Migdia ha estat durant anys un dels espais de notícies que ofereix La Xarxa a les adherides. En tractar-se d'un informatiu que s'emetia a les 14h, a alguns prestadors els coincidia amb l'hora del telenotícies de proximitat i, per tant, no el programaven. D'altres optaven per no difondre'l en considerar que la informació local era la que l'audiència esperava d'un prestador de proximitat, i no informació d'àmbit més generalista.

Per aquest motiu, eren poques les televisions que l'emetien (tan sols 22 de 49, segons dades de La Xarxa, una xifra baixa si tenim en compte que són 34 els prestadors que emeten les notícies del matí, per exemple). L'entitat va detectar, quantitativament i qualitativa, que interessava més el contingut pròxim al territori i va optar per deixar de produir aquest informatiu i potenciar espais

de notícies de proximitat.

El 2016, La Xarxa ha apostat per impulsar els informatius territorials, produïts per diverses televisions agrupades per àrees territorials. El pioner va ser el de Girona, que es va començar a emetre quan La Xarxa encara distribuïa l'Al Dia Migdia a mode de prova pilot. Aquest espai era produït per Olot TV, Televisió del Ripollès, Televisió de Girona, Banyoles TV, Empordà TV, Costa Brava, Canal 10 Empordà. Aquest programa s'anomena Al Dia Comarques de Girona i s'emet a les 22h.

En aquest cas, Televisió de Girona s'encarrega de la coordinació i presentació de l'informatiu, per la qual rep una subvenció provinent de La Xarxa. Les televisions que hi aporten contingut ho fan igualment a través de la plataforma XN, de manera que cobren en funció de les descàrregues, amb l'avantatge que en tractar-se d'un informatiu de proximitat hi ha més possibilitat que les notícies aportades siguin d'interès per a l'informatiu.

Aquesta manera de funcionar és similar a la que ja s'havia encetat quan La Xarxa incitava els prestadors a agrupar-se per produir el programa La 7mana, que tenia una periodicitat setmanal i que oferia reportatges dels diversos territoris de Catalunya. Generalment, una televisió s'encarregava de coordinar l'espai (a la qual La Xarxa assignava més recursos), mentre que les altres hi aportaven contingut. En són exemples La 7mana Penedès-Garraf, La 7mana Girona, la 7mana Radial, La 7mana Vallès Occidental o La 7mana Catalunya Central. En cap d'aquestes col·laboracions es té en compte si els prestadors que hi participen són públics o privats, ja que la col·laboració es desenvolupa en els mateixos termes. En alguns casos, la producció d'aquest programa s'ha substituït per la producció dels informatius de proximitat ja mencionats.

5.7. La innovació a La Xarxa

5.7.1. Adaptació a la convergència tecnològica

L'any 2012, la XTVL, COMRàdio i el diari digital La Malla es van integrar a La Xarxa, una plataforma de distribució de continguts mitjans locals, sense perfil finalista. Va ser la culminació d'un procés per integrar en una única marca totes les entitats de suport a l'audiovisual local impulsades per la Diputació de Barcelona.

El desembre de 2012 es van publicar els estatuts de la societat mercantil Xarxa Audiovisual Local SL al Butlletí Oficial de la Província de Barcelona¹²³. Aquests estatuts, estipulen el funcionament

¹²³ <https://bop.diba.cat/scripts/ftpisa.asp?fnew?bop2012&12/022012028159.pdf>

de la societat mercantil, com a entitat de suport als mitjans de comunicació catalans.

La Societat té per objecte la prestació i gestió del servei públic de caràcter econòmic, de desenvolupament de les activitats vinculades al foment i promoció de la comunicació local, i en concret les següents:

a) L'adquisició, realització, producció, distribució i explotació, sota qualsevol forma, de programes de ràdio, televisió i notícies, així com en general, de drets de propietat intel·lectual i continguts de caràcter audiovisual, interactius i/o multimèdia, per satèl·lit, cable i internet o en qualsevol altre suport de difusió.

b) La prestació de serveis d'agència de notícies i serveis de comunicació a les administracions locals o d'altres, i en general als ens públics i privats.

c) La prestació de serveis de formació i d'assessorament a tercers en relació amb les activitats anteriors.

d) I, en general, totes les activitats relatives a l'àmbit de la comunicació local. Article 2. Estatuts de la Xarxa Audiovisual Local SL.

D'aquesta manera, La Xarxa actua com una plataforma d'intercanvi i suport als mitjans de comunicació de proximitat amb plena adaptació a la convergència tecnològica. Molts mitjans de proximitat integren redaccions convergents de televisió, ràdio i web, de manera que els periodistes cobreixen les informacions i les distribueixen per les tres plataformes.

La Xarxa posa a disposició dels mitjans adherits diverses eines per distribuir i compartir continguts de manera sincrònica i asincrònica. En el cas de les televisions, la plataforma de distribució asincrònica és el sistema informàtic anomenat XIP. Aquest sistema ha permès durant anys un intercanvi de continguts per Internet entre la xarxa i les televisions, així com entre les mateixes emissores. D'aquesta manera, es faciliten els traspassos entre tots els agents de la xarxa i el sistema esdevé menys centralista que en la distribució per satèl·lit que es feia servir fins aleshores (Guimerà i Alonso, 2014). "La creixent aportació de continguts detectada a partir de 2009 no es pot explicar sense aquesta tecnologia" (Guimerà i Alonso, 2014: 6).

Quant a les ràdios, la distribució asincrònica tenia lloc a través de la plataforma web la Sindicada. No obstant, els continguts han anat adquirint progressivament una dimensió multimèdia amb la incorporació de programes amb un doble format (radiofònic i televisiu). Per respondre a les necessitats d'immediatesa i convergència, l'estiu de 2016 La Xarxa fa la migració completa del satèl·lit a la fibra òptica com a tecnologia per a transmetre els continguts, tant de manera sincrònica com asincrònica. D'aquesta manera, la distribució dels continguts es pot

descentralitzar del tot i permet disposar de més interactivitat. Així s'introdueix més flexibilitat, s'augmenta la col·laboració entre els prestadors, es redueixen els costos de distribució i s'eviten els retards inherents al satèl·lit, segons ha explicat Miquel Cabesany, cap de tecnologia de La Xarxa, que ha presentat l'eina al Mercat de l'Audiovisual de Catalunya 2016.

A més, en el context de posar noves eines tecnològiques al servei de la comunicació de proximitat, La Xarxa ha creat una nova plataforma per possibilitar un intercanvi de continguts més eficient que s'ha posat en marxa durant l'estiu de 2016. Es tracta d'una interfície que unifica les que existien, com la Xarxa de Notícies (XN) per informatius de televisió, la Sindicada per ràdio o la Extranet per a programes. Aquesta eina permet més agilitat i interacció, i ha estat presentada per Miquel Herrada, cap de mitjans digitals de La Xarxa, al Mercat de l'Audiovisual de Catalunya 2016.

Cal destacar que La Xarxa ha liderat la incorporació de les televisions de proximitat a la televisió connectada. Al llarg del 2016, La Xarxa ha negociat amb Movistar+ disposar d'un canal de televisió propi. Aquest canal es nodreix de contingut produït pels prestadors de proximitat i per la pròpia estructura de La Xarxa. Aquesta opció permet donar visibilitat a la comunicació local, però per altra banda no garanteix que els espectadors puguin veure els canals de la seva àrea de proximitat, que era el desig inicial dels propis prestadors.

Cal esmentar que l'article 66 de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya estipula les obligacions de transmissió obligatòria.

Els distribuïdors de serveis de comunicació audiovisual tenen, com a obligació de servei públic, el deure de transmetre els canals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i dels ens locals gestors del servei públic de la seva demarcació originàriament distribuïts per sistemes de radiodifusió terrestre. Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya. Article 66.

L'acord de Movistar+ i La Xarxa compleix parcialment la normativa, però no emet íntegrament els canals públics locals de cada àrea.

5.7.2. Transferència tecnològica i entorn on-line

L'annex 3 del Protocol estipula que cada entitat podrà tenir accés al servei de la plataforma Xiptv amb la finalitat que pugui difondre els seus continguts a través d'una plataforma de televisió per Internet, per una tarifa de 300€ al mes. D'aquesta manera, utilitzant la mateixa plantilla, els prestadors de televisió es poden aprofitar del desenvolupament tecnològic de La Xarxa per ser presents a l'entorn on-line.

Alguns prestadors de proximitat s'acullen a aquest servei, però a més a més disposen de pàgines web pròpies, que els permeten més flexibilitat a l'hora de penjar les informacions en diferents formats. Malgrat que el Xiptv permet personalitzar el canal de televisió per Internet, les possibilitats es basen en les opcions que dóna la plantilla. Altres canals no utilitzen aquest servei de La Xarxa i compten únicament amb pàgines web pròpies.

Segons l'annex 5, referent als Sistemes Tècnics, la XAL pot posar a disposició de les entitats adherides, en la mesura que el desenvolupament tecnològic ho permeti, altres eines de gestió i/o serveis de tipus tècnic addicionals. El 2015, La Xarxa ja estava implementant la tecnologia HBbtv en algunes televisions, com és el cas de TAC12 i Canal Terrassa Vallès, la qual dóna informació sobre les audiències dels canals locals. No seria possible que els prestadors de proximitat desenvolupessin aquests sistemes de manera autònoma. La Xarxa és la via per tal que les televisions de proximitat no pateixin una obsolescència tecnològica i es puguin adaptar a l'era digital a través de noves tecnologies i plataformes.

Aquests desenvolupaments són molt útils per als mitjans de proximitat i en concret per als prestadors que conformen l'objecte d'estudi de la tesi. Aquests canals no tenen capacitat suficient per a explorar en la innovació tecnològica, excepte en el cas de Barcelona Televisió que, com s'ha esmentat en el Capítol 4, sí que hi destina pressupost.

5.8. La relació entre les televisions públiques de proximitat i La Xarxa

Aquest apartat pretén explicar la relació entre els prestadors que conformen l'objecte d'estudi i la plataforma d'intercanvi de continguts. Es tracta de recollir els resultats obtinguts en el treball de camp, especialment de les entrevistes semi-estructurades, l'observació no-participant i el focus grup. Es repassaran alguns dels casos significatius per il·lustrar aquesta relació, que no és homogènia.

5.8.1. La Xarxa com a complement de la graella i dels informatius

La major part dels prestadors públics de proximitat utilitzen les informacions que obtenen de La Xarxa, compartides per part d'altres entitats adherides o produïdes pels recursos propis de l'ens, per a complementar les informacions de proximitat als seus informatius. El sistema d'intercanvi de notícies funciona de manera que un responsable de les emissores penja les previsions per l'endemà a la intranet de La Xarxa. Des de l'entitat poden fer peticions si hi ha alguna temàtica que no està a les previsions i que podria ser d'interès.

En general, les emissores procuren aportar les informacions que demana La Xarxa i emetre-les per a l'informatiu propi ja que són rellevants per al territori, sempre prioritant la seva agenda

pròpia i la correcta cobertura de la seva àrea. La Xarxa no necessàriament cobreix sempre les temàtiques que demanen les televisions del territori, especialment des que ha rebaixat els volums de producció pròpia.

Per posar alguns exemples, es pot esmentar el cas de Canal 10Empordà, que utilitza algunes notícies de la plataforma XN per a l'informatiu, en concret, entre sis i vuit minuts diaris. D'aquesta manera, l'emissora pot aportar una dimensió comarcal a l'informatiu a través de La Xarxa. El canal també proveeix informació a La Xarxa, com és el cas d'un reportatge mensual per al programa La 7mana i peces informatives, a vegades a petició. A més, participa en l'informatiu de proximitat que elaboren conjuntament diverses televisions de la província de Girona.

TAC 12 utilitza poques notícies de la XN. Només les agafen si tenen relació directa amb Tarragona i no ho poden anar a cobrir. Quan els interessa emetre una notícia que té lloc fora de l'àrea de cobertura, en la mesura del possible intenten desplaçar-s'hi, com és el cas de decisions que es prenen al Parlament però que tenen una incidència directa en el territori tarragoní. L'emissora participa activament a la xarxa d'intercanvi i proporciona contingut a la plataforma, entre tres i quatre peces d'esport al dia, i entre sis i set peces informatives diàries.

Aquesta emissora del Tarragonès també produeix el programa La 7mana, que incorpora reportatges del territori, en aquest cas dos del seu territori i dos provinents d'altres televisions, finançat per La Xarxa. També són coproductors del programa Dosos Amunt. Es tracta del programa de castells que produeix La Xarxa amb sinergies amb altres televisions, des que ja no es distribueix el programa Va de Castells, que realitza Penedès TV. Per a elaborar el programa actual, La Xarxa col·labora amb les televisions del territori (TAC12, Penedès TV i Canal Blau), i les retransmissions en directe les coordinen des de Tarragona. TAC12 emet 5 programes distribuïts per La Xarxa, la majoria produïts per televisions locals. TAC12 és una emissora fortament activa a La Xarxa, ja que forma part d'una comissió d'assessorament com a representant de les televisions públiques de proximitat, juntament amb les privades Esplugues TV i El Segre. També col·laboren en el desenvolupament tecnològic, com és el cas de la implantació del botó vermell per a la televisió connectada.

Penedès TV, malgrat que als inicis tenia una vocació comarcal, cobreix l'àrea local de Vilafranca del Penedès després de no aconseguir suports d'altres municipis ni tampoc del Consell Comarcal. Es fa una excepció sempre que La Xarxa demana una informació de l'Alt Penedès, però no d'altres comarques per evitar la interferència amb d'altres territoris.

Tradicionalment, Vilafranca Televisió produïa tres programes distribuïts per la xarxa d'intercanvi, a banda de ser emesos per la televisió local. Es tracta d'un programa de solidaritat,

un de castells i un de llibres. Aquests programes eren coproduïts per La Xarxa, que en finançava la meitat del seu cost, però es van deixar de coproduir després del pas al model de “contenidors”, en què no s’encarregava cap programa íntegrament a les televisions.

En el cas dels programes de castells, hi ha un factor identitari que fa difícil emetre un programa d’aquesta temàtica en altres zones del territori on hi ha colles castelleres, ja que cada televisió tendeix a representar la colla castellera de la seva ciutat i la identitat municipal, com es fa palès en les retransmissions. Des de La Xarxa, en lloc de finançar el programa Va de Castells, van decidir potenciar les retransmissions de les diades en directe, en la realització de les quals es comptaria amb Penedès TV per les quals rebrien una aportació econòmica. D’aquesta manera podrien seguir finançant el programa Va de Castells, que depenia en bona part de l’aportació de la XAL.

Malgrat això, des del prestador consideren que La Xarxa no ha comptat amb la seva unitat mòbil tant com esperaven, i l’import que ha pagat es considera insuficient. La Xarxa va passar a produir el programa Dosis Amunt per a cobrir l’actualitat castellera, però Penedès TV va optar per seguir realitzant el Va de castells, com a buc insígnia de la televisió. Durant uns mesos, Penedès TV va tenir una relació complicada amb La Xarxa per un malentès originat per la cobertura d’una diada castellera. Una vegada aclarida la situació, el prestador va tornar a participar en la XN com ho feia habitualment.

Antigament, La Xarxa potenciava aquells programes que cada territori ja produïa, amb els quals tenia expertesa i oferia qualitat. En el cas de Penedès TV era el Va de Castells i el fet de difondre’l per La Xarxa era un incentiu per augmentar-ne la qualitat, i també un incentiu econòmic. Penedès TV observava quins canals emetien el Va de Castells per tal d’emetre també algun programa produït per ells. D’aquesta manera, hi havia una relació de reciprocitat en l’emissió de programes de les diferents televisions.

Des de la gerència del prestador consideren que el model en el qual cada canal oferia un programa del qual n’era expert es va perdre amb la fórmula dels “contenidors”, que no fa que cada territori potenciï els seus programes. Penedès TV segueix emetent continguts de La Xarxa per seguir participant en l’intercanvi i per l’aportació econòmica que els suposa.

El prestador també participa en l’elaboració de La 7mana Penedès-Garraf, que aplega reportatges de Canal Blau i Penedès TV (dos de cada televisió, sota la coordinació i presentació de Canal Blau), pel qual Penedès TV rep un import setmanal. Sobre aquest programa, diversos prestadors argumenten que, més que reportatges en profunditat, es tracta d’una agrupació de notícies llargues del que ha succeït durant la setmana, donades les limitacions de la producció

que tenen les televisions.

Des de Penedès TV aporten a La Xarxa més d'una notícia diària de mitjana (entre 35 i 37 notícies al mes), segons dades facilitades pel prestador. Això els suposa una ajuda econòmica, especialment tenint en compte que aquests temes els cobririen de totes maneres per interès propi del prestador i, pel fet de compartir-los, reben una aportació econòmica. A vegades cobreixen temes a petició de La Xarxa, en alguns casos per interès de l'entitat o a petició de TV3, tal com s'explicarà de manera aprofundida en el següent capítol d'aquest treball.

Amb la convergència tecnològica, la major part de mitjans locals engloben projectes de ràdio i televisió. Després del tancament de COM ràdio i la integració de totes les ràdios a La Xarxa, alguns prestadors consideren que caldria un criteri més sòlid per saber què s'ha de cobrir i què no, i ens quins casos. Com a exemple es pot mencionar el cas de proveir una informació a la xarxa que sigui emesa abans per una ràdio de la comarca que per la pròpia televisió que l'ha aportada, per un motiu de rutines informatives. Des de la gerència dels prestadors no els sembla bé que algú altre del territori pugui emetre una informació abans que la televisió que l'ha elaborada, una situació que es pot donar des que les ràdios han entrat en el sistema d'intercanvi de notícies.

Pel que fa a Televisió L'Hospitalet, tot i que no emet l'informatiu de La Xarxa, sí que difon alguns programes i participa de manera activa en l'intercanvi de peces informatives. La Xarxa sol demanar informacions a aquest prestador a petició de TV3, especialment pel que fa a actualitat esportiva o informacions sobre jutjats, donat que la Ciutat de la Justícia s'ubica en aquesta ciutat. Generalment demanen imatges en brut (no editades) o declaracions.

Canal Terrassa Vallès va produir durant 11 anys el programa Escenaris, cofinançat per La Xarxa. Aquest es va deixar de produir i s'ha procurat compensar a través de la descàrrega de peces informatives. Els professionals de la televisió han passat a ser més constants en la cobertura de notícies fora de la ciutat, ja que s'han compromès a cobrir tota la comarca del Vallès Occidental per La Xarxa i a aportar el contingut a aquesta plataforma d'intercanvi, per tal de poder rebre una aportació econòmica en contrapartida, tal com estipula el Protocol.

Els prestadors consideren La Xarxa com una font necessària d'entreteniment, sobretot per als caps de setmana i l'estiu, quan les emissores tenen menys cobertura informativa. D'aquesta manera, la plataforma serveix per complementar el contingut de la graella de les emissores locals. Es tracta d'oferir informació generalista complementària breu en una televisió local, ja que no tindria sentit nodrir la graella d'una televisió local d'informació generalista.

Els prestadors veuen La Xarxa com un recurs econòmic. De fet, els que més hi participen són els

que passen situacions econòmiques més precàries, i sovint en depenen. Els canvis de criteris de La Xarxa no són ben vistos per les televisions de proximitat. Els gestors de les televisions consideren que la programació pròpia és la que respon als interessos de l'audiència, i que el contingut intercanviat o produït per aquesta plataforma és un complement en horaris de baixa audiència. També consideren que les facilitats de La Xarxa de proporcionar pàgines web per operar televisió per Internet ha pogut ser un factor decisiu per tal que alguns ajuntaments hagin posat en marxa canals públics on-line en lloc de formar part d'un Consorci.

Alguns prestadors fan equilibris per satisfer la voluntat l'Ajuntament que finança majoritàriament el mitjà, i té interès en què el canal emeti informació eminentment de proximitat; i el fet de formar part d'una xarxa d'intercanvi en la qual alguns dels continguts que es proveeixen no són de caire estrictament local, però amb avantatges destacables per a les TDT-L.

5.8.2. BTV i La Xarxa: una relació distant

BTV vol marcar un perfil propi i això es reflecteix en la relació amb La Xarxa. La col·laboració entre aquest prestador i l'entitat no és tan estreta com en el cas de les altres televisions públiques de proximitat. BTV participa en l'intercanvi de notícies a través de la plataforma XN, però no en l'intercanvi d'altres continguts, com és el cas dels programes. Si la Xarxa demana algun contingut, BTV només el cobreix si ja tenia previst anar-hi, perquè des del prestador volen oferir el contingut de què disposen però no estar al servei a les televisions locals ni de La Xarxa.

Consideren que la rutina d'enviar les previsions amb antelació està més adaptada als mitjans més petits. Argumenten que per a BTV és difícil preveure les previsions la nit abans. El prestador no utilitza informació generalista de La Xarxa perquè té un conveni bilateral amb TV3. Així doncs, en lloc de potenciar la relació amb La Xarxa, ho fan amb TV3, perquè consideren que tenen interessos i rutines més semblants que amb La Xarxa.

La cooperació és complicada ja que des del prestador durant anys han considerat que tenien agendas diferents. Tampoc hi ajuda el fet que en alguns períodes, el canal s'ha vist perjudicat per les tarifes de La Xarxa, i durant algun lapse temporal li ha suposat pèrdues donat que hi aportava poc contingut. BTV té els recursos per innovar i, de fet, és una prioritat per a l'emissora. Per aquest motiu vol marcar un perfil propi. Les iniciatives de desenvolupament tecnològic del canal no s'emprenen de manera coordinada amb La Xarxa i, per tant, hi ha poca transferència d'innovació cap als altres canals locals.

Malgrat aquest marcat perfil propi, la direcció del canal a partir de 2015, amb Sergi Vicente al capdavant, s'ha proposat intensificar les relacions amb La Xarxa i augmentar la col·laboració.

5.8.3. El viratge de Televisió Badalona

En l'etapa en què Televisió Badalona era gestionada per Alberto Fernández Saltiveri, la relació amb La Xarxa va esdevenir distant. Fernández (2013) va explicar en una entrevista personal que bona part dels continguts que proporcionava la xarxa eren de baixa qualitat, comparat amb els estàndards que havia assolit el canal.

El gerent considerava que els informatius produïts per l'entitat no eren d'interès per als habitants de Badalona, ja que hi sortien informacions locals d'altres municipis poc rellevants en l'àmbit local. Per això, va optar per no emetre'ls (excepte el cap de setmana) i, en canvi, afegir algunes informacions generalistes a l'informatiu propi que poguessin tenir interès per a la seva audiència. Fernández va assegurar que eren capaços de fer una televisió local sense La Xarxa.

Durant l'etapa mencionada, des del prestador es mostraven en desacord amb el funcionament de La Xarxa, en considerar que no tenia sentit intercanviar continguts de proximitat que no interessaven als altres territoris. Aquests punts de vista van canviar amb el traspàs de gerència, ja que Josep Viñeta, nomenat el juliol de 2015, va decidir intensificar les relacions amb La Xarxa i tornar a impulsar una relació de cooperació que havia minvat.

5.9. La Xarxa com a dinamitzador del sector de proximitat: reptes i oportunitats

En aquest apartat s'ha fet un repàs en l'evolució de La Xarxa en relació als prestadors públics. Es destaca que La Xarxa és un dinamitzador del sector televisiu de proximitat, tant pel que fa als serveis oferts (assessorament jurídic, formació, innovació) com per catalitzar la cooperació. L'entitat és rellevant perquè permet articular una xarxa per intercanviar continguts que complementen la graella dels prestadors de proximitat, i és un recurs econòmic per als prestadors que reben contrapartides en funció del contingut aportat i descarregat per les altres cadenes.

Aquest ens també permet capitanejar el desenvolupament tecnològic, per tal que els prestadors de proximitat no quedin al marge d'unes innovacions a les quals un sector local econòmicament debilitat no podrien fer front. Ara bé, La Xarxa ha d'encarar reptes, com ara fer més horitzontal una presa de decisions en la qual els prestadors manifesten que han perdut veu, i establir una línia i uns objectius estratègics clars poc fluctuants ni subjectes a les decisions a curt termini, que poden despistar el sector. Es fa palès que en el sector de la comunicació de proximitat hi tenen pes les relacions personals, que haurien de quedar al marge de les estratègies de l'ens per garantir una distribució equitativa dels recursos.

Cada prestador del territori hauria de ser capaç d'aprofitar els seus recursos i experteses per

produir programació que pugui ser compartida i que pugui complementar les graelles d'altres prestadors, en la línia ja engegada de potenciar la cooperació per territoris. D'aquesta manera es poden compartir recursos i continguts, sense caure en el parany d'oferir una programació excessivament generalista que no seria l'objectiu de la comunicació de proximitat.

5.10. La Xarxa i la configuració d'un model *bottom up*

Des dels anys 90 es van impulsar a Catalunya xarxes públiques de distribució i intercanvi de continguts entre les televisions locals. Aquestes xarxes han tingut un paper rellevant en el creixement de les televisions locals que han emès periòdicament, ja que amb els continguts aportats i intercanviats, els prestadors poden completar la graella televisiva a preus baixos (Guimerà, 2007), i obtenir ingressos en funció del contingut aportat.

Després de la digitalització, es va intensificar l'ús de les xarxes d'intercanvi de continguts, a través de La Xarxa (antigament Xarxa de Televisions Locals, XTVL) i de Comunicàlia. Totes dues plataformes estaven impulsades per diputacions provincials i, davant el tancament de Comunicàlia, és La Xarxa l'ens que ha capitanejat l'intercanvi de continguts de proximitat, i ha prestat serveis de suport als prestadors audiovisuals de proximitat de Catalunya com ara formació, ajuda tècnica o serveis jurídics. El sistema d'intercanvi ha intensificat la seva activitat des maig de 2012, fruit d'un conveni marc de col·laboració amb un actor de vital importància en el sistema públic: el prestador d'àmbit català (TV3), com s'aprofundirà en el següent capítol.

Partint de les iniciatives ciutadanes i bàsicament comunitàries, s'ha construït un model espontani i genuí de televisió de proximitat, que posteriorment s'ha reorganitzat i professionalitzat. En aquest model, és especialment destacable la configuració d'estructures d'intercanvi de contingut com La Xarxa, que n'augmenten l'eficiència, permeten optimitzar la cobertura informativa de proximitat i afavoreixen la cooperació en el sector.

Es pot considerar el model català de televisió de proximitat com a *bottom up* o des de la base. Els canals de televisió han obtingut empara legal, s'han professionalitzat i han articulat sistemes per fer funcionar de manera eficient un flux constant d'intercanvi de contingut i cooperació. En aquesta organització del model, La Xarxa conforma un engranatge per a constituir una via de col·laboració sòlida i eficient.

Aquest model té semblances amb el funcionament de la televisió pública als Estats Units, que és el resultat d'una suma de les televisions de proximitat que intercanvien continguts. Aquest cas s'ha analitzat en profunditat fruit d'una estada de recerca al país feta a propòsit de la recerca, per observar un dels models televisius de referència en el funcionament en xarxa (*network*). Es tracta d'un model eminentment local, en el qual els prestadors complementen la producció

pròpia -generalment basada en temàtiques de proximitat- amb els programes intercanviats mitjançant una xarxa, malgrat que en el cas nord-americà són uns pocs prestadors els que concentren la major part de la producció.

En canvi, es tracta d'un model força diferent a altres territoris d'envergadura similar, com és el cas d'Escòcia, amb el qual també es comparteixen característiques de base com ara la configuració d'un espai comunicatiu propi diferent del de l'Estat al qual formen part. En aquest cas, en canvi, el model és *top down* o de dalt abaix, en el qual una empresa regional s'està implantant a nivell local. En el sistema televisiu escocès, que s'ha pogut investigar durant una estada de recerca, l'intercanvi de contingut es dona dins l'empresa, però no permet articular una cooperació constant en un sector tan divers, nombrós i heterogeni com és el cas català. S'aprofundirà en els dos models internacionals de referència d'aquest treball d'investigació al Capítol 7 del treball.

Capítol 6. La informació de proximitat a TV3 i el conveni amb La Xarxa

6.1. Introducció a TV3

L'oferta televisiva de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) està formada per TV3, el prestador públic generalista de Catalunya; el canal 3/24, que emet informació; el canal Super3 i el Canal 33, que comparteixen programa del MUX per a contingut infantil i cultural; el canal Esport3, basat en contingut esportiu; TV3CAT, el canal internacional que es pot veure fora de Catalunya¹²⁴; i TV3HD, que emet simultàniament la programació de TV3 en alta definició.

El Mandat marc del sistema públic audiovisual¹²⁵, aprovat pel Parlament, estipula -d'acord amb el que estableix la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya- que el servei públic té els objectius de garantir la qualitat informativa, el pluralisme i la igualtat entre homes i dones, la promoció de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès, la diversitat i la cohesió social, la difusió del coneixement, la potenciació de la indústria audiovisual, la transició a la Televisió Digital Terrestre, l'accés universal als continguts, la protecció de la infància i la joventut, així com la professionalitat, la independència i la responsabilitat. Es tracta del primer Mandat marc del sistema públic audiovisual, aprovat el 2010 i publicat el 22 de febrer del 2010 al Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya, amb una vigència de 6 anys (per tant, tot el període analitzat en la tesi doctoral).

El Contracte-programa per al període 2013-2016 no va ser aprovat, tot i que l'esborrany que es negociava amb el Comitè d'Empresa concretava un model organitzatiu basat en la unificació de societats. Es pretenia superar la gestió diferenciada per mitjans i prioritzar una visió multiplataforma de la creació i la distribució de continguts per tal de simplificar l'estructura organitzativa. El darrer Contracte-programa de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió de Catalunya es va aprovar per al període 2006-2009, en el qual es definien els objectius i els valors del servei públic de Catalunya en tres punts:

- Reflectir la diversitat, i garantir la pluralitat i la universalitat.

¹²⁴ Aquest canal emet únicament per Internet, després que l'1 de maig de 2012 se substituís l'emissió internacional per satèl·lit per l'emissió on-line, en el marc de les retallades de la CCMA. La corporació va decidir abandonar les plataformes Astra i Hispasat, que utilitzava des de 1997 per fer arribar els seus continguts als catalans escampats per Europa i Amèrica. Es va mantenir l'emissió a les xarxes de televisió per cable i ADSL, com Imagenio i Ono, per tal que TV3CAT es pogués veure a l'Estat espanyol.

¹²⁵ <https://drive.google.com/file/d/0B5wYznRJmjaTRGINazBRczBsMFE/view> [darrera consulta: 28/06/2016].

- Reforçar la identitat nacional catalana i el compromís cívic.
- Ser referent de qualitat.

Des de 2009, la Corporació no ha aprovat un nou contracte programa i, per tant, li manca un marc estable que estipuli els objectius i el finançament de l'ens. Aquesta situació és especialment greu si es té en compte que s'incompleix la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, que estipula en l'article 30.2, corresponent al servei públic audiovisual competència de la Generalitat, que el contingut del Mandat marc s'ha de desenvolupar en el corresponent Contracte-programa, "el qual ha d'establir de manera concreta i precisa els objectius per un període de vigència de quatre anys revisable cada dos anys" (Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, article 20.2).

El Contracte-programa corresponent al període 2013-2016 es va negociar i va arribar fins al final de la tramitació i es va sotmetre a informació pública¹²⁶. No obstant, finalment no hi va haver un acord definitiu entre el govern i la CCMA sobre les aportacions públiques. El document constava de dues parts: una corresponent a l'acompliment d'objectius i una altra de pressupostària. Tot i que no es va arribar a signar, des de la CCMA asseguren que s'ha assumit el compromís de complir amb la part relacionada amb els objectius, és a dir, el vessant més estratègic.

Les dificultats pressupostàries han complicat la signatura del Contracte-programa. El fet de no disposar d'aquest document fa que la CCMA estigui pendent de la Llei de Pressupostos per conèixer la partida que rebrà, de manera que la incertesa és major.

6.1.1. La informació a TV3

TV3 emet dos telenotícies generalistes (el Telenotícies Migdia -TN Migdia- i el Telenotícies Vespre -TN Vespre-) i un telenotícies que conté bàsicament informació de proximitat (el Telenotícies Comarques --N Comarques-), que precedeix el TN Migdia. A banda de la presència al territori a través de programes d'altres formats com Divendres, El Foraster o Espai Terra, els continguts més propers al territori es troben recollits principalment al TN Comarques i, en menys mesura, als altres telenotícies de la cadena.

A nivell informatiu, TV3 explica als ciutadans el que passa a Catalunya i a fora, interpretant-ho

¹²⁶ La informació sobre l'estat de la qüestió de la tramitació del Contracte-programa de la CCMA es basa en una conversa telefònica mantinguda amb Andreu J. Martínez i Hernández, director d'Estratègia Corporativa i de Recursos Humans de la CCMA, el 15/07/2015.

des d'una òptica catalana, amb rigor, professionalitat i pluralitat, segons va explicar Eugeni Sallent (2015), director de TV3, en una entrevista personal feta en motiu d'aquesta recerca. El prestador difon informació dels diferents nivells geogràfics -internacional, estatal, nacional i local-, en català.

La informació té una òptica catalana, és a dir, s'explica tenint en compte allò que afecta el Principat, sense deixar de banda la informació internacional. S'entén òptica, en sentint figurat, com a punt de vista o manera de veure una cosa -segons el Gran diccionari de la llengua catalana- i s'aplica en aquest cas al fet d'explicar notícies de Catalunya i d'altres indrets des d'un punt de vista català: és a dir, tenint en compte allò que afecta el territori català, i mirant de relacionar allò que passa fora amb l'afectació que pot tenir al Principat. El Telenotícies Comarques és el buc insígnia de TV3 en quant a la informació de proximitat: "L'objectiu d'aquest informatiu és fer visibles els diferents territoris" (Sallent, 2015, entrevista personal). La informació de proximitat és bàsica per a TV3, per tal que els ciutadans de Catalunya sàpiguen què passa al costat de casa seva. El subcap d'informatius, Sífrid Gras (2015) va explicar en una entrevista personal que la proximitat és clau per l'èxit de TV3, i que la cadena no es pot concebre sense fer informació de proximitat.

La possibilitat de TV3 d'oferir informació de tots els nivells des d'una òptica catalana en tots els seus espais informatius té valor, especialment, a l'hora de construir l'espai català de comunicació. Aquest element divergeix del que succeeix en altres territoris, com per exemple Escòcia, on l'espai comunicatiu està caracteritzat per la manca d'un informatiu generalista que emeti informació des de l'àmbit internacional fins al local, amb un punt de vista escocès. En aquest cas algunes demandes històriques reclamaven l'existència del que s'anomenava *The Scottish Six*. Es pretenia que la BBC Scotland difongués un informatiu en horari de màxima audiència o *prime time*, que emetés informacions generalistes i també de proximitat produït des d'Escòcia i amb les informacions explicades des d'una òptica escocesa. Malgrat aquests clams per part d'experts en el sector, la regió no disposa d'un informatiu generalista propi, sinó d'un informatiu generalista per a tot el Regne Unit, seguit d'un telenotícies regional específic amb informacions per a l'àrea.

A banda, el canal BBC Alba, creat l'any 2008, emet un telenotícies amb informació a tots els nivells des d'una òptica escocesa, però es tracta d'un canal minoritari que pretén representar la llengua gaèlica, que només és compresa per un 2% de la població. Així doncs, Escòcia no compta amb un informatiu majoritari que inclogui informació dels diversos nivells de representativitat descrits, com passa en el cas català (és el cas del TN Migdia i del TN Vespre, i de les rodes informatives del 3/24). A banda, com ja s'ha esmentat, el Telenotícies Comarques ofereix

informacions de proximitat, és a dir, més properes al territori.

L'article 26 de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya esmenta que la missió del servei públic audiovisual és competència de la Generalitat per a garantir la màxima continuïtat en la prestació del servei i de la plena cobertura del conjunt del territori. També s'hi esmenta el principi de transmissió d'una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme i amb l'equilibri territorial. Al llarg d'aquest apartat, s'exposarà mitjançant quines rutines productives TV3 representa els diversos territoris, respectant una de les missions bàsiques que li són assignades.

6.1.2. La representació dels territoris en l'estructura informativa

Els objectius de la investigació són -com s'ha explicat en la introducció-: conèixer l'estat de la qüestió de les televisions públiques de proximitat, analitzar les rutines de producció d'informació de proximitat de les televisions públiques i conèixer com es produeix l'intercanvi de continguts informatius entre les televisions públiques de proximitat i TV3.

Una vegada analitzat l'estat de la qüestió de les televisions públiques de proximitat i estudiades les rutines per les quals aquestes produeixen la informació de proximitat, es pretenen conèixer les rutines per les quals TV3 produeix la informació de proximitat i com es produeix l'intercanvi informatiu amb les TDT-L. Aquesta informació ha de representar els diferents territoris catalans i ha d'oferir equilibri territorial. Malgrat que aquest treball no es basa en analitzar l'equilibri territorial de TV3 i l'acompliment d'aquest principi bàsic, sembla oportú fer alguns apunts sobre el pluralisme territorial.

Per parlar de pluralisme ens basem en les nocions de Hallin i Mancini (2008). Si bé el pluralisme extern es refereix a aquell aconseguit en l'àmbit del sistema de mitjans de comunicació en el seu conjunt, en aquest treball ens referim a l'intern, és a dir, al que ofereix cada producte o mitjà de comunicació, en aquest cas TV3. En un context informatiu plural, a través de la informació el ciutadà pot formar la seva opinió entre les diverses propostes que emeten les forces polítiques existents (CAC, 2001). Malgrat que sovint s'utilitza en el sentit polític, és a dir, de representació de l'expressió de totes les idees polítiques democràtiques, també cal tenir en compte (especialment en aquesta recerca) el pluralisme territorial, pel qual els diferents territoris es veuen reflectits i representats al mitjà de comunicació.

L'informe *La informació de proximitat als informatius televisius catalans*¹²⁷ de 2009, elaborat

¹²⁷ http://televisions.laxarxa.com/media/assets/1611/Estudi_InCOM-UAB.pdf [darrera consulta: 29/06/2016].

per David Domingo, Federica Alborch i Núria Araüna en el marc de l'Institut de la Comunicació Local (InCom-UAB), posa de manifest que el pes de la informació de proximitat a TV3 era de 18,2%, per sota del 38,9% dels informatius de La Xarxa. En el cas de TV3, les notícies de proximitat se centraven en la franja de migdia, responent a l'emissió del Telenotícies Comarques que concentra bona part de la informació de proximitat.

El Telenotícies Comarques és l'espai informatiu que té com a missió oferir la informació més pròxima als ciutadans. Ho fa mitjançant un bloc comú introductori d'uns 10 minuts, i un altre bloc de durada similar que segueix el primer, en el qual s'emeten informacions de caire més local. Coincidint amb el calendari escolar, l'informatiu ofereix desconexions per províncies, és a dir, el segon bloc és produït per les delegacions territorials situades a les capitals de província (Barcelona -seu central-, Girona, Lleida i Tarragona) amb informacions més properes relatives a les poblacions de cada una. En èpoques de vacances escolars, no es produeix la desconexió però el segon bloc segueix tenint una orientació cap a temàtiques més locals.

Es tracta d'un espai informatiu especialitzat en la informació de proximitat, que precedeix Telenotícies Migdia, en el qual s'incorporen temàtiques d'interès general sobre Catalunya, Espanya o el món que no tenen cabuda en el primer informatiu.

6.2. Estructura interna de TV3 per a produir informació de proximitat

6.2.1. El Model externalitzat

TV3 tradicionalment cobria la informació de proximitat combinant els recursos propis amb els externs. La cadena comptava amb productores audiovisuals repartides pel territori que produïen contingut local, especialment destinat al Telenotícies Comarques, que és l'espai de la cadena en el qual, com ja s'ha esmentat, s'emet principalment la informació de proximitat.

Segons dades facilitades per les pròpies productores, a l'octubre de 2011 hi havia un total de 16 productores i tres col·laboradors repartits pel territori, més dues productores audiovisuals que oferien serveis especialitzats a la cadena. Les productores del territori estaven repartides de la següent manera:

- ✓ Dues a les comarques gironines: Intervideo (amb seu a Girona) i Videosistemes (amb seu a Olot).
- ✓ Quatre a la província de Lleida: Ser-Vall's (amb seu a Lleida), Videosistemes (amb seu a La Pobla de Segur -es tracta de la mateixa empresa que dóna servei a Girona-), Comunicacions Ondara (amb seu a Cervera) i Eikon Audiovisuals (amb seu a La Seu d'Urgell).

- ✓ Dues a la província de Tarragona: Satèl·lits (amb seu a Roquetes, per a cobrir les Terres de l'Ebre) i Sequència 1 (amb seu a Tarragona).
- ✓ Set a la província de Barcelona:
 1. Fora de Barcelona ciutat: Grama TV (amb seu a Tona) i Lavínia (amb seu a Manresa).
 2. Barcelona ciutat: Productora Zero, Lavínia, Evill Barcelona i Dachcam.
 3. Equip de nit a Barcelona ciutat: Areavisual.

Hi havia productores que eren un reforç allà on TV3 tenia recursos propis (com és el cas de Barcelona, Girona, Tarragona i Lleida) i d'altres que cobrien territoris en els quals els recursos propis de la televisió no arribaven. Aquestes productores feien un seguiment de la realitat dels territoris del dia a dia i intentaven donar un enfocament particular a les temàtiques tractades.

Les empreses tenien característiques diverses, en quant a mida i territoris que cobrien (algunes es limitaven a donar servei a una ciutat, mentre que d'altres podien donar servei a fins a 4 comarques). Aquests productores estaven ubicades en diferents punts del territori català, estaven poc coordinades entre si i tenien pocs punts de trobada comuns. De fet, fins el concurs públic de 2010, les productores col·laboraven amb TV3 fruit de les relacions entre els professionals de les empreses i els professionals de la televisió pública, amb condicions heterogènies. La naturalesa i característiques d'aquestes productores era molt desigual. En alguns casos es comptava amb més efectius que en d'altres, i la qualitat dels continguts també depenia dels professionals que treballaven en cada àrea (n'hi havia de més o menys professionalitzades).

Les productores feien la funció de cobrir els fets noticiables d'emergència, com és el cas d'incendis, inundacions o nevades, i també feien el seguiment del dia a dia del territori amb informacions pròpies de diferents temàtiques com ara cultura, economia o política local. Estaven a disposició de TV3 per a cobrir notícies i tenien contacte diari amb l'editor del Telenotícies Comarques. A banda, eventualment també es podien cobrir informacions de cada territori per a la secció de cultura o política, o per la secció de societat. Si les notícies tenien lloc a la tarda, el contacte s'establia generalment amb la secció de Societat. Es tractava d'una comunicació majoritàriament telefònica o bé via correu electrònic.

Els periodistes d'aquestes productores estaven en contacte amb els actors del territori (ajuntaments, entitats, associacions, centres educatius, etc) i proposaven temes a l'editor del Telenotícies Comarques. Si eren acceptats, els professionals començaven les tasques de producció i anaven a cobrir les peces. També es podia donar el cas que TV3 demanés a les productores anar a cobrir una temàtica determinada. Sempre era TV3 qui donava les directrius

sobre les temàtiques i els enfocaments que realitzaven aquestes productores.

Hi havia productores que enviaven les notícies editades i amb la locució feta, mentre que d'altres enviaven les imatges per una banda, i un text orientatiu per l'altra (o una explicació telefònica si es requeria més rapidesa), i eren professionals de TV3 els que editaven les notícies, en redactaven el text final i en feien la locució. Les productores gravaven temes propis per a TV3 i coneixien la manera de treballar de la cadena, com ha explicat la cap de producció de TV3, Montse Pérez (2015), en una entrevista personal.

Algunes productores treballaven les imatges amb programes de tractament de text i d'edició propis, enviaven les notícies finalitzades i no tenien correu electrònic amb domini de TV3, com és el cas de Grama TV; mentre que d'altres tenien accés als programes propis de TV3, disposaven d'e-mail amb domini de la cadena i, fins i tot, podien treballar a la delegació territorial de la cadena, com és el cas d'Intervideo. Les condicions salarials dels treballadors de les productores eren molt més baixes que les del personal de TV3 del mateix rang professional. A més, els empleats d'aquestes empreses feien jornades molt més dilatades ja que TV3 demanava disponibilitat absoluta i exclusivitat per a cobrir les informacions.

Durant aquesta etapa, la relació existent entre TV3 i les televisions públiques de proximitat era pràcticament inexistent. Ara bé, les productores audiovisuals sí que tenien bona relació amb les televisions del territori i, en alguns casos, fins i tot col·laboraven. Ambdós actors (les productores audiovisuals i els prestadors de proximitat) feien la funció de seguiment del dia a dia de la informació de proximitat de manera paral·lela.

El cas de Grama TV, una de les productores històriques que han treballat per TV3, és rellevant i exemplifica l'evolució de les rutines de producció de la informació de proximitat. La col·laboració amb TV3 es va iniciar l'any 1992, quan va aparèixer la preocupació d'explicar què passava als territoris. D'aquesta manera, un càmera *freelance* (el que anys més tard esdevindria gerent de la productora) va començar a cobrir peces esporàdiques per al TN Comarques. Al cap de dos anys es va constituir la productora com a tal, ja que va aconseguir tenir un contracte empresarial amb la cadena, que es prorrogava de manera anual. Aquest contracte permetia tenir uns ingressos mínims pel servei que s'oferia a TV3, més enllà de les peces que s'elaboressin cada mes (així la productora s'assegurava de tenir ingressos en els mesos en què es cobrien menys notícies, com ara l'agost, donat que estaven disponibles per a TV3 independentment del nombre de notícies que elaboressin per la cadena).

A partir del 1994, TV3 va anar augmentant la demanda de contingut i de cobertura territorial a Grama TV, que havia arribat a cobrir fins a cinc comarques (Osona, Vallès Oriental, Vallès

Occidental, Bages i Maresme). Al principi, les cintes es portaven a la televisió o les anava a buscar un conductor de la cadena, fins que es van anar millorant els sistemes de transmissió i es va passar a fer per radioenllaç des de Vic, i per Internet, gràcies a la fibra òptica i al sistema ftp, posteriorment.

En el cas d'Intervídeo, la productora cobria les informacions de la província de Girona abans que s'obris al delegació territorial a la ciutat. Aquesta productora tenia 16 treballadors molt connectats amb el territori, i va arribar a produir informacions per a la delegació de Girona, a cobrir la ciutat de Barcelona i a produir continguts per a la secció d'esports i el programa Canal Parlament¹²⁸. Pel que fa a la província de Girona, cobrien tot tipus d'informacions, donat que els horaris del personal intern eren majoritàriament de matins i que a la tarda tan sols es quedava un equip de guàrdia.

La manera de cobrir informativament les comarques per part de les diferents productores era força heterogènia. Grama TV estava ubicada a Tona, i els seus professionals eren bon coneixedors de la comarca d'Osona. El Vallès Oriental, generalment el cobrien mitjançant una fórmula mixta, és a dir, amb un periodista del TN Comarques de la plantilla de TV3 que vivia a la comarca i un operador de càmera de la productora.

Pel que fa al Maresme, la productora tenia bones relacions amb la televisió local de la capital de comarca, Televisió de Mataró. Una periodista que treballava al canal local informava la productora de l'actualitat rellevant de la zona, i la productora proposava les temàtiques a TV3. Quan TV3 demanava a Grama TV anar a cobrir algun succés, també era la periodista de la cadena local qui acompanyava el càmera i feia les preguntes en cas que s'hagués de fer una entrevista. Per tant, es donava una situació en la qual una mateixa professional cobria les informacions per a la cadena local (amb un operador de càmera de Televisió de Mataró) i per TV3 (amb un operador de càmera de Grama TV). Grama TV remunerava la periodista per cada col·laboració que feien conjuntament. Des de Mataró TV permetien aquesta praxis ja que ho veien com una opció per tal que la periodista aconseguís uns ingressos addicionals.

També s'havia donat el cas que, per a cobrir algunes informacions del Vallès Occidental, la productora Grama TV requerís els serveis d'un operador de càmera i un periodista d'aquesta comarca. De fet, el Maresme i el Vallès Occidental són territoris força propers a la redacció

¹²⁸ Dades obtingudes mitjançant una entrevista personal amb Pep Nogué, responsable d'intervídeo, el 7 de juliol de 2016.

central de TV3, ubicada a Sant Joan Despí, i no del tot propers a la seu de la productora, situada a la comarca d'Osona. Tot i així la productora els cobria de manera satisfactòria gràcies als professionals amb lligams al territori amb qui treballava a cada comarca.

El 2010, es va posar ordre a l'heterogeneïtat i situacions atípiques de les productores, i es va convocar un concurs públic per a adjudicar-les de nou. Aquest concurs també va suposar un reordenament dels territoris a cobrir per cada productora assignada. En el moment del concurs, Grama TV cobria tres comarques (Osona, Vallès Oriental i Maresme). En el paquet de la concurrència d'aquests territoris s'incorporava també el Vallès Occidental, de manera que, en ser adjudicatari, van reincorporar aquesta comarca, que ja havien cobert en etapes anteriors, a la seva àrea de cobertura.

L'objecte de la concurrència pública d'ofertes era la "prestació per part dels adjudicatari a Televisió de Catalunya, S.A. (TVC), dels serveis d'assistència de productores per a la cobertura informativa", segons estipula el propi document consultat per a aquesta recerca. El servei sol·licitat era la prestació del servei de redactors, operadors de càmera, i equip de rodatge i d'edició, de dilluns a divendres i en caps de setmana planificats.

El valor estimat del contracte per tota la seva durada, pròrrogues incloses (fins a quatre possibles), era de 600.000€ (IVA no inclòs) per a quatre comarques. Es contemplava fins a un màxim de 80.000€ per la primera anualitat. Aquests preus incloïen els següents aspectes:

- ✓ Els recursos tècnics i humans per elaborar les peces indicades a cada opció. S'entenia per peces: gravació d'imatges, cròniques editades, equip ENG per directes, assistències tècniques.
- ✓ Tots els serveis associats als equips: seu social, material tècnic, vehicles, guàrdies.
- ✓ Els desplaçaments en l'àrea de cobertura assignada anirien a càrrec de la productora. Fora de l'àrea de cobertura, es pagaria quilometratge.
- ✓ Les dietes i les trucades telefòniques anirien a càrrec de la productora.

També es valorava la disponibilitat de fer guàrdies telefòniques en caps de setmana, festius i fora de les hores laborals. El contracte incorporava una clàusula que en permetia la rescissió amb una antelació de 30 dies. Textualment, el document deia: "El contracte es podrà renunciar per qualsevol de les parts amb un mínim de 30 dies d'antelació a cada venciment, sense perjudici de les eventuais causes de resolució o rescissió que legalment puguin concórrer".

Els criteris de valoració del concurs eren els següents:

- Oferta econòmica: Fins a 40 punts.

- Coneixement del territori: Fins a 20 punts.
- Valoració aportacions tècniques i elements opcionals: Fins a 10 punts.
- Garanties en cas d'avaría o baixes del personal: Fins a 10 punts.
- Valoració dels currículums professionals i de les condicions laborals: Fins a 20 punts.

Per tant, el fet d'haver prestat servei a TV3 anteriorment no era un element que es valorés, si bé sí que era important l'oferta econòmica, tenir un bon coneixement del territori, així com disposar dels recursos tècnics necessaris i de personal preparat per a cobrir la informació de proximitat. El text estipulava que el contractista havia de cedir a TV3 en exclusiva i amb facultats de transmissió a tercers, tots els drets patrimonials i d'explotació, en qualsevol forma, de les imatges i/o sons que gravés amb motiu del servei contractat i, en especial, els de reproducció, distribució, comunicació pública, transformació i doblatge i/o subtitulat a qualsevol idioma.

El contracte incorporava un Annex 1, que era un plec de prescripcions tècniques, en què s'explicitava que els licitadors havien de ser empreses especialitzades en cobertures informatives, amb una seu social on fer la seva activitat. Cada equip de rodatge havia de comptar amb el següent equipament tècnic mínim per a la gravació, muntatge i edició d'imatges i sons:

- Càmera digital d'alta definició. La càmera havia de poder gravar en 16:9 i opcionalment en HD. Es valorava el model de càmera i que fos de format P2.
- Trípod de càmera *broadcast*.
- Kit complet de bateries i carregador.
- Focus d'il·luminació portàtil amb bateria.
- Microfonia: micròfon semi canó, micròfon de mà per a *stand-ups* i dos micròfons de corbata. Opcionalment, microfonia sense fils.
- Targetes de memòria per a la càmera (capacitat de memòria mínim de 8 GB per targeta).
- Ordinador portàtil amb programa d'edició no lineal amb connexions per a transmetre per ADSL i per xarxes de 3,5G. Es valorava edició amb *Final Cut*.
- *Pendrive* (mínim 16 GB).
- Disc dur extern.
- Equip d'il·luminació de xarxa per a entrevistes.
- Dos telèfons GSM de rodatge.
- Accessoris: cables, adaptadors, *lastolite*, filtres etc.

- Equipament opcional: *Player* de targetes P2

El servei integral d'ENG havia d'estar format per periodista i operador de càmera professionals. Es requeria un llicenciat en periodisme per a fer el seguiment de l'actualitat informativa de la zona i proposar temàtiques noticiables. El periodista havia de saber redactar textos, fer la locució, fer cròniques i/o directes, i es valorava que sabés editar. L'operador de càmera havia de tenir estudis o experiència acreditada (mínim dos anys). Havia de saber gravar amb càmeres professionals, tenir nocions bàsiques d'il·luminació i saber fer edició no lineal. Es valorava que sabés enviar per Internet (via ftp), el sistema pel qual es transmetien les peces per tal de ser emeses per TV3.

Els licitadors havien de disposar d'un local o seu comercial condicionat per fer el seguiment de l'actualitat, la redacció de textos i l'edició no lineal, el qual comptés amb els elements següents:

- Comunicacions: telefonia i internet (ADSL). Es valorava la connexió a Internet d'ADSL fos de 10 Mb o el màxim disponible a la zona.

- Equipament informàtic amb els programes bàsics: processador de text, full de càlcul, navegador, correu electrònic, etc.

- Equipament per a l'edició informàtica amb un programa d'edició no lineal. Es valorava *Final Cut*.

Els vehicles havien d'estar equipats correctament per a desplaçar-se per la zona amb un equip complet ENG. Cada equip de rodatge havia de disposar d'un vehicle. Era opcional comptar amb un navegador i vehicles 4x4. Aquestes productores havien de prestar un servei a TV3 amb disponibilitat total, tal com s'explicita en el següent fragment:

*Els temes es planificaran segons les necessitats informatives i amb l'antelació que ens permeti l'actualitat. Els equips estaran disponibles els dies de la setmana requerits i també faran guàrdies telefòniques. Els equips podran cobrir tot tipus de temes relacionats amb l'actualitat informativa. Els equips disponibles atendran les peticions de temes de TVC i, **en cas d'avís d'última hora, hauran d'estar operatius en menys de 30 minuts**. L'empresa adjudicatària designarà per a TVC un interlocutor i **un telèfon mòbil que estarà operatiu les 24 hores**. Aquest interlocutor rebrà i gestionarà els encàrrecs de TVC. TVC podrà demanar més equips de rodatge o altres recursos tècnics en funció de l'actualitat informativa. (...) Els equips de rodatge assignats treballaran en exclusiva per a TVC. Plec de clàusules de la CCMA per adjudicar serveis d'assistència de productores*

per a la cobertura informativa.

El document explicitava que TV3 podia enviar els equips d'una àrea a una altra, en funció de les necessitats de les cobertures informatives. Les condicions del concurs deixaven les productores audiovisuals en una situació desavantatjosa, especialment les més petites. Aquestes empreses havien de fer ofertes econòmiques competitives, ja que era el criteri que més es puntuava, i havien de comptar amb personal qualificat, equipament homologat, una seu física i vehicles. En alguns casos les productores van haver de fer una inversió considerable per a proveir-se del material tècnic necessari. A més, havien de tenir disponibilitat les 24 hores del dia, cada dia de l'any, i tenir capacitat de resposta en 30 minuts si hi havia una informació d'última hora. En canvi, el contracte podia ser rescindit en qualsevol moment, amb 30 dies d'antelació, independentment de les inversions que les productores haguessin fet.

Aquest concurs no el van guanyar necessàriament les productores externes que havien treballat històricament per TV3. És el cas del Berguedà (que incloïa Bages i Anoia), que va passar a mans de Lavínia. Per tal de guanyar els concursos, les productores van haver de fer rebaixes significatives en els pressupostos. En el cas de Grama TV van ser del 23% respecte dels preus amb els quals treballaven amb anterioritat al concurs, segon fonts de la productora. Alhora, s'ampliava l'àrea de cobertura i el nombre de peces mensuals a cobrir. Aquesta nova etapa ja no estava basada en els contactes personals, i requeria la professionalització de les productores que prestessin els serveis de proximitat.

Malgrat les rebaixes en el pressupost, a la pràctica, el funcionament era semblant al de l'etapa prèvia al concurs. El o la periodista enviava tot un seguit de previsions i propostes de temàtiques per anar a cobrir a l'editor del TN Comarques (en cas de vacances o absència, el sotseditor), i aquest decidia els temes que s'anaven a cobrir. Quan hi havia successos que requerien una urgència i que no eren planificables, els responsables de producció o bé l'editor del TN Comarques trucaven la productora, i el personal d'aquesta es desplaçava al lloc dels fets.

La productora podia fer una planificació per als rodatges de les temàtiques atemporals, sempre subjectes a modificacions si l'actualitat o les necessitats de TV3 ho requerien. A les tardes, quan el personal del TN Comarques no hi era, l'interlocutor de la productora era la secció de Societat, a no ser que la temàtica del territori tingués un enfocament polític o cultural.

Les rutines de producció des de les noves adjudicacions requerien que les notícies s'enviessin editades i amb la locució feta. A diferència de l'etapa anterior, l'equip que feia el rodatge era també el que editava la peça, i la firmava.

La següent taula (figura 77) mostra els preus que es pagava a la productora Grama TV pels serveis

que prestava a TV3.

Concepte	Preu
Assistència peça informativa que inclou una jornada completa fins a 8 hores amb PERIODISTA + OPERADOR DE CÀMERA	228,92
Assistència peça informativa que inclou una jornada completa fins a 8 hores amb OPERADOR DE CÀMERA (sense redactor)	157,38
Assistència peça informativa que inclou una jornada completa fins a 8 hores amb PERIODISTA (sense operador de càmera)	157,38
Assistència peça informativa que inclou ½ jornada fins a 4 hores amb PERIODISTA + OPERADOR DE CÀMERA	133,54
Assistència peça informativa que inclou ½ jornada fins a 4 hores amb OPERADOR DE CÀMERA (sense redactor)	90,61
Assistència peça informativa que inclou ½ jornada fins a 4 hores amb PERIODISTA (sense operador de càmera)	90,61
Hores extres a partir de 8 hores per l'equip complet (operador de càmera i periodista)	28,61
Hores extres a partir de les 8 hores tan per l'operador de càmera com pel redactor	19,67
Quilometratge fora de l'àrea de cobertura establerta (a partir de 30 quilòmetres)	0,23

Figura 77. Preus per als serveis prestats a TV3 per part de Grama TV. Font: Grama TV.

La següent taula (figura 78), mostra la quantitat de peces produïdes per part de la productora Grama TV, per a TV3, segons dades facilitades per la pròpia productora.

	OSONA	V. ORIENTAL	V.OCCIDENTAL	BAGES	MARESME	ALTRES I BCN	TOTALS
ANY 1992	16						16
ANY 1993	108	7		4			119
ANY 1994	104	47		36	10		197
ANY 1995	122	45	39	41	4		251
ANY 1996	103	31	38	78	4		254
ANY 1997	121	27	31	37	9		225
ANY 1998	119	68	3	1	57		248
ANY 1999	122	37			52		211
ANY 2000	102	40			75		217
ANY 2001	115	15			68		198
ANY 2002	159	13			58		230
ANY 2003	164	35			45	40	284
ANY 2004	140	59			64	55	318
ANY 2005	157	43			44	118	362
ANY 2006	129	22			39	112	302
ANY 2007	156	42			32	72	302
ANY 2008	171	59			26	64	320
ANY 2009	151	54			59	57	321
ANY 2010	152	81	25		113	37	408
ANY 2011	103	99	76		95	42	415
ANY 2012	129	71	30		74	13	317
	2643	895	242	197	928	610	5515

Figura 78. Producció de peces informatives per part de Grama TV per TV3. Font: Grama TV.

S'observa que la producció de notícies per TV3 ha estat desigual al llarg dels anys en les diferents comarques, excepte en el cas d'Osona en el qual -amb excepció de l'any en què es va iniciar la col·laboració- sempre s'han superat el centenar d'assistències. En les altres zones ha variat en funció dels requeriments informatius. El fet que la comarca d'Osona sigui la més allunyada de la redacció central de Sant Joan Despí, i que sigui l'àrea d'expertesa on s'ubica la productora, expliquen que el nombre de cobertures fossin majors en aquesta àrea.

6.2.1.1. Extinció del contracte amb les productores: raons econòmiques

TV3 va exposar cinc arguments clau per a justificar l'extinció del contracte amb les productores. A propòsit de la recerca, s'ha pogut consultar un burofax enviat a Grama TV per part de la cadena, en data 9 de gener de 2013, en el qual es donava un mes per a extingir el contracte, vigent des de l'11 de febrer de 2013. Les raons explicitades al document són les següents:

- Model de finançament. Tant els ingressos publicitaris com les aportacions de la Generalitat (que confereixen el model mixt de finançament de la cadena) s'havien reduït.
- Mercat audiovisual. El text explicava que les audiències estaven patint una fragmentació derivada de la competència de nous canals i plataformes, que ocasionava també una davallada dels ingressos publicitaris.
- Situació financera. El document exposava que Televisió de Catalunya (TVC) presentava pèrdues des de l'any 2008 fins el 2011, essent en el darrer any esmentat de 8,8 milions d'euros, una situació que es mantenia durant els primers trimestres de 2012. També

concretava que els ingressos (import net de la xifra de negoci) del 2012 havien estat entre un 22 i un 23% més baixos que al 2011. S'aportaven altres dades, com ara que els ingressos en publicitat s'havien reduït en un 23% durant el mateix període, i l'aportació de l'administració pública en un 16%. Per això, el text esmentava que TV3 va reduir els pressupostos i va fer un "fort pla de contenció de la despesa". En els pressupostos aprovats pel 2009-2012 s'hi detectava una davallada del 17% en el cas de TVC i del 21% en el cas de la CCMA (18% en personal, 19% en la restes i 31% en inversions).

Per tot l'esmentat, aquest apartat argumentava que TVC i la CCMA es trobaven en situació de desequilibri pressupostari i es veien obligades a continuar "adoptant mesures de contenció de la despesa i gestionant de la forma més eficient possible els recursos disponibles, per tal d'aconseguir reequilibrar el pressupost".

- Principi d'eficiència organitzativa. Aquest apartat esmentava que la viabilitat de la CCMA passava per gestionar els recursos de manera més eficient. Per això, explicava que TVC havia d'abordar un procés d'internalització de la producció d'informatius i esports, que permetés optimitzar els recursos disponibles, amb la intenció de mantenir la qualitat, cobertura i serveis actuals.
- TVC havia posat en marxa una reorganització de les delegacions i els equips de treball, desenvolupant tota la producció possible amb personal intern sense incrementar la plantilla i aplicant mesures de flexibilitat, reorganització dels equips de producció i reassignació de personal dels serveis centrals a les delegacions de Tarragona, Lleida i Girona. El text adduïa que aquest "nou model" implicava l'extinció dels contractes amb les productores externes que estaven donant fins llavors serveis de cobertura a l'àrea d'informatius i esports de TVC. S'esmentava que només es mantindria la contractació de la producció en aquells indrets que, amb els recursos propis, no es pogués cobrir la informació amb les mateixes garanties (les Terres de l'Ebre, la Seu d'Urgell, el Pallars i Perpinyà), tot i que això a la pràctica no s'ha acomplert.
- Principi d'eficiència econòmica. Segons aquest principi, el text argumentava que la mesura d'eficiència organitzativa i el desenvolupament de les màximes produccions possibles amb caràcter intern, portaria el prestador a una millora econòmica i un estalvi net el 2013 de 948.317€ respecte el 2012, i s'estimava en 1.090.520€ l'any següent.

El text explicitava el dret del contractista (és a dir, de la productora audiovisual) a cobrar un 10% del preu dels estudis, informes, projectes o treballs pendents de realitzar en concepte de benefici deixat d'obtenir. Segons els motius al·legats oficialment per TV3, en l'extinció del

contracte s'hi troba principalment una raó econòmica. A partir d'aquí, el document mencionava la voluntat de millorar l'eficiència organitzativa i d'establir un nou model de producció d'informació al territori, amb la reorganització del personal propi, si bé no s'hi esmentava la col·laboració amb les televisions de proximitat com un element per a millorar l'eficiència. Sallent (2015) ho va corroborar, en una entrevista personal: "El motiu originari és l'econòmic", però va afirmar que això ha comportat una millora de l'eficiència del servei públic audiovisual.

Les productores s'han queixat argumentant que les pràctiques dels darrers anys de TV3 no apuntaven cap a aquesta voluntat de contenció econòmica, tenint en compte l'estrena de platós i nous formats que la cadena havia endegat. També consideren que sense la seva presència, TV3 ha perdut influència al territori.

Una vegada finalitzat el conveni, algunes productores van intentar pactar amb la cadena per mirar de cobrar més del 10%, la indemnització que estipulava el contracte i que consideraven insuficient. Algunes productores van arribar a la via judicial per a reclamar indemnitzacions més elevades o que la cadena hagués de contractar els treballadors com a personal intern, al·legant que feien feina en exclusiva a les ordres de TV3.

Les productores no van recórrer als jutjats fent un front comú i, donada l'heterogeneïtat les empreses amb tradicions i rutines molt diferents, el desenllaç dels judicis també va ser divers. El personal d'una productora que havia denunciat la cadena anteriorment a la rescissió del contracte, va aconseguir ser internalitzat, d'altres van guanyar el judici i van aconseguir indemnitzacions majors, i un tercer grup va perdre el judici i no van aconseguir ni una cosa ni l'altra (cal esmentar que alguns processos encara estaven oberts en el moment de desenvolupar aquesta tesi).

Les productores asseguren que van comprar equips, com càmeres i trípodos, per a complir amb els requeriments exigits per TV3 que eren molt cars i que no van poder acabar d'amortitzar, segons explica la cap de producció de Grama TV, Montserrat Núñez (2015), en una entrevista personal. També veuen injusta la recessió del contracte, tenint en compte que les productores suposaven un cost baix per la cadena, en relació a l'ampli servei que donaven i a la total disponibilitat cap a la cadena.

Aquestes empreses han hagut de reorientar els seus negocis cap a altres àrees o han hagut de tancar, tenint en compte que TV3 era el seu client principal. Els 16 treballadors d'Intervídeo han aconseguit ser internalitzats, però els sis treballadors de Grama TV es van quedar sense feina, per exemple. La primera productora va haver de cessar l'activitat i liquidar els deutes, donat que tenien vuit equips tècnics i 12 cotxes, molts sense amortitzar; i els propietaris de la segona han

passat uns anys molt difícils, amb una estructura mínima, mirant de reorientar la seva activitat professional. Les productores asseguren que van ser puntals que van “aixecar” TV3, a preus baixos. Consideren que les televisions de proximitat són una competència deslleial, en no cobrar de TV3 pels serveis que d’alguna manera presten a la cadena, i que no ofereixen la mateixa qualitat que la que els corresponents al territori proveïen al prestador públic d’ànbit català.

Tenint en compte que la normativa audiovisual catalana estipula que TV3, com a prestador de servei públic, té la missió d’enfortir les indústries culturals catalanes i la producció audiovisual, la rescissió del contracte amb les productores suposa un retrocés en aquest aspecte. El teixit industrial català està format per productores, moltes d’elles de petita envergadura que, durant anys, havien treballat pràcticament en exclusiva per a la televisió pública. L’altra cara de la moneda és l’estalvi econòmic i la possibilitat d’intensificar les vies de col·laboració amb uns actors als quals TV3 havia donat l’esquena, que podrien permetre l’enfortiment de les dues parts del sistema públic televisiu i, en especial, dels prestadors de proximitat que -com s’ha explicat- s’han vist afectats per un canvi de model i per un context econòmic advers.

6.2.1.2. Antecedents de col·laboració amb La Xarxa

El precedent a deixar de portar a terme la col·laboració amb les productores audiovisuals se situa en el conveni signat entre TV3 i La Xarxa, que tenia per objectiu que el prestador públic d’ànbit català pogués augmentar la col·laboració amb les televisions de proximitat a través d’aquesta entitat. L’any 2008, la XAL va signar un conveni amb TV3 i amb Televisión Española, en el qual s’atorgava a aquests prestadors la possibilitat de regir-se per les condicions estipulades al Protocol. Tot i que tots dos prestadors s’hi van adherir, els volums de col·laboració eren molt baixos.

Aquest conveni va permetre constatar que entre TV3 i la XAL hi havia un espai d’interès comú. La col·laboració es va intensificar en l’ànbit dels castells i la informació esportiva, en què es va augmentar l’intercanvi d’imatges. Les TDT-L aportaven continguts esportius a TV3, ja que la posada en marxa del canal Esport3 requeria disposar de més informació d’aquesta temàtica. Aquesta relació inicial va donar peu al conveni entre la XAL i TV3, en el marc del Mercat de l’Audiovisual de Catalunya de l’any 2012.

Si bé el conveni del 2008 tenia una voluntat de cooperació professional, en el del 2012 també hi havia una voluntat política, en un moment en què el govern de la Generalitat i el de la Diputació tenien el mateix color polític. “L’acord es planteja com a conveni marc perquè la Corporació i el món local, que tradicionalment s’havien donat l’esquena, explorin vies de col·laboració”, segons va explicar el cap d’estratègia de la XAL, Marc Melillas (2013), en una

entrevista personal.

Una de les raons per les quals la Corporació no havia cooperat amb les televisions de proximitat eren aspectes qualitatius i tècnics. Amb la digitalització i la professionalització progressiva de les TDT-L aquestes barreres van anar minvant. Des de La Xarxa asseguren que l'objectiu era aconseguir millors resultats amb els recursos ja existents. Argumenten que els prestadors de proximitat no van passar a ser corresponsals perquè no tenien disponibilitat absoluta de produir per a TV3. Només cobrien les notícies a petició de TV3 si podien, que és l'element diferencial amb una agència de notícies, els corresponsals de la cadena o les productores que cobrien el territori. Des de La Xarxa no hi havia la intenció de competir amb les productores, però sí de compartir els recursos propis, utilitzant la capacitat de producció de La Xarxa i les seves entitats adherides.

6.2.1.3. Una col·laboració formal

El Conveni Marc de Col·laboració entre la Xarxa Audiovisual Local SL (XAL) i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) és l'acord que estipula els paràmetres de col·laboració entre les dues entitats, gràcies al qual es produeix l'intercanvi de continguts informatius amb els prestadors de proximitat.

El primer conveni entre TV3 i la XAL (aleshores representada per l'Agència de Comunicació Local S.A.) es va signar el 21 de maig de 2012 en el marc del Mercat Audiovisual de Catalunya, celebrat a Granollers. La finalitat d'aquest acord era potencia els objectius comuns i promoure l'intercanvi de continguts audiovisuals propis, a través de la cooperació en informatius, esports i programes.

Pel que fa a informatius, l'acord permetia que TV3 i La Xarxa poguessin cedir-se i intercanviar imatges sobre fets d'actualitat. Respecte als esports, el document renovava l'entesa que es mantenia des de feia un any, que es traduïa en l'intercanvi de continguts esportius d'actualitat i en la coordinació de cobertures esportives. La col·laboració en matèria de programes se centrava en l'àmbit dels castells. La fusió entre aquest acord i un altre signat a l'octubre de 2012 (tots dos prorrogats al cap d'un any, respectivament) van donar lloc al conveni vigent en la finalització d'aquesta recerca, signat el 21 maig de 2014 i renovat anualment, com un marc estable de col·laboració general que unificava els altres convenis preexistents.

L'acord de col·laboració pretén ser un marc estable de cooperació general, amb dos objectius bàsics:

1. Potenciar objectius comuns i promoure la cessió, producció i l'intercanvi de

continguts audiovisuals propis, produïts per cadascuna de les parts o coproduïts per ambdues parts, amb la finalitat de distribuir-los.

2. Intercanviar continguts audiovisuals d'actualitat entre la XAL i la CCMA a través de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio, tant d'informació general com d'informació esportiva, així com de retransmissions de fets d'actualitat i de competicions esportives.

Mentre que el primer punt, més genèric, s'emmarca en una voluntat de perseguir uns objectius comuns en la difusió de continguts, el segon aspecte és especialment rellevant en aquesta recerca ja que es manifesta la voluntat d'intercanvi de contingut informatiu.

L'intercanvi, segons el conveni, consultat per a aquesta recerca, es pot donar en els continguts que tenen una antiguitat no superior a les 48 hores (72 hores en el cas dels esports). Una vegada transcorregut aquest temps, els materials audiovisuals queden fora del conveni i el seu intercanvi s'ha de regir per regles comercials. L'acord contempla que les dues entitats es poden reservar la facultat d'excloure d'aquesta cessió aquells continguts que vulguin ser emesos en règim d'exclusivitat.

Els continguts intercanviables, segons l'acord, són aquells d'àmbit català. En queden al marge les informacions d'actualitat internacional o de la resta de l'Estat. Ara bé, sí que es poden intercanviar aquests continguts quan tinguin protagonistes catalans o relació amb Catalunya. També queden fora els continguts que provinguin d'agències, la Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms (FORTA) o altres fonts, o aquells que no es vulguin cedir.

Malgrat aquest conveni general, els prestadors que aportin les imatges poden ajornar-ne el lliurament o negar-se a fer-ho si ho creuen oportú. Les raons són tractar de preservar les informacions que es considerin exclusives o aquells casos en què les parts hagin de prioritzar els seus interessos. També es pot posposar el lliurament per a garantir la primícia del canal. Per tant, la cessió d'imatges està subjecta a la voluntat de les parts, ja que els motius pels quals el prestador s'hi pot negar són amplis. L'acord estipula que la XN és l'eina per a materialitzar els intercanvis de forma automàtica, i concreta un interlocutor de referència en cada entitat (XAL, TV3 i Catalunya Ràdio). L'acord té una durada d'un any, és renovable i estipula dues reunions anuals per a fer-ne el seguiment.

La finalitat del conveni és aconseguir una major col·laboració entre TV3 i els prestadors de proximitat. Es pretenia donar un valor afegit a la producció audiovisual de les entitats adherides a La Xarxa, posant-les a disposició de TV3 sense que suposés cap cost addicional. Es va oferir als mitjans de proximitat la possibilitat de posar a disposició de TV3 aquell material que generaven.

Val a dir que, per tal de fer aquest intercanvi més eficient i que les emissores de proximitat adaptessin les rutines a les demandes de TV3, s'han anat intensificant els incentius econòmics per peces descarregades. Això significa que si un prestador de proximitat comparteix una notícia que ha produït, i aquesta és descarregada per alguna altra entitat adherida o per a TV3, el preu que es paga al prestador que l'ha proveïda és més elevat.

6.2.1.4. La relació entre les dues entitats

Per tal d'articular la relació entre la XAL i TV3, es va crear la figura d'un coordinador coneixedor de totes dues entitats. Es va encomanar aquesta tasca a Joan Besson, ja que coneixia tant el món de la comunicació de proximitat com també TV3, on va desenvolupar part de la seva carrera professional. L'objectiu d'aquesta figura era posar a la pràctica la col·laboració entre tots dos organismes públics i vetllar perquè funcionés de manera adequada.

Després de la signatura del conveni marc, el maig de 2012, Besson va rebre l'encàrrec d'elaborar un estudi sobre la situació de les televisions i les ràdios adherides a La Xarxa, a nivell de recursos tècnics i humans. D'aquest estudi, presentat l'octubre de 2012, se'n van extreure algunes conclusions. Per una banda, que el 84% de les televisions que feien aportació de continguts a la Xarxa de Notícies (XN) ja estaven adaptades al requeriment tècnic de TV3, que demanava que les gravacions es fessin en format 16:9 i no en 4:3 com s'havia fet anteriorment. L'informe també va servir per fer suggeriments als mitjans adherits, per tal que la relació fos efectiva i professional. Així, es va recomanar a totes les televisions l'ús del format 16:9 i que la compra de material anés orientada a dur a terme aquesta adaptació.

A banda d'elaborar l'informe i de veure quina era la situació de les televisions de proximitat, també es van dur a terme trobades conjuntes amb personal de TV3 perquè expliquessin quines eren les necessitats de la cadena per assegurar l'operativitat d'aquesta col·laboració. A banda del requeriment tècnic de format, TV3 va demanar que es fessin modificacions a la plataforma XN per agilitzar la relació. La cadena requeria més rapidesa per a poder visualitzar i disposar del material. La cadena pública d'àmbit català també va demanar que les televisions de proximitat fessin previsions amb antelació dels temes que anirien a cobrir el dia següent, i que aquestes s'ajustessin als horaris previstos. D'aquesta manera es pretenia que els prestadors del territori planifiquessin i adquirissin compromisos, sense deixar de banda l'atenció primera de les seves pròpies necessitats.

Els canvis a la XN es van fer efectius el 5 de novembre de 2012. Es va posar en marxa un sistema que permetia a TV3 veure les previsions de La Xarxa, i es va incorporar una eina que possibilitava concretar aspectes a nivell de producció, ja que s'obria la possibilitat d'encetar un diàleg entre

les parts i apuntar notes relacionades amb la informació, que complementaven la comunicació via telefònica o per correu electrònic. En paral·lel, es demanava a les televisions de proximitat que complissin escrupolosament els compromisos adquirits. S'estava preparant el terreny per a quan la CCMA deixés de comptar amb les productores audiovisuals per a aportar continguts de proximitat a TV3.

Aquest procés es va dur a terme en un escenari complicat, donada la fase de reestructuració interna de la Corporació i La Xarxa. Les fonts consultades (tant de TV3 com de La Xarxa) exposen que l'objectiu no era que La Xarxa fes de productora de baix cost per a TV3. Manifesten que, en primer lloc, el material es produïa per al propi ús de les televisions de proximitat; en segon lloc, es posava a disposició de La Xarxa; i en tercer lloc passava a ser disponible pel canal públics d'àmbit català, TV3. Segons aquesta perspectiva, les televisions de proximitat no es van convertir en corresponsals, ja que la producció la feien per sí mateixes i no tenien l'obligatorietat de cobrir temàtiques a petició de TV3.

Malgrat això, des de La Xarxa la voluntat era que les entitats adherides tinguessin capacitat de reacció les 24 hores dels 7 dies de la setmana, ja que així es podia donar servei a TV3 en casos d'urgència a qualsevol hora. Com que es va detectar que algunes televisions de proximitat no tenien personal per a cobrir les informacions del cap de setmana, es va decidir estimular la cobertura d'esdeveniments i la capacitat de reacció, a través d'incentius econòmics. Les peces del cap de setmana amb ressò nacional van passar a tenir una retribució més alta. Això permeté que les pròpies televisions tinguessin més cobertura i es millorés la seva professionalització.

El gener de 2013 es van crear equips d'interlocució (com ara entre la delegació de TV3 a Lleida, i Lleida TV i TV Pirineus; entre la delegació de Tarragona, i TAC12 i Terres de l'Ebre; i entre la delegació de Girona i TV Girona). Aquests interlocutors es crearen amb la funció de reconfirmar les previsions, incorporar temes nous si s'esqueia, i establir una relació personal per tal de coordinar l'intercanvi, més enllà del que ofereix el sistema en quant a previsions i xat. També es feien comissions de seguiment, és a dir, reunions periòdiques semestrals amb els diversos actors implicats de les delegacions de TV3 i dels prestadors de proximitat.

Amb el temps s'han anat introduint millores, com ara donar la possibilitat que TV3 també pugui aportar al sistema d'intercanvi informació de fora de Catalunya, responent a una mancança que es va detectar durant els primer dies per part de La Xarxa i les TDT-L. També s'ha aconseguit augmentar coordinació entre les parts en el cas de els convocatòries públiques, per tal de procurar que es vagin a cobrir una sola vegada. El resultat és que es posa a disposició material que es produiria igualment i, per altra banda, s'intenta donar un servei més ampli a TV3 que

repercuteix també a que les televisions de proximitat disposin de més material propi. Mitjançant la nova col·laboració s'aportava contingut de proximitat a TV3, el contingut de TV3 estava a disposició de les televisions de proximitat, i les televisions de proximitat tenien la possibilitat d'augmentar els seus ingressos. Aquest sistema de col·laboració permetia que hi hagués una optimització i eficiència dels recursos públics que es destinaven al sector audiovisual, provinents dels diversos nivells administratius: Generalitat, diputacions i ajuntaments. Ara bé, també cal mencionar alguns inconvenients, com ara que la intensificació de la col·laboració va preparar el terreny cap a la rescissió del contracte amb bona part de les productores audiovisuals que cobrien la informació del territori, que va provocar un aprimament del teixit audiovisual del territori. Per altra banda, tant TV3 com els prestadors de proximitat s'han mostrat insatsfets amb la relació: TV3 pel que fa a la qualitat de les imatges i la rapidesa de treball dels prestadors de proximitat, i les TDT-L per la poca reciprocitat dels intercanvis.

La col·laboració es va intensificar el juny de 2012 a resultes del conveni maig, però no va ser fins al novembre de 2012, després de l'elaboració dels informes i de l'adaptació de les parts que aquesta relació es va fer més constant. El febrer de 2013 és quan es fa més palesa la intensificació de l'intercanvi, ja que tot estava a punt perquè la cooperació en informació territorial es fes efectiva, i es va rescindir el contracte amb les productores.

El conveni marc general era una declaració d'intencions per a potenciar la col·laboració, i estipulava l'existència de convenis específics en temes concrets, com ara esports, castells o informatius, que es renoven periòdicament. El conveni de 2014 esmentava la col·laboració de televisió i també de ràdio, havent-se sumat el mitjà radiofònic a aquest intercanvi des de el juny de 2013, però sense ser efectiu de manera explícita fins al conveni.

6.2.1.5. El punt d'inflexió: febrer de 2013

L'acord signat entre la CCMA i la XAL preparava el terreny cap a un nou model de producció de la informació de proximitat a TV3, que passava per l'extinció de la relació contractual amb les productores audiovisuals. Si bé l'intercanvi es va començar a intensificar a partir del maig de 2012, és quan les productores audiovisuals van deixar de prestar el servei a TV3 quan es va fer més evident, és a dir, a principis de 2013. A partir d'aleshores, la cooperació va augmentar i el nombre de peces que TV3 aprofitava dels prestadors de proximitat va créixer.

Aquest argument es corrobora mitjançant l'anàlisi quantitativ de l'intercanvi de peces informatives que s'ha elaborat per a aquesta recerca, gràcies a l'accés a la intranet de la XN per part de la investigadora, facilitat per La Xarxa. S'ha elaborat una taula tenint en compte els diversos lapses temporals. Aquestes delimitacions permeten quantificar el nombre de notícies

intercanviades abans i després del canvi de model, que té un punt clau el febrer del 2013 quan TV3 va deixar de comptar amb els serveis de les productores audiovisuals, així com evidenciar que hi ha un punt d'inflexió. A més, permet veure la tendència a l'alça que es va produir després de la signatura del conveni però abans que TV3 deixés de comptar amb les productores audiovisuals, és a dir, en el període que va del febrer de 2012 a febrer de 2013.

La data de referència és l'1 de març, per poder incloure tots els dies del mes de febrer en aquesta quantificació. L'anàlisi dels dos anys previs i els dos anys posteriors al punt d'inflexió (febrer de 2013), mitjançant lapses temporals anuals, aporta dades fiables sobre l'augment d'intercanvi de peces informatives entre les televisions de proximitat i TV3.

		1/03/2011- 1/03/2012	1/03/2012- 1/03/2013	1/03/2013- 1/03/2014	1/03/2014- 1/03/2015
Vídeos de TV3 descarregats per part de TDT-L	Sense previsió i descarregats	4	114	262	217
	Amb previsió, per encàrrec i urgents	0	0	30	50
Vídeos de TDT-L descarregats per part de TV3		61	330	1019	903

Figura 79. Vídeos aportats i descarregats per part de TV3 a través de la XN. Elaboració pròpia a partir de dades dels Informes de descàrregues i contribucions de TV3 a la XN.

La taula (figura 79), elaborada a partir dels informes de descàrregues i contribucions extrets de la intranet de la plataforma XN pels lapses temporals analitzats, mostren que l'intercanvi de vídeos va augmentar lleugerament en el període comprès entre el l'1 de març de 2012 i l'1 de març de 2013. L'augment més significatiu es va donar l'any següent, quan el conveni ja estava en marxa i les productores ja no treballaven per TV3.

De la taula es desprèn que les descàrregues per part de TV3 de vídeos aportats per les entitats adherides a La Xarxa sempre són superiors que els vídeos de contingut aportat per TV3 descarregat per part de totes les entitats adherides. Cal mencionar que les entitats adherides comprenen tant els prestadors privats com els públics que conformen l'objecte d'estudi. Això fa evident que la col·laboració té lloc en el sector públic, però també entre TV3 i els prestadors privats que fan una funció de servei públic.

Si bé en els primers dos períodes analitzats ni La Xarxa ni les entitats adherides s'havien

descarregat vídeos produïts per TV3 en la categoria de “amb previsió, per encàrrecs o urgents”, una vegada l’intercanvi s’intensifica també es descarreguen imatges d’aquesta tipologia. Segons es desprèn dels informes, les descàrregues de vídeos aportats per TV3 urgents o per encàrrec, són peces emeses a l’informatiu que elabora La Xarxa. També s’observa que malgrat que BTV i TV3 tenen un conveni bilateral, els intercanvis dels vídeos els fan a través de la XN.

Les dades quantitatives corroboren el canvi de model existent a partir de febrer de 2013. Entre aquesta data i febrer de 2014, els vídeos descarregats per TV3 provinents de les TDT-L es tripliquen. L’any següent les dades són similars, amb un lleuger descens de les notícies descarregades per totes dues parts. S’observa que és una relació asimètrica, ja que el gran volum de peces es dona en un sentit: dels prestadors de proximitat cap a TV3 i no a l’inrevés. Això es deu a la necessitat del prestador d’àmbit català de disposar d’informació dels diversos territoris una vegada les potes estructurals que cobrien la informació de proximitat ho han deixat de fer.

Si bé és cert que el seguiment del dia a dia en algunes àrees no és tan intens com el que podien fer unes productores que estaven ubicades al territori i tenien contacte constant amb els seus actors, aquest sistema permet no deixar al descobert temàtiques rellevants de les diverses àrees de Catalunya. Tot i que les televisions de proximitat fan un seguiment exhaustiu del que passa al territori i ho reflecteixen a través dels seus canals, la diferència amb les productores és que, de moment, no són una pota estructural en la producció de contingut de proximitat sinó un recurs addicional per a TV3, segons es desprèn de les entrevistes realitzades a la redacció d’aquest mitjà.

Aquest canvi de model basat en la col·laboració amb La Xarxa ha anat acompanyat d’una modificació en els recursos interns de TV3 per a cobrir informació de proximitat. En els territoris propers a la redacció on hi havia productores externes treballant, es van passar a cobrir mitjançant personal propi que es va especialitzar en un territori concret, com és el cas del Maresme i el Garraf.

Des de TV3, s’han fet actuacions per reforçar i cobrir el territori les 24 hores del dia, a través de guàrdies tota la nit (a la seu central i a les delegacions, algunes presencials i altres de disponibilitat) i també reforços de cap de setmana. A més, es van obrir les següents delegacions territorials en la data que s’indica en cada cas:

- Seu d’Urgell-Pirineus: 1 d’abril de 2013
- Tortosa-Terres de l’Ebre: 1 de juny de 2013
- Perpinyà-Catalunya Nord/Alt Empordà: 16 de setembre de 2013

- Manresa-Catalunya Central: 8 de setembre de 2014

A aquestes delegacions cal sumar-hi la de la Vall d'Aran, que és històrica.

La cooperació amb La Xarxa se suma al dret de TV3 de disposar de les informacions que elabora l'Agència Catalana de Notícies, segons un conveni signat entre les dues entitats. Aquest actor és un altre proveïdor d'informacions de proximitat, que comparteix seu amb La Xarxa des del 2013, com a mesura d'estalvi econòmic. Des d'aleshores s'ha especulat sobre la fusió de les dues entitats, que tradicionalment han tingut funcions diferents: La Xarxa de suport i de plataforma d'intercanvi per als mitjans de proximitat, i l'ACN de proveïdora d'informacions als diversos mitjans. Cal mencionar que l'ACN depèn la Generalitat i és participada en un 30% per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

6.2.1.6. Unificació editorial TN Comarques i TN Migdia

Als canvis en la cobertura informativa del territori, cal afegir-hi una modificació interna en l'estructura dels telenotícies de TV3. A principis de 2014, l'edició del Telenotícies Comarques es va passar a fer de manera conjunta amb el Telenotícies Migdia. Abans d'aquesta data, hi havia dues edicions diferenciades (amb equips i personal que treballava pel TN Comarques, i equips i personal que treballava pel TN Migdia, en què s'inclouïa la secció de Societat) que prenién decisions de manera de manera autònoma, però es va optar per unificar-les.

Antigament, l'equip d'edició del TN Comarques conformava, també, la secció encarregada de produir la informació de proximitat. L'editor del TN Comarques i del TN Migdia, Dani Bramon (2015), ha explicat en una entrevista personal que aquesta estructura produïa una disfunció ja que un equip d'edició propi oferia notícies a l'equip d'edició del TN Migdia com si es tractés secció.

La unificació de l'equip d'edició va anar acompanyat de canvis en la secció de Societat, que es va passar a anomenar Societat i Territori i que es va començar a encarregar de produir i coordinar la producció d'informació de proximitat. Aquesta secció es coordina amb les altres (economia, política o cultura) quan les temàtiques que passen al territori afecten les seves àrees temàtiques. Per tant, hi ha una elevada comunicació entre les seccions i les delegacions territorials. D'aquesta manera es posa en contacte l'especialitat del territori amb la de la secció per a emetre una informació al màxim d'acurada possible. Bramon (2015) considera que aquesta organització és la més eficient en un moment de fortes restriccions de recursos.

El bloc informatiu del migdia és entès com un tot, de 14 a 15.30h. L'editor passa a tenir una visió més global de la informació: El Telenotícies Comarques emet la informació més local i el

Telenotícies Migdia va més enllà. D'aquesta manera, es resol un problema de definició que tenia el TN Comarques, que en alguns casos havia deixat de fer informació de proximitat i produïa informacions massa generals, segons va explicar el l'editor dels telenotícies en una entrevista personal (Bramon, 2015).

El TN Comarques té la missió d'emetre informació de proximitat, sobretot comarcal i local, i només emet informació de proximitat, que pot tenir a veure amb diverses temàtiques com societat, economia o cultura. En les altres telenotícies (TN Migdia, TN Vespre, TN Cap de Setmana i els blocs informatius del canal 3/24), la informació de proximitat és una part del contingut juntament amb les informacions de Catalunya, Espanya i el món.

La primera mitja hora del bloc informatiu del migdia de TV3 ofereix íntegrament informació de proximitat, mentre que l'hora següent ofereix informació dels diversos nivells a què fan referència les diverses capes d'identitat dels individus. El Telenotícies Migdia està més centrat en temàtiques de territori i societat (tot i que també hi ha economia i política), mentre que al Telenotícies Vespre hi tenen més pes els temes de política i economia.

Aquesta unificació editorial ha anat acompanyada d'un allargament del temps d'emissió del programa TN Comarques una mitjana de dos minuts diaris (de 21 a 23 minuts) per motius de programació. La primera meitat del Telenotícies Comarques la conforma un bloc comú amb informacions de proximitat rellevants que s'emeten per tot Catalunya. A continuació, s'emeten uns 10 minuts d'informació de proximitat en desconnexió (és a dir, amb contingut específic per a cada província) produït per cadascuna de les delegacions de TV3 provincials: Barcelona, Girona, Tarragona i Lleida. Les informacions d'aquest segon bloc fan referència a la província a la qual s'emeten la informació. A continuació, s'emeten la previsió meteorològica per a cada àrea i una agenda d'actes del territori que permet corregir la diferència temporal de finalització de cadascun dels desconnectats. Durant les vacances escolars, no hi ha desconnexions territorials, si bé la segona part de l'informatiu -que s'emeten per tot Catalunya- se segueix adreçant a donar cabuda a les temàtiques de proximitat.

El fet que el TN Comarques i el TN Migdia s'agrupin en un sol bloc amb una sola edició permet més flexibilitat, especialment a l'hora de cobrir els grans successos. En alguns casos, s'han agrupat els dos telenotícies en un sol espai si l'excepteionalitat de la situació així ho requeria. També permet equiparar els criteris editorials, evitant incongruències a l'hora de donar importància a un tema i igualant l'avaluació de la importància de les temàtiques.

Segons Bramon (2015) els dóna la possibilitat de ser més innovadors amb el format, i que l'equip d'edició planifiqui la presentació de les informacions d'una manera més global, tenint en compte

els dos blocs. D'aquesta manera, es pot pensar un enfocament d'una notícia per a un informatiu, i un plantejament diferent, més generalista per exemple, per l'altre. En total, entre els minuts comuns i els desconnectats de cada àrea, TV3 emet 55 minuts d'informació de proximitat al dia¹²⁹.

Cal mencionar que els mitjans televisius de la CCMA tenen la seu en un edifici a Sant Joan Despí, i els radiofònics a Barcelona. El model cap al qual es vol anar passa per la integració de TV3 (i els altres canals) i Catalunya Ràdio (i les altres emissores), de manera que la redacció estigui integrada i sigui multiplataforma, donant molta importància a l'entorn digital seguint el model *digital first*. La previsió és que s'estableixin protocols per tal que aquesta rapidesa no vagi en detriment de la qualitat del servei públic, el rigor o la immediatesa¹³⁰. Aquesta integració està en sintonia amb la manera de treballar de La Xarxa, que també unifica les plataformes d'intercanvi informatiu per televisió i per ràdio, i de bona part dels prestadors de proximitat que ja han començat a treballar amb redaccions integrades. En el futur, els mitjans haurien de seguir produint i intercanviaran continguts en un entorn multiplataforma, amb les eines tecnològiques habilitades a tal efecte.

6.2.2. La producció de contingut informatiu de proximitat en el nou model

6.2.2.1. La informació de proximitat a TV3

La taula d'edició dels informatius del migdia de TV3 procura oferir diferents visions dels temes que s'emeten al TN Comarques i al TN Migdia. A un mateix tema se li dona un enfocament més local per al primer informatiu, i més generalista per al segon. Per exemple, es pot explicar el cas concret d'un poble, i després extrapolar o contextualitzar la problemàtica a la totalitat de Catalunya. D'aquesta manera es tendeix a repetir menys la informació, tenint en compte l'audiència que es queda a mirar el TN Migdia després del TN Comarques. Aquesta diferència d'enfocaments és especialment necessària en un context en el qual el públic té molts *inputs*

¹²⁹ Segons una notícia apareguda al Diari Ara el 5 de maig de 2017, aquest model presentarà nous canvis, ja que el Telenotícies Comarques es podrà veure a tot el territori, en comptes d'oferir desconnexions per a Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona, i doblarà la durada. Caldrà veure si aquests canvis es fan efectius i quines implicacions tindran per al model de producció d'informació de proximitat a la cadena, en què es perdria el localisme existent específicament per a cada àrea. Font: http://www.ara.cat/media/Mes-desconnexions-Nuria-Sole-TN_0_1790221042.html

¹³⁰ Informació exposada per Saül Gordillo, director de Catalunya Ràdio i director de l'àrea de Mitjans Digitals de la CCMA, al Mercat de l'Audiovisual de Catalunya, celebrat l'1 de juny de 2016 a Granollers.

informatius (internet, mòbils, tauletes, canal 3/24, etc.) i, per tant, cal interpretar les temàtiques oferint nous angles.

El nou equip editorial ha intensificat les connexions en directe al territori, en detriment dels reportatges “atemporals” o que no són d’actualitat estricta. A més, s’han introduït algunes directrius sobre com tractar les informacions, segons va explicar Bramon (2015) en una entrevista personal:

- Localitzar les comarques sobre el mapa: per tal de fer pedagogia de les comarques.
- En el discurs periodístic, reforçar verbalment la pedagogia sobre la geografia i particularitats del territori català. Emfatitzar la característica de l’indret i aprofitar l’espai informatiu i la notícia per parlar dels territoris. Independentment del fet del qual s’estigui informant, en la crònica es procura dir el nombre d’habitants de la població, situar-la en la comarca o explicar per què és conegut aquell lloc. Es tracta de fer visible el territori i donar a conèixer les comarques.
- Fer el telenotícies des de l’exterior en lloc del plató: buscar històries a pobles que solen estar fora del focus mediàtic. En aquest sentit, s’aprofiten fets noticiables per desplaçar-se i donar visibilitat al territori. En són exemples els informatius especials sobre turisme, els de tragèdies com incendis o terratrèmols, o les festivitats com l’aplec del Cargol des de Lleida. D’aquesta manera, la presentació del telenotícies es fa des de territori, i es pretén connectar-hi més.
- Canviar la concepció de la proximitat, de manera que els informatius siguin menys centralistes. Tradicionalment Barcelona s’ha considerat el centre des d’on s’emetia la informació, i es feien tres desconnexions: a Girona, Tarragona i Lleida, mentre que en el cas de Barcelona es mantenia la mateixa presentadora i decorat que en la part no desconnectada. Per reduir la visió centralista, es va decidir crear un desconnectat de Barcelona, amb una presentadora i decorat específics. D’aquesta manera, es desconnecta amb les quatre demarcacions i la gent identifica una presentadora per l’àrea de Barcelona. A banda, hi ha certa flexibilitat per a fer desconnectats d’uns minuts concrets enmig de l’informatiu en casos especials o que ho requereixin.
- Procurar que peces que es podrien fer des d’una població o una altra (per exemple, una notícia sobre la calor) es facin des de pobles en els quals TV3 s’hi desplaça poc, per millorar la representativitat del territori.

Cada matí, a les 8.45h es fa una reunió conjunta amb l’equip d’edició del TN Comarques de Sant

Joan Despí, encapçalat per l'editor, que dissenya l'escaleta, i el cap d'edició del TN Comarques, que s'encarrega de l'execució i control de les escaletes. També hi participen les delegades territorials de cascuna de les províncies, per videoconferència.

Les delegades territorials jerarquitzen les històries de la seva àrea i les presenten a aquesta reunió, en la qual es decideix quines van a la part comuna del TN i quines a la part dels desconnectats, en funció de la temàtica, la importància, si són temàtiques que poden servir d'exemple per altres poblacions, si parlen d'una situació que es repeteix o si equilibren la presència territorial a l'informatiu (Bramon, 2015).

La cap i sotscap de la secció de Societat i Territori són les que coordinen els continguts del territori. A banda, hi ha una persona a la redacció central que es dedica a estar al cas d'allò que cobreix La Xarxa i l'Agència Catalana de Notícies, especialment en funció de les previsions diàries, per tal de poder-les descarregar. El següent esquema (figura 80) mostra el funcionament de TV3 en relació amb La Xarxa i els prestadors de proximitat. S'hi observa que la Secció de Territori i Sostenibilitat de Sant Joan Despí coordina la informació de territori, mitjançant els contactes amb les delegacions territorials i amb La Xarxa en el cas de les notícies de les comarques de la província de Barcelona. Excepte amb el cas de BTV, en general TV3 no té -o té poc- contacte directe amb les prestadors de proximitat.

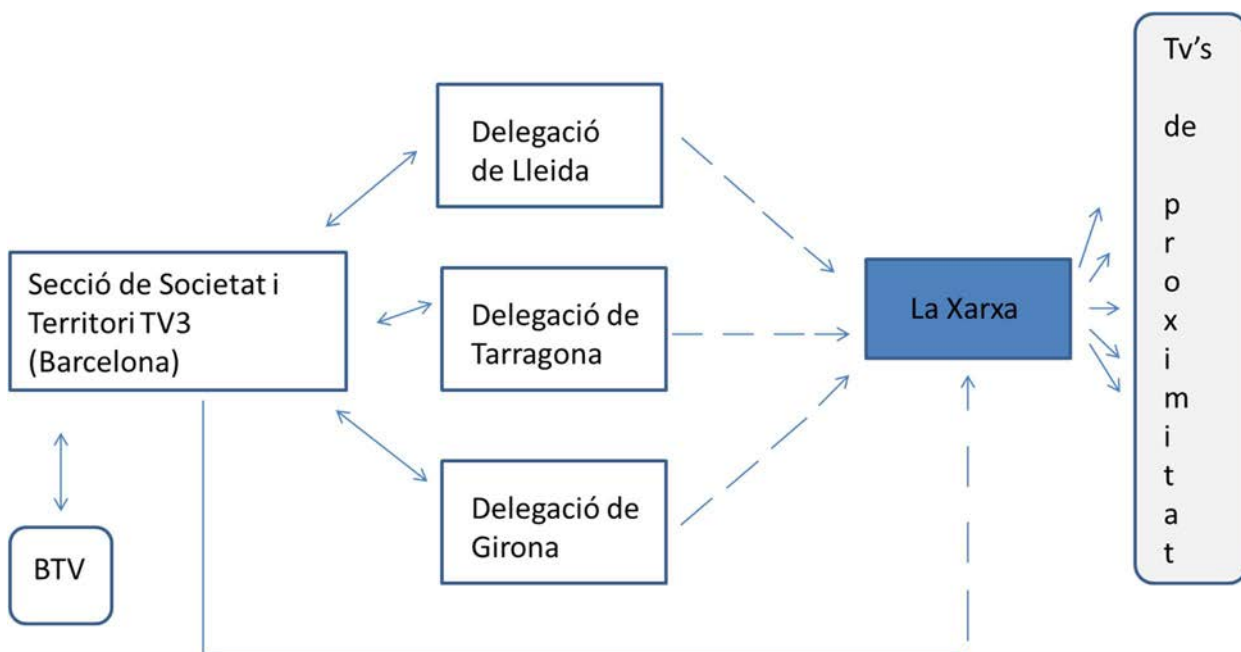


Figura 80. Relació entre TV3 i les televisions de proximitat. Elaboració pròpia.

Generalment des de TV3 s'utilitza material produït per les televisions de proximitat quan no tenen recursos propis per anar a cobrir el fet noticiable, o quan veuen un tema a les previsions que fan els prestadors de proximitat i els sembla atractiu. El fet que es demani material a una

televisió també va en funció de la qualitat de les imatges que pot oferir el prestador, i de com TV3 té cobert el territori amb recursos propis. Per exemple, a la Catalunya Central hi ha un equip i, per tant, utilitzen poc material de les televisions de proximitat a diferència d'altres àrees, com va explicar la cap de la Secció de Societat i Territori, Clara Cabezas (2015) en una entrevista personal.

A l'hora de comptar amb contingut dels prestadors de proximitat, TV3 no diferencia entre la naturalesa dels prestadors, tant és si són públics o privats. Des de TV3 consideren que els temps d'entrega del material per part de les televisions de proximitat podrien ser més ràpids, però són conscients la seva prioritat és l'informatiu propi. Troben que les rutines són més lentes, perquè els informatius de les televisions de proximitat s'emeten al vespre i no al migdia, en molts casos.

Del material proveït per les televisions de proximitat no se n'emeten gaires peces en format notícia llarga: generalment són peces curtes, seguint el format off+insert, és a dir, vídeo i declaració (Cabezas, 2015, entrevista personal). Des de la secció consideren que les televisions locals tenen els seus propis interessos i que de moment no són una pota estructural en la producció de continguts de proximitat com ho eren les productores. En la mateixa línia, la cap de producció de TV3, Montserrat Pérez (2015) va apuntar en una entrevista personal que les televisions de proximitat no fan la funció de corresponsals, sinó més aviat de suport. Malgrat això, la relació entre el moment en què es deixa de comptar amb les productores externes i la intensificació de l'ús de materials proveïts per les TDT-L indica que els prestadors de proximitat són uns actors de gran importància en la cobertura de les informacions més locals.

L'interlocutor entre TV3 i les televisions de proximitat sol ser La Xarxa. De fet, des de la secció de Societat i Territori de TV3 han explicat que no coneixen la majoria de personal que treballa a les televisions de proximitat. L'excepció és BTV, perquè en aquest cas la relació es duu a terme de manera bilateral, ja que hi ha un conveni de col·laboració propi, al marge de l'existent amb La Xarxa. A la redacció central de TV3 es coordina la cobertura territorial corresponent a la província de Barcelona. Les altres províncies estan coordinades pels seus respectius centres territorials, que s'encarreguen de tot allò que succeeix a la seva àrea. Quan alguna entitat adherida o La Xarxa demana notícies a TV3, ho ha de fer a través del personal de producció de TV3.

6.2.2.2. El contingut de proximitat a les delegacions

A resultes d'una reunió feta per videoconferència amb les delegades de les demarcacions territorials de TV3, el dia 1 d'octubre de 2015 a la seu central de TV3, s'han extret algunes conclusions sobre el tractament de la informació de proximitat, les rutines que s'estableixen, i

sobre la relació entre TV3 i les televisions de proximitat des que les productores audiovisuals no prestin servei al canal per a cobrir la informació de territori.

Les delegades territorials decideixen què és notícia a cada àmbit provincial segons criteris periodístics. Es té en compte que siguin temàtiques d'interès, que tinguin lloc a les comarques del territori i que no siguin de política o esports, ja que generalment es tracten des de cada secció. Se centren en temes de societat, salut, successos o ensenyament. Es pretén, per tant, donar veu el territori i a la societat que hi habita. Pel que fa a la política, sí que es duen a terme notícies de política municipal, tot i que en menys mesura, i s'enfoquen aquests temes cap a explicar allò que repercuteix en la població.

També tenen molt pes al TN Comarques els temes climàtics, com ara pluges o llevantades. La informació territorial no només nodreix el TN Comarques, sinó que també té cabuda -en menor mesura- als diferents informatius de TV3, d'acord amb el criteri dels equips d'edició. Quan hi ha informacions polítiques que tenen lloc al territori, a vegades s'hi desplaça un equip de política de la redacció, i d'altres ho fa la delegació territorial.

Cada delegació provincial coordina la informació de proximitat del seu territori, i decideix si es cobreix amb recursos propis o si s'utilitza material intercanviat a través de La Xarxa. Les delegacions territorials cobreixen les informacions amb recursos propis sempre que poden, especialment en informacions de gran repercussió. La de Lleida no sol descarregar-se continguts produïts per part de les entitats adherides a La Xarxa, ja que hi ha poques televisions de proximitat -cap de pública- i les que hi ha no són prou ràpides per a proporcionar les informacions segons les rutines informatives que requereix TV3, com és el cas de Lleida TV, Tàrrrega TV i Balaguer TV. En canvi, sí que hi ha molta relació amb l'ACN, com per exemple en el cas d'informacions en relació a tribunals. En aquests casos, si l'ACN assegura que ho cobreix no s'hi destinen recursos propis, tot i que després es complementa la informació a partir del que hagi passat als tribunals.

A Barcelona, la col·laboració amb BTV és freqüent: "BTV és un gran subministrador de notícies per TV3, ja que és un prestador ràpid i eficaç" (Cabezas, 2015, entrevista personal). Amb les altres televisions públiques de proximitat la col·laboració és més esporàdica. En el cas del Maresme, el Vallès Occidental i el Vallès Oriental, on hi ha televisions públiques, la poca distància existent amb la seu central fa que majoritàriament es cobreixin les informacions mitjançant periodistes en plantilla.

En el cas de la delegació de Girona, hi ha molta relació amb Televisió de Girona, amb Televisió d'Olot i també amb Empordà TV. A la província de Girona només hi ha una televisió pública de

proximitat, que és Canal 10 Empordà, amb qui asseguren que hi col·laboren poc ja que es tracta d'un mitjà menys professionalitzat i de caire més local. Pel que fa a Tarragona, la relació s'estableix amb TAC12, que també fa d'enllaç entre TV3 i els altres prestadors audiovisuals de proximitat de la província. La delegació tarragonina de TV3 sol fer servir informacions que estan planificades, com ara rodes de premsa, però generalment no demanen temes propis elaborats pels canals de proximitat.

Les delegacions no fan servir les imatges que s'intercanvien a través de La Xarxa per a elaborar notícies amb un enfocament aprofundit, sinó que solen ser informacions més secundàries, que s'incorporen en format d'*off+insert*¹³¹. L'interlocutor amb TV3 és La Xarxa i no cadascuna de les televisions de proximitat, excepte en el cas de BTV, en què la comunicació s'estableix amb personal de la cadena directament. També el cas de Tarragona conforma una excepció, ja que l'interlocutor és TAC12. Aquest canal és el que fa de coordinador amb els altres prestadors del territori, com Televisió El Vendrell o Canal Reus. Des de TV3 han destacat que TAC12 és de les televisions més professionalitzades i amb la qual la relació és més fluïda, mentre que amb Canal Terres de l'Ebre hi tenen poca relació, ja que TV3 té una delegació pròpia a la zona.

A la província de Barcelona TV3 no sol posar-se en contacte amb els prestadors de proximitat i agafen la informació directament de la plataforma d'intercanvi de La Xarxa. A les altres delegacions hi ha més relació entre els diferents actors. Tot i que es va deixar de treballar amb una desena de productores externes que cobrien el territori per a TV3, la cadena va obrir una seu territorial a cada província per a cobrir un territori determinat de cada demarcació que queda lluny de la seu territorial amb recursos propis. En el cas de Lleida, es tracta d'un equip que cobreix la Seu d'Urgell-Pirineus; a la província de Tarragona, Tortosa i les Terres de l'Ebre; en el cas de Girona cobreix l'Alt Empordà i la Catalunya Nord; i en el cas de Barcelona l'equip s'ubica a Manresa i cobreix tota la Catalunya Central.

Es pot arribar a cobrir l'actualitat dels diferents territoris de Catalunya, tenint en compte que l'edició d'informatius ha optat per reforçar les connexions en directe i per minimitzar les peces atemporals, que s'ha intensificat la relació amb La Xarxa i l'ACN, i que s'han obert algunes delegacions territorials per a substituir les productores audiovisuals. Ara bé, a Lleida consideren que hi ha algunes zones que no estan tan cobertes com les altres, com és el cas del Pallars Sobirà,

¹³¹ Terminologia utilitzada a TV3 per referir-se a notícies en què el presentador o presentadora locuten la veu en *off* mentre es veuen imatges en pantalla, que s'acaben amb una declaració a càmera d'un dels protagonistes de la informació.

el Pallars Jussà i la Segarra; i a Girona, la comarca del Ripollès.

Les delegades territorials consideren que s'ha perdut presència al territori, des que no es compta amb les productores, ja que aquestes tenien disponibilitat absoluta per la cadena. A Lleida asseguren que no es cobreixen tantes notícies de la Segarra, de l'Alta Ribagorça i el Pallars Sobirà, i que, en general, ara tenen menys temps per a cobrir les informacions. Un element a tenir en compte és la consideració que abans hi havia més relació directa amb els actors de cada àrea, i que la relació ha passat a ser telefònica en alguns casos. Consideren que la clau per a cobrir bé el territori és comptar amb personal que el conegui, hi resideixi i hi estigui ben connectat.

A Girona, la desaparició de les productores externes s'ha notat menys que a Lleida, ja que la majoria tenien la seu a Girona i es desplaçaven des de la ciutat, en lloc d'estar ubicades en diferents punts de la província. Hi havia una productora situada a Olot, i pel fet que a la plantilla de TV3 hi ha dues persones d'aquesta ciutat, l'àrea de la Garrotxa està ben coberta. El territori que ha quedat més descobert és el Ripollès, en el qual no hi ha personal específic destinat.

Les dinàmiques de les televisions de proximitat fan que TV3 no sempre pugui comptar amb informacions que produeixen aquests prestadors. Les TDT-L solen penjar les notícies passat el migdia, que és quan TV3 emet principalment la informació de proximitat. Els horaris i les rutines de producció són força diferents entre TV3 i els prestadors de proximitat. Els treballadors dels canals de proximitat entren a la feina més tard, i fins a mig matí TV3 no hi pot contactar per planificar-se. Si aquests prestadors tinguessin més recursos podrien augmentar l'horari de cobertura, agilitzar els processos de producció i incrementar els nivells de professionalització. Això faria que la col·laboració amb TV3 fos més intensa. Quan des de TV3 necessiten un tema que va a cobrir una TDT-L, han d'assegurar-se que les imatges estiguin a punt a l'hora que ho necessiten. Les notícies de cultura, que normalment no requereixen tanta rapidesa, permeten col·laborar més amb les televisions de proximitat.

Per aquests dos factors es conclou que la informació es cobreix d'una manera diferent. Per una banda, les comarques tenen més presència als diversos espais informatius de TV3 pel que fa a les temàtiques d'actualitat estricta, si bé abans es feien més informacions atemporals i temes propis perquè la presència de les productores ho permetia.

Les delegacions consideren que, amb les televisions locals, no s'hi pot comptar com a recurs propi ja que La Xarxa i TV3 tenen un conveni de col·laboració, però els prestadors locals no tenen disponibilitat absoluta per a cobrir notícies per a TV3. Amb les productores, en canvi, s'hi comptava a qualsevol hora. Des de TV3 consideren que les televisions de proximitat encara

estan poc professionalitzades -amb algunes excepcions-, que tenen uns horaris i dinàmiques de treball diferents ja que sovint fan els informatius al vespre, i que la col·laboració és més intensa amb aquells prestadors que estan més professionalitzats.

En definitiva, el sistema per a cobrir el territori a TV3 s'ha modificat per dues raons:

- La reducció d'efectius que cobreixen el territori, que ha afectat les rutines i fa que es col·labori més amb La Xarxa.
- L'enfocament de la informació de proximitat, ja que el TN Comarques i el TN Migdia estan editats i coordinats per la mateixa persona, que ha intensificat els directes i ha reduït les peces "atemporals".

6.3. Els actors de proximitat i el canvi de model

Pel que fa a la incorporació de TV3 al sistema d'intercanvi de continguts de la Xarxa, alguns prestadors de proximitat no estan satisfets amb el funcionament que n'ha resultat. Consideren que s'ha posat totes les televisions locals al servei de TV3 i que aquesta cadena no dona visibilitat a les TDT-L, ja que quan utilitza imatges no indica la font de la informació. Es tracta d'un sistema unidireccional, en el qual TV3 utilitza moltes més informacions provinents de les TDT-L que a l'inrevés (aquesta afirmació s'extreu tant de la recerca qualitativa com de l'anàlisi quantitatiu de l'intercanvi informatiu).

El fet que TV3, mitjançant La Xarxa, demani informacions a les TDT-L els exigeix més rapidesa. Per exemple, han de descarregar i enviar les imatges durant el cap de setmana, que és quan tenen menys recursos. Des de TV3 són molt exigents, tant pel que fa a la qualitat de les imatges com a la rapidesa, i a vegades després no utilitza les imatges malgrat els periodistes de la televisió local s'hagin afanyat per posar la informació a disposició a temps. Per això, alguns prestadors han decidit no adaptar les seves dinàmiques de producció d'informació a les demandes de TV3. Consideren que el que podria conformar una gestió més eficient dels recursos públics no és una relació equitativa, i els gestors d'alguns canals han manifestat que se senten utilitzats per TV3, amb La Xarxa com a intermediari.

De cara a les televisions de proximitat, com ja s'ha esmentat, la col·laboració amb TV3 va suposar alguns canvis a petició del prestador, corresponents a l'homologació tècnica al format 16:9, i a l'adaptació de les rutines, per exemple, donant a conèixer les previsions dels temes a cobrir l'endemà. A això cal sumar-hi els canvis que La Xarxa va introduir a la plataforma d'intercanvi, a resultes de les demandes fetes per TV3, com ara incloure la possibilitat que s'hi poguessin fer comentaris. Des de l'entitat també es va incentivar que les TDT-L tinguessin capacitat de

producció durant tots els dies de la setmana per tal de poder donar resposta a les peticions de la cadena catalana.

L'objectiu era que s'aprofités la feina feta per les televisions de proximitat per ajudar TV3 a disposar d'informació de proximitat, en lloc de posar les televisions de proximitat al servei de la cadena. D'aquesta manera es pretenien utilitzar els recursos públics de manera més eficient. L'objectiu era donar valor afegit a un material que ja produïen totes dues parts (TDT-L i TV3), perquè pogués ser optimitzat. Si bé aquesta finalitat és del tot legítima i enforteix el sistema comunicatiu català, no es pot deixar de banda que en el conveni no totes les parts van haver de fer les mateixes cessions. TV3 va fer algunes peticions a les quals La Xarxa i els prestadors de proximitat es van adaptar amb recursos assumits pels propis prestadors o per la xarxa d'intercanvi, mentre que l'adopció de noves rutines a TV3 va produir-se a resultes de decisions internes però no per respondre a peticions derivades del conveni.

Els prestadors de proximitat utilitzen informacions produïdes per TV3 o La Xarxa si tenen relació directa amb l'àrea de cobertura del canal i no ho s'hi poden desplaçar. Alguns prestadors argumenten que La Xarxa ha reduït les cobertures i l'aportació de temes propis que podrien anar bé per a complementar informacions del territori. Les TDT-L han posat de manifest que quan han demanat materials a TV3, a través del departament de producció, no han tingut les facilitats que s'esperaven per disposar-ne. Malgrat que les demandes de temes generalistes per part d'aquests prestadors és esporàdica, el fet de no tenir facilitat per accedir-hi fa que des del sector audiovisual de proximitat s'hagi madurat la idea que aquesta relació és desigual, amb major implicació per part de les TDT-L.

Les productores feien un seguiment del dia a dia del territori per TV3 similar al que fan les televisions públiques de proximitat, a banda de cobrir aquelles informacions d'urgència fruit de successos que es donen al territori. Ara bé, les productores es dedicaven a buscar i produir temes per TV3 des d'un enfocament propi, una funció que no desenvolupen els prestadors del territori. Quan es produeix la col·laboració amb les televisions, generalment hi sol haver un component d'emergència o d'urgència, o es tracta d'un fet planificable (com ara una roda de premsa), més que de seguiment del dia a dia des d'una òptica particular. Una de les raons que fa que no s'enforteixi la relació de les televisions de proximitat amb TV3 té a veure amb les velocitats i rutines productives, que també va relacionat amb els pressupostos escassos d'aquests prestadors, si bé és cert que la relació ha servit al món de la comunicació de proximitat per millorar la capacitat del resposta amb condicions tècniques homologables.

Les televisions de proximitat consideren que tenen criteris de qualitat i de professionalització

equiparables a TV3, mentre que des de la cadena d'àmbit català encara es considera els prestadors de proximitat com un espai poc professionalitzat o un lloc per a formar els professionals, que després puguin fer el salt a altres mitjans d'àmbits de cobertura majors. Així doncs, les grans informacions del territori es cobreixen, i s'ha intensificat l'ús dels directes per a fer-ho, però hi ha menys seguiment del dia a dia en temàtiques més internes del territori o que tenen menys repercussió generalista.

Generalment, els temes en els quals s'utilitzen imatges de les televisions de proximitat solen ser aquells actes més institucionals, mentre que TV3 procura anar a cobrir les temàtiques socials per a donar-les-hi un enfocament propi. En una entrevista personal, Besson (2015) ha valorat positivament la capacitat de La Xarxa d'adaptar-se a les necessitats de TV3. Tècnicament, per la rapidesa de la transmissió i potència a la xarxa d'intercanvis; i metodològicament, ja que s'ofereix més immediatesa periodística. Aquesta relació de col·laboració s'ha traslladat també al mitjà radiofònic, entre Catalunya Ràdio i les ràdios locals, un aspecte al qual el present treball no presta atenció detallada, però que cal mencionar per comprendre la globalitat del sistema audiovisual català. No obstant, TV3 no està treballant com una redacció integrada, on hi convergeixen els mitjans radiofònic, televisiu i on-line, com està passant en la major part de països europeus i com ja han començat a fer alguns prestadors de proximitat.

Les televisions de proximitat no poden ser una garantia per TV3 per a cobrir territori ja que, malgrat que s'ha avançat en aquest sentit gràcies als incentius de La Xarxa, la majoria de prestadors no tenen capacitat per cobrir notícies en horaris nocturns o el cap de setmana. En canvi, fan la funció d'enviar imatges de temàtiques agendades o planificables, com ara rodes de premsa o judicis. Per tal que aquests prestadors poguessin ser una garantia per al prestador català, caldria dotar-les de més recursos, com s'exposarà en les conclusions d'aquest capítol.

Finalment, es pot mencionar que la col·laboració iniciada entre TV3 i La Xarxa en els continguts esportius i informatiu, s'ha estès a altres esferes la coproducció, com ara els castells, concursos (com ara el Picalletres), gales de premis (com ara els Enderrock o la Gala Gaudí), sèries i documentals. S'observa que es pot anar avançant en l'àmbit de la coproducció per tal de fer el sistema més eficient.

6.4. A mode de conclusió: Implicacions del canvi de model i visió prospectiva

TV3 va prendre la decisió de deixar de comptar amb les productores audiovisuals que cobrien la informació de proximitat en un context de retallades pressupostàries. Com va afirmar Brauli Duart en un correu electrònic en què anunciava la seva renúncia temporal com a president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (enviat dilluns 11 d'abril de 2016), la CCMA va

passar de de 450 milions d'euros de pressupost el 2010 a 304 milions el 2015, el que va suposar una reducció d'un terç de la partida. Durant el període d'anàlisi de la tesi doctoral, la Corporació va aplicar un programa de contenció i optimització, que va comportar una reducció de l'11% en despeses de personal, realitzat a partir d'un ERO i de la disminució de les estructures directives. També va suposar la reducció d'inversions tecnològiques (51%) i de compra de continguts audiovisuals externs (56%).

El canvi de model esmentat, segons el qual TV3 intensificava la col·laboració amb La Xarxa per poder fer servir els materials referents a la informació de proximitat produïda per les TDT-L, va ser motivat per raons econòmiques. Malgrat aquesta raó d'origen, el canvi de model presenta alguns punts forts i alguns punts febles.

Punts Forts:

- Deixar enrere la concepció de televisió pública com a dues realitats (local i nacional).
- Utilitzar els recursos públics d'una manera més eficient, pel que fa a la producció de la informació de proximitat.

Punts febles:

- Descens del pes de TV3 en quant a motor de la indústria audiovisual.
- Reducció de la pluralitat de veus informatives i de l'aprofundiment en temes propis.

La carta de Duart exposa que, des del Consell de Govern, pretenen centrar els esforços a col·laborar en el disseny de les estratègies de futur dels mitjans i, especialment, a potenciar les relacions de col·laboració i reciprocitat per fer realitat un espai comú de comunicació "amb els pobles amb els que compartim llengua, història i cultura". Per tant, se'n dedueix que es pretén potenciar l'espai català de comunicació esmentat al marc teòric d'aquesta tesi doctoral, a partir de la col·laboració amb els altres prestadors que el formen i, per tant, incentivant la col·laboració amb els prestadors de proximitat.

Per a millorar la col·laboració i construir un espai de comunicació en el qual tots els prestadors audiovisuals en surtin reforçats, la present recerca exposa la necessitat que aquest espai sigui transversal i horitzontal, en el qual es potenciï la reciprocitat de tots els actors. En aquest sentit, si els prestadors de proximitat tinguessin més recursos podrien augmentar l'horari de cobertura, podrien agilitzar els processos de producció i estarien més professionalitzats. Això faria que la col·laboració amb TV3 fos més intensa. Per tant, es podrien reassignar els recursos que TV3 té per produir informació de proximitat cap a les TDT-L, de manera que aquestes disposessin de més ingressos per poder adequar les rutines de producció a les de TV3, i esdevenir una pota

estructural de la cadena.

D'aquesta manera els territoris estarien més ben representats al canal públic d'àmbit català i es compliria la funció de representació territorial, si bé el model presenta alguns inconvenients. TV3 va deixar d'enfortir part del sector audiovisual quan va deixar de treballar amb les productores audiovisuals i les empreses van perdre el seu negoci de proveir serveis per als telenotícies de la cadena, tot i que la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya contempla en el seu article 29 la contribució al desenvolupament de les indústries culturals catalanes i la promoció de la creació audiovisual com una missió de servei públic de comunicació audiovisual de competència de la Generalitat. L'altre aspecte que s'ha vist afectat és que la pluralitat de fonts informatives és menor. S'ha passat a cobrir algunes notícies del territori mitjançant un sol actor (les TDT-L), on abans n'hi havia dos (TDT-L i productora que treballava per TV3). El canvi en la producció de la informació de proximitat a TV3, en què s'ha prescindit de les productores audiovisuals per a cobrir el territori, ha anat acompanyat també de modificacions estructurals pel que fa a l'organització dels informatius de la cadena i, per tant, s'ha de parlar d'un canvi de model en general.

La informació de proximitat es cobreix amb recursos propis de TV3, de manera que els professionals treballen d'acord amb les directrius de la cadena. Ara bé, quan aquests professionals no arriben a cobrir totes les informacions -i especialment si es tracta d'actes agendats- es recorre a les televisions de proximitat, que no estan exclusivament al servei del canal nacional. Aquests canals tenen les seves pròpies prioritats i rutines de producció, que a vegades no s'ajusten a les demandes de TV3.

Quan les productores audiovisuals treballaven per TV3 hi havia més tentacles al territori, i també com més complicitats i contactes regulars amb els actors locals. Amb el canvi de model, els professionals de les delegacions no disposen de tant de temps per a fer el seguiment del dia a dia. Cal esmentar que s'ha reduït el nombre de persones que treballen al territori i que es dediquen a la informació de proximitat. Per tant, s'han reduït les veus informatives en les àrees locals.

Gràcies als avanços tecnològics, les televisions de proximitat i La Xarxa han equiparat els estàndards que requereix TV3. A banda dels estàndards relacionats amb la tecnologia, TV3 requereix uns nivells de qualitat pel que fa a l'enregistrament de notícies, que no estan satisfets en els casos de totes les televisions de proximitat. L'heterogeneïtat del fenomen de les televisions de proximitat fa que la manera de treballar la informació i la qualitat dels productes també sigui diferent. Al principi, hi havia queixes per part de la redacció de TV3 sobre al qualitat

i la rapidesa de les informacions aportades per les televisions de proximitat. La Xarxa s'ha esforçat per millorar aquestes qüestions i la relació cada vegada és més fluida.

Els edificis de TV3 i Catalunya Ràdio es troben ubicats en diferents ciutats. D'aquesta manera, és difícil treballar les informacions d'una manera integrada, tenint en compte el mitjà radiofònic, televisiu, l'entorn web i les xarxes socials, si bé algunes corresponalsies han començat a treballar per a televisió i ràdio de manera simultània. Aquesta situació canviarà, tal com va exposar Saül Gordillo al Mercat de l'Audiovisual 2016 -celebrat el juny a Granollers-, ja que les redaccions de TV3 i Catalunya Ràdio s'integraran en un entorn multiplataforma regit pel *digital first*.

La Xarxa també ha introduït canvis enfocats a unificar la plataforma d'intercanvi per a televisions i ràdios, i bona part de les televisions públiques de proximitat treballen de manera integrada amb les ràdios locals (Canal Blau amb Ràdio Vilanova, Canal Terrassa Vallès i Ràdio Municipal Terrassa, Barcelona Televisió i Barcelona Ràdio, Televisió Badalona i Ràdio Ciutat de Badalona, MaresmeDigital ha intensificat la relació amb Mataró Ràdio, etc). Per tant, els diferents actors implicats en l'intercanvi de continguts informatius (TV3, La Xarxa i les TDT-L) estan treballant de manera integrada o s'estan preparant per a fer-ho, i es dissenya un espai català de comunicació multiplataforma amb un intercanvi informatiu transversal, tant pel que fa a continguts com a formats.

Capítol 7. Context internacional: Altres models rellevants

La tesi doctoral incorpora la presentació del sistema de televisió pública de dos models internacionals de referència. El treball que s'exposa és el resultat de dues estades de recerca, tal com s'ha presentat al capítol introductori d'aquest document.

La primera estada s'ha dut a terme a l'*Institute of Communication Research* de la *University of Illinois at Urbana-Champaign*, per tal de presentar el model de televisió pública en xarxa als Estats Units. La segona s'ha desenvolupat al *Centre for Cultural Policy Research* (CCPR) de la *University of Glasgow*, per conèixer el model de televisió diferent existent a Escòcia, una regió del Regne Unit amb certes coincidències amb Catalunya.

Segons la caracterització dels sistemes de mitjans en els països occidentals que desenvolupen Hallin i Mancini (2008) els dos models analitzats se situarien en el model de l'Atlàntic Nord o Liberal, altament diferenciat del model Mediterrani o Pluralista Polaritzat on se situa el model català, en el qual la radiotelevisió està controlada pel sistema parlamentari o governamental. El model dels Estats Units i el britànic, malgrat que aquesta catalogació els engloba en un mateix grup, presenten fortes diferències pel que fa als sistemes públics audiovisuals, com els mateixos autors reconeixen. En el cas nord-americà, els mitjans de comunicació estan fortament dominats pel mercat, i el servei públic està vinculat a les donacions de privats, mentre que en el cas del Regne Unit es destaca la fortalesa del sistema públic de radiodifusió. Això explica que el model audiovisual públic català s'emmiralli en la BBC.

Tots dos països, són pioners en els tecnologies de la informació i en la digitalització de la televisió:

Tot i que la televisió digital va emergir en primer lloc a la planificació política als Estats Units als anys 1980 per part de l'Advanced Television Systems Committee de la FCC, la Gran Bretanya ha estat un líder mundial en el desenvolupament de la televisió digital terrestre (TDT), amb la BBC, que ha tingut assignat un paper clau. Debrett, 2010: 46.

S'ha considerat rellevant escollir aquests dos models ja que:

- En el cas dels Estats Units, es tracta d'un model eminentment local que treballa en xarxa, que és un sistema de referència en quant a l'intercanvi de continguts entre les diferents emissores de proximitat. Per altra banda, també és interessant analitzar com funciona un model de radiodifusió considerat públic, que no està majoritàriament finançat mitjançant fons públics.
- En el cas del Regne Unit, la BBC és reconeguda internacionalment com un model de

referència pel que fa a la prestació d'un servei públic audiovisual. Dins d'aquest país, es va considerar interessant analitzar especialment el cas d'Escòcia, donats els paral·lelismes que existents amb Catalunya, en ser ambdós territoris nacions sense Estat i tenir un espai comunicatiu propi, segons els fonaments teòrics explicitats en el Capítol 2 d'aquest treball. Això permetia establir més punts de comparació amb l'objecte d'estudi de la tesi doctoral.

Per tant, el cas nordamericà s'ha escollit per ser un referent en proximitat (la PBS es conforma en base a una xarxa de televisions locals), malgrat que el concepte de televisió pública s'entén com una alternativa a la televisió comercial; i el cas britànic per ser un referent en televisió pública. En especial, el fet de posar el punt de mira sobre Escòcia, permet fer comparacions amb el cas català per les característiques en comú dels dos territoris, que es mencionaran al llarg d'aquest capítol.

Els dos casos analitzats han estat de gran interès per la doctoranda i han permès conformar un context d'anàlisi que ha donat complementarietat a l'estudi de cas, així com referències a l'hora d'analitzar la idoneïtat del model català.

7.1. La PBS com a exemple de xarxa local

Aquest apartat és fruit d'una estada de recerca que es va dur a terme entre els mesos d'octubre i desembre de 2013 a l'*Institute of Communications Research* de la *University of Illinois at Urbana Champaign*. Es van realitzar entrevistes a acadèmics experts i a professionals de la PBS, i es va dur a terme observació no-participant a les cadenes WILL TV, UI7 i WCIA de l'estat d'Illinois¹³².

7.1.1. Introducció a l'estudi de la televisió pública als Estats Units

El camp de la televisió pública als Estats Units ha estat tradicionalment un àmbit poc investigat en la recerca en comunicació. El lleuger pes específic que té el servei públic de radiodifusió als Estats Units, que configura un nínxol del panorama audiovisual amb una minoria d'espectadors, no ha aplegat un nombre significatiu d'acadèmics que hi parin atenció. Les polítiques liberals han anat acompanyades de l'enfortiment de les anomenades *Big Four* (ABC, CBS, NBC i Fox), a les quals els investigadors han prestat més atenció. Aquestes cadenes operen en xarxa (per això

¹³² L'observació no-participant s'ha realitzat a les cadenes públiques WILL TV i UI7 (ubicades a la ciutat d'Urbana de l'estat d'Illinois) entre els mesos d'octubre i desembre de 2013. També s'ha realitzat observació no-participant a l'emissora comercial WCIA, afiliada a la CBS, ubicada a la ciutat contigua de Champaign, per comparar el funcionament entre els prestadors públics i el comercial de la mateixa àrea.

s'anomenen *networks*), han estat distribuïdores de continguts de televisió més potents (Mittell, 2010; Curtin i Shattuc, 2009), i funcionen mitjançant un sistema d'afiliació en el qual les emissores emeten programació de forma sindicada.

La televisió pública als Estats Units, capitanejada per la *Public Broadcasting Service* (PBS), està formada per televisions locals, i va néixer de la mà d'emissores educatives que pretenien oferir una contraoferta a les aleshores tres (la Fox encara no s'havia creat) grans cadenes existents. La PBS no compta amb un canal que emet per a tot el país -a diferència de les cadenes comercials- i ho té difícil per competir amb aquests gegants de la comunicació, unes companyies internacionalitzades i molt pendents dels interessos de l'audiència. Aquest apartat té per objectiu oferir una visió acurada sobre el funcionament de la televisió pública als Estats Units, amb una descripció dels seus objectius, la seva missió i la seva relació amb les estacions locals, així com el paper que actualment desenvolupa la PBS a la societat.

Es focalitza l'atenció en el rol de la televisió pública als Estats Units pel que fa a la producció de notícies, en comparació amb les cadenes comercials. Les missions de servei públic en televisió giren al voltant de tres eixos: informar, educar i entretenir. Donada la impossibilitat d'abastar tots tres elements, aquest apartat se centra en la informació dels prestadors públics audiovisuals als Estats Units, tenint en compte que un dels atributs del servei públic definit per la UNESCO (2005b) és el de difondre notícies que conformin un fòrum per al debat públic, de manera que es garanteixi la pluralitat d'opinions i es conformi un electorat ben informat. Rober E. Park (1940) es refereix a les notícies com una forma de coneixement, i té en compte el poder dels mitjans moderns a l'hora d'influir en l'opinió pública.

Les notícies han estat enteses com un element que contribueix en la història, la sociologia, la literatura i el folklore (Czitrom, 1982), i poden servir per a una millor comprensió bàsica del progrés social. Aquest capítol no entra a avaluar el *newsmaking* o el contingut de les notícies, però sí que s'ha considerat rellevant argumentar-ne el seu valor, que justifica el fet que el focus de l'atenció es basi en la informació en el sistema públic de televisió. Les notícies segueixen sent un àmbit d'estudi destacat per comprendre com aquest format encara és una font poderosa per informar les societats, i d'elles depèn el bon funcionament de la democràcia (Lotz, 2007).

7.1.2. Història i context de la televisió pública als Estats Units

La televisió als Estats Units neix com una indústria privada, organitzada pels principis del lliure mercat, tot i ser considerada un mitjà d'utilitat pública i que el govern federal ha d'atorgar les llicències per operar. Malgrat que en els dos casos l'espectre electromagnètic és limitat, el

sistema contrasta amb l'europeu, on la televisió és vista com un recurs públic, massa important per deixar-la únicament en mans de les forces del mercat.

Mentre els Estats europeus estaven establint els sistemes públics de radiodifusió com a institucions i serveis a la ciutadania, les autoritats dels Estats Units van donar permís a les corporacions de propietat privada per operar la radiodifusió comercial sota paràmetres d'interès públic (Oullette, 2002). Sovint s'ha catalogat la PBS com un oasi en un sistema mediàtic àmpliament comercialitzat, en què "la televisió no pot organitzar-se solament com una empresa amb la finalitat de generar interessos privats, sinó com un mitjà que també s'ha d'entendre com un bé públic" (Hoynes, 1994: 38).

La informació sobre l'estructura econòmica dels mitjans de comunicació és fonamental per entendre l'organització dels *mass media* i el seu paper per a millorar la democràcia. En aquest sentit, McChesney (1993) considera que el sistema mediàtic dominat per les grans xarxes, finançat a través de la publicitat i motivat pels guanys econòmics, no és un sistema natural per els Estats Units. La televisió comercial tenia una gran dependència dels ingressos publicitaris. Per aquesta raó, havia d'atraure el públic massiu i els operadors no estaven disposats a oferir continguts d'informació cultural, educativa i de qualitat. En contrast amb aquest model, difícil de ser reestructurat, el corrent reformador vinculat amb el món educatiu va impulsar la televisió pública, per tal de resoldre l'esclatxa existent entre el sistema mediàtic i les necessitats de comunicació d'una societat democràtica.

Abans del naixement de la televisió pública als Estats Units, va néixer la institució que regula l'espectre radioelèctric. El 1934 la Llei de Comunicacions (*Communications Act*) va crear la Federal Communications Commission (FCC), per a gestionar les comunicacions interestatals i internacionals per ràdio, televisió, telègraf, satèl·lit i cable. Funcionava com una agència governamental independent, supervisada pel Congrés. L'agència estava (i està) dirigida per cinc comissionats nomenats pel President dels Estats Units i confirmats pel Senat dels EUA. Només tres comissionats poden ser del mateix partit polític en un moment donat i no poden tenir un interès financer en cap negoci relacionat. Tots els comissionats, inclòs el president, ho són per un període de cinc anys.

La FCC ha de complir responsabilitats com ara el desenvolupament i la implementació de programes de regulació, la tramitació de sol·licituds de llicències, fomentar el desenvolupament de serveis innovadors, realitzar investigacions i analitzar les queixes, i garantir la seguretat pública i la seguretat nacional. Aquesta agència ha estat controvertida al llarg de la història i s'ha posat en dubte l'exhaustivitat a l'hora de desenvolupar les seves funcions. L'actuació de la FCC

ha estat en entredit des de pràcticament tots els àmbits -polític, empresarial i ciutadà- per errors i negligències, i sovint s'ha considerat que estava més al servei dels interessos privats que dels públics, i que estava subjecte a les pressions de la indústria (Segovia, 2001).

El predecessor del servei de televisió pública com l'entenen actualment als Estats Units va ser la *National Educational Television* (NET), en primer lloc anomenada *Educational Television and Radio Center* (ETRC). La xarxa va ser fundada el 1952 amb el suport de la fundació privada Ford, com un servei per intercanviar i distribuir programes de televisió educativa produïts per estacions locals. Per tant, es tractava d'una xarxa d'intercanvi que no produïa material per ella mateixa. És rellevant destacar que, des dels seus inicis, la televisió educativa va néixer amb els suport d'una fundació privada que n'assumia l'impuls econòmic.

El 1954, es va començar a produir material propi, amb l'elaboració d'un paquet diari de cinc hores de programes de televisió i la distribució del contingut a les estacions afiliades per correu. La programació es va diferenciar pel tractament dels temes en profunditat, incloent entrevistes amb persones d'importància històrica i literària. El contingut també es caracteritzava per ser acadèmic, amb poca oferta d'entreteniment, en contrast amb la televisió comercial.

El 1958, l'organització va passar a ser coneguda com la *National Educational Television i Radio Center* (NETRC). Aquest centre va esdevenir més agressiu, amb l'objectiu de convertir-se en una quarta cadena de televisió dels EUA (que competís amb les altres tres cadenes comercials ABC, NBC i CBS). L'organització va canviar altra vegada de nom al novembre de 1963, i va passar a dir-se *National Educational Television* (NET) i a operar de manera independent respecte les emissores de ràdio.

La NET va començar a emetre documentals polèmics que van explorar nombroses qüestions socials, com la pobresa i el racisme. Alguns dels sectors conservadors eren crítics amb la inclinació liberal de la programació. El 1966, la viabilitat de NET va ser qüestionada quan la Fundació Ford va decidir iniciar la retirada de suport financer com a conseqüència de la contínua necessitat de finançament addicional per part de la xarxa. Mentrestant, les estacions afiliades intentaven mantenir-la mitjançant el desenvolupament de fonts fiables d'ingressos. Abans de la creació de la PBS, les estacions locals educatives eren la columna vertebral del que després es convertiria en el sistema nacional de televisió pública.

El 1965, es va crear la Comissió Carnegie sobre la Televisió Educativa¹³³ per a investigar el paper

¹³³ Aquesta Comissió (*Carnegie Commission on Educational Television*) va ser creada per la Corporació Carnegie de

que la televisió educativa no comercial jugava en la societat als Estats Units. El 26 de gener de 1967, la Comissió va publicar el seu informe més famós i influent en la història de la difusió, titulat *La Televisió Pública: Un Programa d'Acció*. L'informe pretenia presentar com millorar la televisió educativa, i proposava la creació de noves institucions per fer-ho. En concret, es plantejava el naixement d'una Corporació de Televisió Pública per rebre i gestionar els fons governamentals i les altres fonts d'ingressos. El mateix any, el president Lyndon Johnson va signar la Llei de Radiodifusió Pública (*Public Broadcasting Act*), que va crear la *Corporation for Public Broadcasting* (CPB). La rapidesa del procés legislatiu es devia a la necessitat que tenia el país d'una televisió no comercial que desenvolupés un rol necessari en una societat democràtica (Hoynes, 1994).

La CPB va ajudar les estacions locals, tant de ràdio com de televisió, a crear programes innovadors, augmentant la programació d'interès públic, amb la finalitat de desenvolupar una radiodifusió no comercial.

La Llei autoritzava la CPB a:

- a) Facilitar el ple desenvolupament de la radiodifusió educativa amb programes d'alta qualitat, tendència a l'objectivitat i a l'equilibri en tot el contingut de caràcter controvertit.
- b) Col·laborar en l'establiment i desenvolupament dels sistemes d'interconnexió utilitzats per a la distribució de programes de televisió educativa o de ràdio .
- c) Ajudar a la creació i el desenvolupament d'un o més sistemes de canals de difusió de ràdio i de televisió no comercials en tot els EUA.
- d) Assegurar la màxima llibertat de la televisió educativa i no comercial de la interferència o el control del contingut dels programes.

La creació de la CPB va ser la base del model que es va acabar desenvolupant. Avui les tasques d'aquesta institució són:

- Donar suport a la producció de programes.
- Facilitar la interconnexió de les televisions públiques per compartir els programes.
- Protegir les estacions públiques de la pressió política (actuar com una mena d'escut).

Nova York, constituïda per Andrew Carnegie el 1911 per a promoure la difusió del coneixement. Es tractava d'una de les fundacions més importants dels Estats Units.

La CPB no estava pensada per a produir programació, de manera que va ser necessari crear una altra organització independent per operar i gestionar la interconnexió de continguts. Amb aquest propòsit es va crear el *Public Broadcasting Service (PBS)*, el 1969.

Els dissenyadors del model argumentaven que el sistema públic havia de tenir una estructura financera pròpia per a evitar el control polític dels continguts. No obstant això, el president Johnson va deixar la radiodifusió pública sense un pla de finançament. El 1970, el president Nixon no estava d'acord amb el sistema de radiodifusió pública, a causa de l'emissió de documentals en contra de les pràctiques bancàries i del discurs periodístic sobre la Guerra del Vietnam. Per aquesta raó, la Casa Blanca va planificar establir més control sobre la radiodifusió pública, argumentant que el sistema estava massa centralitzat i que la PBS, com a xarxa, hauria de ser més local.

El govern sabia que si intervenia en el contingut es podria considerar censura. Així que va decidir prendre el control sobre les finances de la Corporació, i el 1973 Nixon va autoritzar el finançament de la radiodifusió pública. Hoynes (1994) va identificar conseqüències de l'oposició de Nixon a la CPB, que podrien ser extrapolables a les característiques que han regit els mitjans públics als EUA al llarg dels anys:

- La radiodifusió pública era vulnerable a la pressió política (el govern federal havia d'aprovar periòdicament el seu finançament).
- La televisió pública va establir mecanismes per protegir-se a ella mateixa (com a resultat, es va crear un nou mètode descentralitzat per a la distribució dels fons, que va funcionar des de 1974 fins 1990).
- El model de televisió pública necessitava fonts d'ingressos addicionals del sector privat, per reduir la dependència del poder governamental.

Es feia palesa la necessitat que la televisió pública establís fórmules per protegir la seva independència del poder polític, i es cercaven recursos en el sector privat. A més, es va crear un programa per a distribuir els fons de producció d'una manera descentralitzada, més enllà de la sindicació i el localisme. Cada una de les estacions locals podia votar quins programes eren de la seva preferència, segons els temes tractats i els costos que representava per a la cadena.

L'administració de Carter (1977-1981) va tenir una actitud més relaxada envers la televisió pública, donat que els demòcrates havien estat tradicionalment partidaris de donar-hi suport. No obstant això, durant la dècada dels 80, el sistema va rebre pressions per part del govern de Reagan (1981-1989), que va promoure una desregulació del sector públic que va afectar la radiodifusió. Va reduir el finançament públic a través de Llei d'Esmenes de Radiodifusió Pública

(Public Broadcasting Amendments Act) de 1981. En paral·lel a la reducció de l'ajuda federal, la FCC va permetre el suport dels subscriptors en els programes de la televisió pública. A més, durant els anys 80 es va produir la desregulació de la televisió comercial. Tots aquests factors expliquen la tendència a la privatització del sector de la televisió que també va afectar el servei públic de radiodifusió. Aquest procés ha de ser entès com un factor més de l'organització de la societat i les relacions socials de producció i consum. Es pot afirmar que l'administració Reagan va fer el sistema televisiu més dependent de les forces del mercat.

A partir de la dècada dels 90, algunes veus –encapçalades pel *think tank Heritage Foundation* i pel grup de pressió *Committee for Media Integrity*– van demanar la privatització total del sistema de televisió pública i, fins i tot, la venda al sector privat. S'assumia que les forces del mercat econòmic proporcionaven l'espai per a crear mitjans de comunicació que transmetessin idees, i que la qualitat de les idees havia de ser mesurada segons la demanda de l'audiència. Així, en demanaven la privatització perquè els mitjans s'organitzessin segons els principis del lliure mercat, com a base sobre la qual estructurar els sistemes de comunicació. A més, consideraven que des que s'havia obert el mercat de la televisió per cable, amb una multiplicació de l'oferta de canals, la televisió pública quedava obsoleta.

En contrast amb la liberalització total el sistema televisiu, una altra posició defensava que el govern assumís un paper més actiu en la regulació del contingut polític de la televisió pública (Hoynes, 1994). Les dues posicions reflectien el desig d'imposar noves restriccions (econòmiques i polítiques) sobre el sistema de televisió pública. Aquests plantejaments eren propers als postulats que consideraven que la multiplicitat de canals es traduïa en diversitat, malgrat que alguns autors s'han plantejat si la liberalització significava pluralisme en el contingut, o bé si aportava menys diversitat com a resultat del procés d'integració i concentració de la propietat (Ferrell Lowel i Steemers, 2012), un debat que continua vigent avui dia.

En aquest darrer punt vista se situen els posicionaments que asseguren que més oferta no es tradueix en un major pluralisme. Sovint es diversifiquen les plataformes però no les fonts, i ens trobem davant d'una homogeneïtzació de la informació malgrat que a l'espectador li arribi per canals diferents. Els mitjans de comunicació, i en especial els públics, han de ser un contrafrè a aquesta situació, amb una nova centralitat en el contingut informatiu de qualitat que actuï com a alternativa a la lògica comercial i als oligopolis de comunicació. Pujadas (2007) afirma que el binomi diversitat-qualitat s'ha demostrat no només clarament insuficient per explicar el funcionament del mercat dels mitjans, sinó que ha estat un argument sovint contradit pel propi funcionament dels mercats televisius.

McChesney (2000) ha alertat sobre la tendència constant cap a la comercialització dels mitjans de comunicació. Com afirma Juan Luis Manfredi (2006: 173), “hi ha un perill de concentració després d’una experiència de vint anys de polítiques de liberalització i desregulació que no han aportat més pluralisme”. L’autor explica que els operadors comercials a penes compleixen les funcions socials i polítiques de la comunicació, ni les funcions de servei públic. “El pluralisme i la diversitat mediàtiques no estan necessàriament cobertes per l’expansió dels mitjans comercials, i per tant es manté el rol dels prestadors públics com a compensadors de la influència dels prestadors comercials” (Flew, 2006: 296). Per tant, el servei públic actuaria com un contrapès de l’oligopoli empresarial i de fragmentació de l’audiència, ampliant les possibilitats d’elecció dels consumidors i influint positivament en l’ecosistema de mitjans.

La història de la televisió pública als EUA permet identificar uns elements que han marcat el sistema de televisió pública i que n’expliquen, en part, la seva debilitat: la vulnerabilitat a la pressió política, l’organització i la relació desigual entre les estacions locals, la manca d’un canal nacional de televisió pública, i la dependència del sector privat. Aquestes són temàtiques recurrents en la trajectòria de la televisió pública als EUA.

7.1.3. El funcionament de la PBS

La PBS és propietat de les televisions que en són membres, i li proporcionen la major part del suport financer. Les seves funcions són comprar continguts als prestadors, distribuir-los, facilitar-ne la comercialització si és necessari i oferir altres serveis de suport a als canals. La PBS agrupa la xarxa de televisions públiques, com a successora de la NET.

La *Public Broadcasting Service* (PBS) és la institució que, juntament amb la *National Public Radio* (NPR), depèn de la CPB. La taula següent (figura 81) mostra les diferències entre les tres institucions existents.

CPB	Corporació privada creada pel govern federal No produeix ni distribueix programes Finançada pel govern federal
PBS	Institució privada, sense ànim de lucre, depèn i és operada per les estacions membres Distribueix programació a les 348 ¹³⁴ estacions adherides de tot el país Finançada per la CPB i les televisions membres

¹³⁴ En aquest enllaç es pot consultar la llista actualitzada de televisions adherides a la PBS, ordenades per Estats:

NPR	Empresa de mitjans de comunicació sense ànim de lucre Produueix i distribueix programes Finançat per les estacions membres
-----	--

Figura 81. Diferències entre la CPB, la PBS i la NPR. Elaboració pròpia. Font: <http://www.cpb.org/aboutpb/faq/cpbpbsnpr.html>

El sistema funciona de manera que la CPB distribueix els fons federals que rep a la PBS, i la PBS els distribueix a les estacions locals perquè tinguin capacitat de producció. Les estacions locals reben els fons federals i altres fons d'ingressos (de la comunitat local on es troben, d'institucions educatives o de donatius privats) i, a la vegada, també envien finançament a la PBS perquè pugui operar. Per tant, la PBS distribueix la pràctica totalitat dels fons federals a les estacions afiliades, però es dona la paradoxa que la institució rep un retorn econòmic per part de les televisions locals. El finançament de la PBS a través d'impostos és necessari per tal que hi tinguin representativitat les minories i la població més desavantatjada, a fi de facilitar el propòsit que la televisió pública arribi i representi tots els nord-americans (Oullette, 2002: 182).

Les televisions públiques adherides a la PBS estan operades per universitats, centres educatius, associacions, governs locals i governs estatals. La propietat dels prestadors, per tant, no és estrictament pública, ja que poden dependre d'organitzacions diverses. En tots els casos l'ànim de lucre queda al marge de la prestació d'aquest servei, i la gran majoria dels fons del sistema públic provenen dels donatius privats¹³⁵, com es pot observar a la taula següent (figura 82).

Origen del pressupost	2013		2012		2011	
CPB	421.900	14,9%	444,100	16%	429.100	15.1%
Subvencions federals	45.617	1,6%	60.054	2.2%	82.613	2.9%
Impostos estatals i locals¹³⁶	546.451	19,3%	538.701	19.4%	564.972	19.9%

<http://www.pbs.org/about/faq/station-finder/>

¹³⁵ En el moment de finalització de l'estada de recerca, les darreres dades oficials corresponien a l'any 2013.

¹³⁶ Inclou el que es rep de l'Estat i dels governs locals, així com les aportacions de les universitats i els centres educatius.

Privats	1.820.414	64,2%	1.734.937	62.5%	1.759.241	62%
Total pressupost no-federal	2.366.865	83,5%	2.273.638	81.9%	2.324.214	82%
Total pressupost	2.834.382	100%	2.777.792	100%	2.835.927	100%

Figura 82. Origen del pressupost de la PBS, en milers de dòlars. Elaboració pròpia. Font: <http://www.cpb.org/stations/reports/revenue/2013PublicBroadcastingRevenue.pdf>

El gran volum del pressupost es gasta en programació, seguit de les inversions i la interconnexió (és a dir, els mecanismes per tal que les plataformes estiguin connectades, a través d'una xarxa electrònica que així ho permet). També es destina pressupost a promoció i beques educatives, com a element de vinculació de la televisió amb la ciutadania a través de l'educació, així com a serveis als membres i drets d'autor.

La inversió en programació es destina a producció pròpia però també a comprar continguts externs. A més, bona part de la programació dels canals locals prové dels programes que proporciona la PBS a través de l'intercanvi de continguts entre les afiliades. En molts casos, la programació pròpia no és una prioritat, i la voluntat de crear identitat local es materialitza a través d'activitats que vinculen el mitjà amb el territori. En alguns casos, per exemple, es duen a terme presentacions de programes o documentals en centres cívics o amb pantalles grans als municipis. En altres ocasions, tot i que el mitjà com a marca hi és present, les activitats no estan vinculades amb el món audiovisual. Es tracta d'accions educatives, com ara xerrades a les escoles o activitats culturals organitzades pels prestadors, però que no necessàriament són retransmeses per aquests mitjans.

A banda de la programació local de cadascun dels canals, la graella d'emissió de les televisions afiliades a la PBS està formada per programació d'origen divers (que pot ser emesa per les adherides) produïda per:

- ✓ Productors independents.
- ✓ Productors estrangers (com és el cas de la BBC, que produeix un informatiu emès pels prestadors de la PBS).
- ✓ Les pròpies televisions adherides. Un petit nombre de cadenes operen com a centres de

producció majoritaris. Les televisions dominants són:

- WMET (Nova York)
- WGBH (Boston)
- WETA (Washington)
- WTTW (Chicago)
- WNET (Los Angeles)

Aquestes estacions són els productors de gran part de la programació en horari de *prime time*, de manera que els espectadors tendeixen a estar-hi familiaritzats.

- ✓ Altres recursos, com la comercialització d'antigues *sitcom* o pel·lícules clàssiques adquirides.

En aquest model, diferents organitzacions (CPB, PBS i prestadors locals de naturalesa i tipologia diversa), amb varietat de condicions i prioritats diferents, han de negociar una agenda comuna per a permetre el funcionament de la televisió pública.

7.1.4. Característiques de la televisió pública als Estats Units

Després del treball de camp realitzat i de la revisió documental, s'identifiquen aquelles característiques que permeten interpretar el model de la PBS, que s'exposen a continuació.

- És un contrapoder a la televisió comercial

Alguns autors descriuen la radiodifusió nord-americana com a liberal (Hallin i Mancini, 2011). El liberalisme implica idees sobre els mercats i la propietat privada, i s'associa a la radiodifusió comercial, inserida en un model basat en l'oferta i la demanda. La trobada entre els principis liberals i la radiodifusió implica molt més que un simple traspàs dels conceptes liberals a les tecnologies, ja que el sistema d'emissió implica un "mercat d'idees".

La televisió pública va arribar tard als EUA, com un suplement correctiu (però estructuralment marginat) al model comercial de radiodifusió dominant des de 1920, és a dir, un contramodel. La seva expansió va lligada als programes de benestar social en la dècada de 1960 per omplir les bretxes culturals en unes emissions dominades per l'ABC, CBS i NBC. Per tant, situem la programació cultural de la televisió pública dels EUA dins de les fissures del liberalisme. Cameron Scott (2013), cap de notícies de la cadena WILL, va explicar en una entrevista personal per a aquesta recerca que la missió de la PBS és informar, educar i alimentar la democràcia. Va argumentar que la televisió pública és un recurs públic, però més dependent de les forces del mercat que en el sistema europeu.

Com que les preocupacions per comptar amb una televisió de qualitat es van intensificar, poderoses organitzacions filantròpiques corporatives, especialment la fundació Ford i Carnegie, es van mobilitzar per oferir una programació alternativa, de qualitat i educativa. Aquest sistema públic conforma un contramodel al sistema comercial, que a Europa seria proper a la televisió comunitària, en ser prestadors que en molts casos estan gestionats per associacions sense ànim de lucre, i amb un finançament en què hi intervenen els donatius.

Segons els postulats de Castells (2009), els processos de construcció de poder van associats a l'adquisició de posicions estructurals de dominació. La resistència al poder s'efectua mitjançant els dos mecanismes que constitueixen el poder en la societat xarxa: els programes de les xarxes i les connexions entre elles, per exemple, trencant els oligopolis de comunicació.

Resistir-se a la programació i interrompre les connexions per defensar valors i interessos alternatius són les formes de contrapoder que exerceix la societat civil, amb la dificultat que les xarxes poden ser normalment globals mentre que la resistència del contrapoder sol ser local (Castells, 2009). Aplicant aquests punts de vista al model televisiu dels Estats Units, la PBS adquireix una posició de contrapoder, és a dir, de resistència a les grans cadenes comercials a través del seu establiment com a prestador audiovisual amb funcions de servei públic, en la societat xarxa basada en el poder de la comunicació. D'aquesta manera, s'alteren les connexions entre els nodes de la societat i les dominacions de poder, especialment en relació als prestadors comercials.

- És un model local

El model de televisió pública dels Estats Units el conforma la suma de les televisions locals públiques, que intercanvien continguts a través de la PBS. No existeix un canal de televisió que emeti per a tot el país. Les estacions afiliades a la PBS nodreixen la xarxa de contingut i poden decidir quins dels programes que han aportat les altres estacions volen emetre a la seva cadena. A la xarxa pública, les emissores locals tenen llibertat d'elecció, mentre que en el cas de les cadenes comercials, les afiliades es veuen obligades a emetre determinats programes de manera sindicada. Es compleix aquí la idea descrita per Castells (2009) d'exercir el contrapoder a les xarxes globals, a través d'estructures bàsicament locals.

- Depèn dels fons privats

Una part del finançament dels canals prové de fons públics federals (a través de la CPB), una altra part prové de diverses institucions a les quals pertanyen les televisions locals (universitats, escoles, centres educatius, etc.), però com s'ha vist anteriorment els prestadors són molt dependents dels donatius privats. Per aquesta raó, és habitual que bona part del temps

d'emissió l'ocupin campanyes per recaptar fons per finançar la televisió. Atès que la intensificació de les activitats de comercialització i promoció amb la interrupció dels programes estan encara prohibides, la PBS s'ha tornat més agressiva pel que fa a la seva pròpia recaptació de fons i les activitats de *branding*, unes accions sovint criticades.

-Ofereix continguts elitistes

Aquesta dependència del finançament privat està estretament relacionada amb la idea de l'elitisme de la televisió. Les emissores locals adherides a la PBS depenen dels donatius privats, i les persones que aporten fons a les televisions tenen unes demandes de programació específiques que no poden trobar a la televisió comercial. Generalment, els donatius són realitzats per persones adultes amb un nivell d'estudis elevat i un poder adquisitiu alt (Schiller, 2013, entrevista personal). La programació que esperen trobar en uns canals pels quals paguen (en part, per satisfer unes demandes que no estan cobertes pels canals comercials) està orientada a professionals o acadèmics altament formats. Sovint es tracta de persones amb educació superior i amb un bon nivell de vida, però que no representen de majoria de la població. Això aboca a certs perills, com la no generalització o la manca d'universalitat, diversitat, representativitat i pluralisme del sistema públic de televisió.

7.1.5. La cobertura informativa de la PBS en comparació amb les cadenes comercials

La cadena afiliada a la PBS de Washington DC, WETA, elabora un informatiu, *Newshour*, que poden difondre en cadena els altres prestadors. Per tant, davant la manca d'un canal públic que emeti per tot el territori, l'informatiu generalista no es produeix a la seu central de la PBS sinó que es realitza en una televisió que té els mitjans adequats i reputació.

El programa PBS *Newshour*, produït per *McNeil-Lehrer Productions*, ofereix més reflexió i interpretació que la que es pot trobar als telenotícies comercials. Recull tota la informació política, i el que succeeix a la Casa Blanca i el Capitoli. En l'última part del programa es duen a terme entrevistes en profunditat sobre temes d'actualitat. Ara bé, els reporters de l'informatiu surten poc al carrer a cobrir històries i no s'inclouen notícies provinents d'altres emissores locals. La manca d'intercanvi de contingut informatiu entre les estacions és una característica de la PBS que la diferencia de les cadenes comercials.

Els canals de la PBS emeten aquest informatiu i en molts casos també la versió americana de l'informatiu generalista de la BBC, però moltes no produeixen un informatiu local, com explica el cap d'informació de la cadena WILL TV, Scott Cameron (2013), en una entrevista feta per a aquesta recerca. La informació generalista (internacional i nacional) tractada en profunditat té una gran presència a la graella dels canals adherits a la PBS, però això no es tradueix en una

multiplicitat de les temàtiques.

Tot i que hi ha programes específics que vinculen les afiliades a la PBS amb el territori (sobretot programes educatius o documentals), les cadenes no emeten diàriament informació de proximitat. “Cada estació és una illa, no estan interconnectades”, va afirmar Ann Stanhle (2013) en una entrevista per a aquesta recerca. I va explicar que connectar les estacions podria fer els costos de producció més barats. El fet és que cada canal local en particular té la seva pròpia missió i uns objectius individuals. Per tant, manca una missió comuna per a totes les estacions de la PBS.

Moltes de les televisions públiques locals no produeixen un informatiu de proximitat i, per tant, no aporten notícies del seu territori a la xarxa. Tot i així, les estacions que sí que produeixen un informatiu propi tampoc no aporten contingut al telenotícies comú ja que no s’han creat les dinàmiques per a fer-ho. Per tant, l’informatiu generalista que ofereixen els canals de la PBS tracta els temes amb més profunditat però compta amb menys presència de continguts propis, i menys informació territorial i local que a les televisions privades.

Les cadenes comercials sí que tenen una emissió generalista, a diferència de la PBS, i això afecta l’organització a l’hora d’elaborar informació. Els canals comercials, a diferència dels públics, cobreixen les històries en primera persona i nodreixen l’informatiu generalista de temes que succeeixen al llarg del territori, explicats pels periodistes de les cadenes de la xarxa. Tenint en compte les rutines de producció de notícies, s’observa una diferència notable entre el funcionament de la PBS i les cadenes comercials. El director d’informatius de WCIA, Richard Flesch (2013), va afirmar en una entrevista personal que en el cas de les xarxes comercials o *networks* les estacions locals comercials produeixen múltiples informatius diaris (fins a sis, al llarg d’una jornada). Els periodistes fan relats sintètics i refan la història per a cada edició i també per al portal web en línia. La durada de les peces és curta, i els professionals no tenen gaire temps per reflexionar sobre la notícia i per elaborar-la. Per aquest motiu els assumptes no es tracten en profunditat i se solen explicar d’una manera superficial. Les històries poden ser sensacionalistes i pretenen captar un elevat volum d’audiència (per tal d’aconseguir més anunciant), com ara incidents o crims. “Hi ha històries que no es cobririen si no poden captar l’atenció dels espectadors”, segons declara la periodista i investigadora Ann Stanhle (2013)¹³⁷,

¹³⁷ Es va realitzar una entrevista semi-estructurada a Ann Stanhle el 23/10/2013 a la University of Illinois at Urbana Champaign. Stanhle va treballar 10 anys com a reportera de notícies a la cadena comercial de la xarxa NBC (WTWL). Després d’això, va treballar durant 6 anys al canal de la PBS WTAU, a Indianàpolis.

en una entrevista feta per a la investigació.

Les redaccions dels canals comercials són multimèdia, i es treballa de manera integrada per als diferents formats: televisió, ràdio i Internet. Els periodistes que cobreixen la informació, en fan versions per als diferents mitjans. Cada emissora local té la capacitat de proporcionar contingut per a altres estacions. Per tant, hi ha una coordinació en els continguts, que es poden intercanviar amb celeritat si les informacions interessin per l'informatiu local de més d'una cadena o pel generalista.

Prenent el cas d'Urbana-Champaign (dos municipis contigus de l'estat d'Illinois on s'ha desenvolupat el treball de camp) la cadena pública WILL TV té un grau molt baix de producció de continguts propis, i no compta amb un telenotícies de proximitat. En canvi, la cadena comercial que dona cobertura a la mateixa zona (WCIA) és qui cobreix les necessitats d'informació de proximitat a través dels informatius diaris i d'una elevada presència dels periodistes al carrer.

L'objectiu de la PBS d'oferir continguts de qualitat en contraposició a les cadenes comercials s'ha acomplert en el cas de la informació generalista reflexiva i de continguts específics. Ara bé, en el cas de la informació de proximitat la PBS encara té camp per recórrer, per tal d'informar d'una manera ràpida d'allò que succeeix al territori, sobretot en àrees locals fora de les grans ciutats.

7.1.6. La PBS com a alternativa a les cadenes comercials

La televisió pública és una part del sistema mediàtic especialment necessària als Estats Units, on la radiodifusió està dominada per les grans cadenes comercials. La societat estava mancada d'espais de reflexió i de contingut al servei de la ciutadania fins el naixement de la televisió educativa, que és la base del sistema públic de televisió.

Aquests canals han estat capaços d'operar com un contrapoder a les cadenes comercials, que ofereixen contingut de qualitat però que no han arribat a ser majoritaris en termes d'audiències. Malgrat que ofereixen informació tractada d'una manera més reflexiva i contrastada, aquesta xarxa conformada per les emissores locals no ha apostat de forma homogènia per la informació de proximitat ni pels continguts propis a cada territori. Es tracta d'una televisió generalment elitista, en què les temàtiques no són presentades de manera atractiva al públic. L'audiència està conformada principalment per persones amb una elevada formació i nivell socioeconòmic que, al seu torn, financen el projecte comunicatiu. El fet de dependre dels donatius privats fa que la televisió pública sigui vulnerable, en alguns casos elitista i amb una programació condicionada als interessos d'aquests donants. La PBS requereix una subvenció pública suficient

i estable, que la faci independent i que permeti corregir les deficiències del mercat (Schiller, 2013, una entrevista personal).

Atès que les xarxes comercials van ser criticades pel fet de voler complaure i atraure les masses, la PBS té la missió d'aportar excel·lència i diversitat en la radiodifusió, però també té el repte d'arribar a una audiència majoritària. La televisió pública hauria de ser un espai comunicatiu que eduqui la població i doni veu a la cultura, així com una via per vehicular les opinions de les minories, com a alternativa a l'enfocament orientat a l'apel·lació massiva dels canals comercials. A través de la televisió pública, "s'espera protegir una petita porció de la televisió dels estralls de la cultura de masses comercial, oferir una programació per als espectadors sofisticats, i millorar l'opinió pública en el seu conjunt" (Oullette, 2002: 181). Tot i això, la PBS corre el perill de servir a un públic exclusiu ja que opera com un ens distingit però també com un nínxol marginal, en lloc de ser un locutor principal com ara la BBC o altres canals públics europeus.

La televisió pública ha de combinar un doble objectiu: adequar el to de la seva programació als possibles subscriptors corporatius per a respondre a les expectatives d'aquesta audiència, i oferir un contingut ampli fora dels interessos comercials o dels ciutadans que aporten donatius econòmics. De fet, l'audiència ha estat tradicionalment formada per "persones blanques, amb educació universitària, i per famílies amb ingressos elevats" (Hoynes, 1994: 18).

El públic, per tant, té una tendència a representar els grups demogràfics de l'elit, sobretot per l'horari de *prime time*. "Els telespectadors sovint equiparen la programació de PBS amb espinacs, poden ser bons però no els volen menjar" (Oullette, 2002: 186). El sistema hauria d'aconseguir anar més enllà d'oferir contingut a una audiència reduïda i selecta, de manera que la televisió pública creixi fins a esdevenir un servei plural i universal, que compleixi unes funcions veritablement públiques de radiodifusió.

Després de la realització del treball de camp i de consultar als experts, destaquen tres aspectes que la PBS hauria de millorar:

1. Augmentar la cooperació entre les emissores afiliades per compartir programes i notícies, per tal d'augmentar l'eficiència.
2. Millorar el sistema de finançament ampliant l'aportació pública, és a dir, del govern, ja sigui en forma d'impostos directes o de cànon audiovisual.
3. Establir una missió comuna, de manera que les emissores no operin de manera aïllada les unes de les altres. Els interessos en comú haurien de quedar clars.

En un context definit per Lotz (2007) com a *post-network era*, l'auge de les noves tecnologies fa

caure la dominació de les grans xarxes per donar pas a més canals, més diversitat de la programació, i menys limitacions per part de l'espectador, pel que fa a la ubicació i l'hora del visionat. Aquesta era s'ha definit en base a cinc elements: elecció, control, comoditat, personalització i comunitat. Tots aquests indicadors porten l'espectador a tenir més clar allò que vol veure i a tenir més control sobre el que transmet la televisió. Aquest sistema fragmenta l'audiència i dóna menys control a les cadenes comercials.

L'estat actual de la PBS s'emmarca en un canvi de paradigma del model audiovisual. El consum de serveis de vídeo on-line no deixa d'augmentar, mentre que la televisió convencional registra una lleu davallada d'espectadors. Davant d'aquesta situació, el servei públic ja no pot ser interpretat únicament com a radiodifusió, sinó que s'ha d'adaptar a aquesta nova realitat existent, ampliant el concepte i reinterpretant-lo.

La literatura sobre servei públic ha identificat alguns reptes als quals s'hauria de fer front, com el de liderar el desenvolupament tecnològic (*high tech*), per oferir interactivitat i immediatesa, i de crear un sentiment de col·lectivitat que involucri els ciutadans des de la base, no des de les esferes elitistes (Jakubowicz, 2007). Els mitjans públics han d'adaptar-se a les noves tecnologies, però també als canvis que experimenta la societat. Un repte especial per a les emissores públiques és que busquen el suport de la societat civil, que està canviant amb trets com la tendència a la individualització, una participació col·lectiva menor, un interès menor en la política i les institucions establertes, així com un canvi d'una societat monocultural a una multicultural (Bardoel i d'Haenens, 2008).

La televisió pública, a través de la marca PBS, podria tenir l'oportunitat de posicionar-se i captar aquells usuaris que, en un entorn fragmentat, cerquen la qualitat en la programació i uns continguts de servei públic. D'acord amb el treball realitzat, aquest posicionament es podria aconseguir a través de l'aposta pels continguts informatius, contrastats i presentats de manera atractiva, pròxims al territori i tractats amb rigor. La televisió pública dels Estats Units hauria de liderar el procés de canvi tecnològic, exercir com a portal de referència a Internet, i recomanar continguts rellevants per al control democràtic.

7.1.7. Comparacions amb el cas català

El cas dels Estats Units presenta nombroses diferències amb el cas català, que es tracten de sintetitzar en aquest apartat. A continuació es detallen les diferències observades entre els dos sistemes, algunes de les quals es poden extrapolar a les diferències existents entre el model dels Estats Units i el d'Europa.

- ✓ Als Estats Units el concepte de televisió pública es refereix a la funció de servei públic

que s’ofereix a l’audiència, deixant de banda la propietat de les emissores. S’entén servei públic com a servei no comercial, és a dir, no operat per una empresa privada amb ànim de lucre, encara que els canals es financin amb fons privats de diversa procedència. En el cas català i europeu, els prestadors públics són aquells que depenen d’organismes públics i que reben, com a principal font de finançament, fons públics. Malgrat que hi ha prestadors privats que desenvolupen un servei públic, aquests no són considerats mitjans públics.

- ✓ Als Estats Units les televisions públiques són operades per organitzacions sense ànim de lucre, escoles i universitats, institucions governamentals i institucions educatives, mentre que a Catalunya -i a Europa en general- els prestadors públics són gestionats per corporacions públiques.
- ✓ Les cadenes locals que formen part del sistema públic de radiodifusió són finançades per una combinació de donacions privades, anunciant i finançament públic. Es tracta d’un finançament poc estable, ja que depèn de la voluntat dels actors privats i del govern de torn. A Catalunya, la font principal de finançament dels canals públics són recursos públics i, en menor mesura, els anuncis. Aquest finançament hauria de ser més estable i trobar-se recollit en Contractes-programa, malgrat que en molts casos no s’està complint la normativa que així ho estipula. En el cas europeu, també trobem casos de finançament per cànon, com la BBC.
- ✓ En el cas dels Estats Units no existeix un canal generalista que emeti per tot el país, i el sistema públic de radiodifusió està format únicament per canals locals. A Catalunya el sistema de comunicació compta amb la presència d’un canal generalista que emet per tot el territori. Catalunya conforma un cas genuí amb multiplicitat de prestadors de proximitat, si bé en altres indrets d’Europa la televisió local no està tanc consolidada.

	Característiques del model dels Estats Units	Característiques del model català
Concepte de “televisió pública”	Es refereix a la funció d’oferir un servei públic: és entès com a no-comercial És prestat majoritàriament per entitats del tercer sector: ONG’s, escoles i universitats.	Es refereix a la funció, però també a la propietat pública dels mitjans Diferenciació entre els prestadors públics, els comunitaris o del tercer sector i els privats, si bé tots poden exercir una funció de servei públic
Finançament	Donacions i filantropies, subvencions i anunciant	Bàsicament aportació dels organismes públics i anunciant

Estructura del model	Format únicament per emissores locals, que no tenen una missió compartida	Format per prestadors de proximitat i un canal d'àmbit català. Hi ha certa coordinació entre els prestadors de proximitat a través de La Xarxa
Producció dels continguts	La duen a terme els productors privats i les emissores amb recursos propis	Mitjançant recursos propis dels prestadors que, en alguns casos, externalitzen la producció a productores
Intercanvi de continguts	La PBS promou l'intercanvi de contingut produït pels canals locals i distribueix contingut d'altres productors	La Xarxa promou l'intercanvi de contingut produït pels prestadors i produeix poca programació
Model	Televisió basada en les donacions i les forces del mercat, en què els prestadors públics no arriben a un gran públic	Televisió entesa com a recurs públic, amb voluntat que els prestadors de servei públic arribin a un públic majoritari

Figura 83. Comparació entre el model de televisió pública de Catalunya i els Estats Units. Elaboració pròpia.

Com es fa palès en l'esquema presentat (figura 83), si bé el cas dels Estats Units comparteix amb el català el fet d'estar format per televisions de proximitat, a Catalunya la presència d'un canal generalista enforteix el model de televisió pública. Les similituds més destacades entre els dos models s'han trobat en el funcionament en xarxa. En el cas nord-americà aquest funcionament és inherent al model, ja que la PBS és la suma d'estacions que intercanvien programació produïda per les diferents cadenes locals. En el cas català, aquest intercanvi es catalitza mitjançant l'entitat La Xarxa, que té la funció de donar suport al sector local. Els diversos prestadors de proximitat s'hi han anat adherint i intercanvien un bon volum de programació, especialment informativa.

Les majors diferències observades es basen en la concepció del servei públic a les dues bandes de l'Atlàntic. A Europa la televisió és entesa com un recurs públic que garanteix el pluralisme i l'accés universal, i que fa de motor de la indústria audiovisual. Als Estats Units el model audiovisual està basat en el sector privat i les grans cadenes comercials, i la televisió pública té un paper residual i és molt dependent de les donacions filantròpiques. La finalitat dels prestadors públics als Estats Units no és oferir un contingut de qualitat, divers i que representi el conjunt de la societat, sinó més aviat oferir programació per a un públic específic, majoritàriament elits intel·lectuals, que no es pot trobar a les grans cadenes privades.

7.2. Escòcia com a espai de comunicació: el model televisiu

7.2.1. Introducció a l'àrea d'investigació escocesa

L'interès d'analitzar el model escocès radica en les característiques de partida que comparteix amb el cas català. Malgrat que en l'estudi del cas en profunditat s'han fet paleses nombroses diferències a l'hora d'estructurar el sistema televisiu, era de gran interès fer recerca sobre el sistema televisiu d'un altre territori que complís els següents requisits: ésser una nació sense Estat i haver construït un espai comunicatiu propi.

Escòcia és una nació sense Estat que ha construït un actiu espai comunicatiu propi, el qual ha reforçat els valors identitaris i culturals de la regió. Es tracta del major centre regional de producció audiovisual del Regne Unit, amb capital a Glasgow. El paper que ha tingut el servei públic de radiodifusió ha estat primordial en la construcció nacional, en què els prestadors de televisió han estat uns actors d'una importància indiscutible per al funcionament competitiu de la indústria creativa i cultural.

No només han tingut un rol destacat els canals finançats mitjançant recursos públics provinents del cànon audiovisual, BBC Scotland i BBC Alba, sinó també el canal comercial Scottish Television (STV), que exerceix un rol de servei públic sota la vigilància i el control estrictes de l'autoritat independent, l'Ofcom. Com s'ha destacat en el marc teòric, el concepte de nació sense Estat (*stateless nation*, en terminologia anglosaxona) s'atribueix, segons McCrone (1998), a aquells territoris en què la identificació amb la nació és més gran que amb l'Estat del qual actualment formen part. L'espai de comunicació s'entén com l'existència d'un territori amb una historicitat particular, una comunitat cultural i lingüística, la presència d'un poder polític concret i institucions comunicatives que abasteixin el territori (Gifreu, 2014).

Escòcia ha intensificat, en els darrers anys, la cobertura territorial, entesa com l'abast geogràfic de les informacions que cobreix un mitjà, tant de la mà del prestador públic com del prestador comercial. Per una banda, la implantació de la BBC Alba ha comportat una millora substancial en la cobertura de notícies a les zones més rurals: les *highlands* (com s'anomena a la zona del nord d'Escòcia formada per muntanyes altes)¹³⁸ i les illes. Per altra banda, l'adjudicació de

¹³⁸ El terme que serveix per anomenar el "territori gaèlic" és Gàidhealtachd. Sovint s'utilitza com a sinònim de *highlands* (terres altes), però no són termes intercanviables. El primer és de tipus lingüístic i el segon de tipus geogràfic, on hi ha parlants de gaèlic i també de dialecte escocès de l'anglès. Fora dels límits de les *highlands* també hi ha indrets que formen part del Gàidhealtachd, com és el cas de l'illa d'Arran.

canals locals per primera vegada a la regió, en mans d'STV Group (l'empresa que gestiona STV), augmenta la presència d'informació pròxima als ciutadans en l'oferta televisiva. Les notícies i els programes informatius han tingut un paper fonamental en la relació entre la societat civil i l'Estat a Escòcia (Schlesinger, Miller i Dinan, 2001), i en l'evolució d'aquesta transformació.

Aquest apartat es desenvolupa a partir de la recerca duta a terme en el territori escocès durant el mes d'octubre de 2014, i entre l'octubre i el desembre de 2015, en el marc de dues estades de recerca al *Centre for Cultural Policy Research* de la Universitat de Glasgow. S'ha entrevistat el Dr. Philip Schlesinger, com a expert en la matèria al territori, i els principals actors de l'objecte d'estudi (BBC Scotland, BBC Alba i STV): Margaret Mary, responsable dels serveis digitals en gaèlic de la BBC Scotland; Norrie MacKinnon, editor de notícies de BBC Alba; Paul Hughes, editor de STV Glasgow; Bobby Hain, director de canals de STV; Dave Rushton, director de l'*Institute for Local Television*; i Alan Stewart, gerent d'affers reguladors de l'Ofcom Escòcia.

La planificació del treball de camp ha permès recollir informació dels mitjans de comunicació de l'àrea geogràfica estudiada a través dels mateixos gestors dels canals, de la veu de l'organisme regulador i també des del punt de vista acadèmic. Les tasques sobre el terreny han complementat la revisió bibliogràfica, i la consulta de documents elaborats per l'Ofcom i altres institucions relacionades amb l'audiovisual, com la *Scottish Broadcasting Commission* i la *BBC Trust*.

7.2.2. La informació de proximitat als canals regional

7.2.2.1. Iniciatives prèvies a un canal públic escocès

Malgrat que el model de televisió pública britànic ha estat tradicionalment centralitzat a Anglaterra, Escòcia ha tingut la voluntat de disposar d'una cobertura de notícies distintiva, atès que disposa d'una agenda informativa pròpia (Schlesinger, Miller i Dinan, 2001). La BBC Scotland va ser el primer canal que va emetre contingut original propi per a la regió. Es tracta de la versió escocesa del canal BBC One, que projecta programes comuns per a tot el Regne Unit i programes en desconexió únicament per a Escòcia.

La programació pròpia escocesa del gènere informatiu es basa en un espai que s'emet després del telenotícies generalista d'àmbit britànic. L'espai està nodrit de notícies del territori i s'anomena *Reporting Scotland*. Aquesta fórmula, iniciada l'any 1968, es manté després que es declinés l'opció de produir un telenotícies propi que inclogués també informació generalista des d'un punt de vista escocès, un clam que es coneix per *The Scottish Six*. Entre els mesos d'octubre i de desembre de 1998, Escòcia va disposar d'una hora de notícies en desconexió, però la iniciativa no va prosperar, cosa que va posar de manifest, novament, les limitacions de

l'autonomia de la BBC Scotland.

L'esquema d'emetre notícies d'Escòcia després del telenotícies de la BBC per a tot el Regne Unit es repeteix tres vegades al dia, després dels telenotícies BBC News at One (13 hores), BBC News at Six (18 hores) i BBC News at Ten (22 hores), dels quals el de les sis de la tarda -durant el *prime time*- és el de més durada i popularitat.

La petició d'un informatiu anomenat "integrat" es va fer evident després del referèndum de 1997, que va donar lloc a la *Scotland Act* i a la configuració del Parlament escocès el 1999, amb la corresponent transferència de poders. El reclam configurava una alternativa a l'esquema present que permetés utilitzar la xarxa de recursos de la BBC per editar un informatiu personalitzat, amb informació internacional, estatal, nacional i local, des d'un punt de vista escocès. D'aquesta manera es volia demostrar al públic que la BBC Scotland podia servir la seva audiència millor, davant el fort posicionament com a prestador nacional que anava desenvolupant l'empresa *Scottish Media Group*, que gestionava el canal comercial *Scottish Television (STV)*. "Allò que volia la BBC Scotland era presentar-se com a més escocesa, i pensava que l'informatiu era l'espai ideal per demostrar-ho" (Schlesinger, Miller i Dinan, 2001: 40).

Aquestes demandes van ser frenades, ja que les notícies de les sis es consideraven un rol simbòlic del Regne Unit, i les veus més centristes temien que un informatiu totalment desconnectat marqués l'agenda separatista. El comunicat de la BBC (1998: 2) respecte a aquestes demandes va ser clar: "Serà important demostrar una resposta efectiva a la transferència de poders, però també mantenir la fortalesa i unitat d'una BBC integrada a tot el Regne Unit". Tot i la resposta del *Broadcasting Council for Scotland*, que expressava que el punt de partida era posar l'accent en la identitat nacional diferent d'Escòcia, el cert és que la proposta *The Scottish Six* va ser rebutjada abans de la creació del Parlament d'Escòcia. La mitja hora d'informació escocesa de la BBC Scotland, sempre precedida per les notícies generalistes era, per tant, l'antecedent més directe a disposar d'un canal amb un informatiu propi, el qual va arribar al setembre de 2008, quan es va posar en marxa la BBC Alba.

7.2.2.2. El llançament d'un canal escocès, en gaèlic

La BBC Alba és un canal gestionat pel *Gaelic Media Service (MG Alba)* en associació amb la *British Broadcasting Corporation (BBC)*. La creació s'emmarca en els postulats de les seccions 208-210 de la Llei de Comunicacions (*Communications Act*) de 2003, que estipulen que les funcions del servei han d'assegurar que una gamma àmplia i diversa de programes d'alta qualitat s'emetin en gaèlic i estiguin a disposició de la població d'Escòcia.

Un altre antecedent és la *Gaelic Language Act* de 2005, que atorgava al gaèlic categoria de

llengua oficial per primera vegada. El nombre de parlants de gaèlic havia anat disminuint durant segles, i els nous impulsos per preservar i dinamitzar el gaèlic iniciats els anys setanta es van fer més evidents des de la transferència de poders dels anys noranta. Malgrat que el gaèlic i el nacionalisme escocès no estan necessàriament interconnectats, “el ‘renaixement del gaèlic’ de les últimes dècades està clarament relacionat amb el reforçament de la percepció del gaèlic com a llengua nacional (...) i amb l’augment de l’èmfasi en la importància de la cultura i la política particulars d’Escòcia” (McLeod, 2006: 88). Aquest impuls de la llengua ha tingut dos eixos clau: l’ensenyament del gaèlic en algunes escoles públiques des de 1985 i l’expansió del gaèlic als mitjans audiovisuals.

La programació en gaèlic de la BBC havia estat centrada en la ràdio, ja que l’emissora oferia butlletins en aquesta llengua des dels anys vuitanta. La televisió també es considerava un element necessari per promoure una imatge contemporània de la llengua i conèixer els estils de vida dels parlants de gaèlic. Això no obstant, les poques hores de programació a la BBC Two eren l’únic espai amb què comptaven els espectadors per part del prestador públic audiovisual. Fa setze anys que es va començar a produir el programa Eòrpa, que actualment s’ha mantingut a la BBC Alba com un dels bucs insígnia del canal. A banda de la programació de la cadena pública, Scottish Television (STV) comptava amb un informatiu que es va engegar als anys noranta i que es va clausurar amb anterioritat a la creació de la BBC Alba.

La BBC Alba emet de cinc de la tarda a dotze de la nit una programació íntegrament en llengua gaèlica, amb l’objectiu de “servir com a difusor de la llengua gaèlica, per a aquells que estan aprenent l’idioma, els que podrien desitjar aprendre’l, i els interessats en la llengua i cultura, així com reflectir i donar suport a la cultura, la identitat i el patrimoni gaèlic” (BBC Trust, 2010: 1).

El target del canal està format, d’una banda, per les noranta mil persones que entenen i parlen el gaèlic a Escòcia -un 1,8% de la població, la major part dels quals són bilingües amb l’anglès- i, de l’altra, la població escocesa en general. En una entrevista personal a la BBC Scotland, Margaret Murray explica que tots dos objectius conflueixen per aconseguir que la llengua i la cultura gaèliques hagin estat normalitzades i siguin més visibles.

Podríem diferenciar, això no obstant, dues estratègies per arribar a ambdues tipologies de públic potencial estipulades. Per una banda, la graella diària es conforma bàsicament per programació infantil, programes d’aprenentatge lingüístic, documentals i l’informatiu diari. I, per l’altra, per arribar a un públic escocès més ampli que no es limiti necessàriament als parlants de gaèlic, el canal incorpora contingut musical i esportiu, de manera que l’element de proximitat no està necessàriament vinculat al lingüístic. Segons el balanç fet per la *BBC Trust* després de menys de

dos anys de funcionament del canal, l'objectiu lingüístic era satisfactori, ja que tres quartes parts dels parlants gaèlics afirmaven que miraven el canal diàriament o setmanalment.

La qualitat de la programació original s'identificava com el punt fort de la cadena, especialment en relació amb els documentals, que se subtitulaven a l'anglès. A més, quatre de cada cinc espectadors eren no parlants de gaèlic, de manera que es donava per assolit l'objectiu d'atraure nous parlants o persones interessades en la llengua, una finalitat reforçada amb la programació de contingut específic d'aprenentatge lingüístic. L'estratègia d'incloure programes esportius i musicals a la graella permet que els espectadors disposin d'una oferta que faci referència a la cultura i la identitat pròpia, sense necessitat d'entendre el gaèlic.

Es considera que la BBC Alba millora la pluralitat del servei públic de radiodifusió a Escòcia, i que el canal està ben posicionat per atendre nínxols desatesos de la vida escocesa. El govern escocès -en la resposta al document *BBC Alba Review*¹³⁹- assegura que l'àrea d'influència de la BBC Alba s'estén més enllà de la seva audiència principal de parlants i estudiants de gaèlic, i manifesta que el canal afegeix valor a altres iniciatives que estan en marxa -i que ja ho estaven abans del llançament del canal- per donar suport i promoure l'idioma. També manifesten que les estructures de posada en servei de la BBC Alba estan treballant de manera eficient, la qual cosa permet que una àmplia gamma de productors llancin regularment projectes, alhora que dinamitza el sector audiovisual escocès i, en concret, les empreses del sector que produeixen contingut en gaèlic.

Les notícies conformen el programa més vist i a través de la qual el canal estableix un lligam amb el territori que representa, cosa que crea vincles amb la ciutadania i enforteix la identitat gaèlica. L'informatiu diari no és una versió en gaèlic del programa *Reporting Scotland*, sinó que és un espai amb una línia editorial pròpia, segons ha argumentat l'editor de notícies de la BBC Alba, Norrie MacKinnon (2014), en una entrevista personal realitzada a propòsit d'aquesta recerca. Tot i que el canal BBC Scotland i BBC Alba comparteixen la seu central a Glasgow, el centre des del qual es coordina i s'edita l'informatiu en gaèlic està situat a Inverness. Es tracta d'una ciutat ubicada a 272 kilòmetres de Glasgow que és el centre administratiu de la regió de les *highlands* on -juntament amb les illes- es concentren les àrees on encara perviu el gaèlic escocès i la cultura gaèlica en general. Es tracta d'un territori dispers i amb baixa densitat de població, de manera que per oferir un servei sense exclusions cal disposar de diversos centres de producció que

¹³⁹ <http://www.scotland.gov.uk/Topics/ArtsCultureSport/arts/Archive/Broadcasting/Broadcasting> [darrera consulta: 25/05/2016].

treballin de manera coordinada. El fet d'establir la seu informativa del canal a Inverness és clau per a poder realitzar una cobertura descentralitzada del territori.

Cal tenir en compte que el prestador públic va passar de tenir un sol equip situat a Inverness per cobrir totes les *highlands* en anglès per a la BBC Scotland a disposar d'un canal, la BBC Alba, amb vint-i-nou professionals que cobreixen la informació de la mateixa extensió de territori, i introduint el gaèlic com a llengua vehicular. Actualment, el canal disposa de sis centres territorials amb periodistes a punt per a reportar la informació de cada una d'aquestes zones: Inverness, illa de Lewis, illa de Skye, Oban, Glasgow i Edimburg. D'aquesta manera, la BBC Alba s'allunya del centrisme fins aleshores existent a les ciutats més poblades, sobretot a Glasgow.

L'establiment de la coordinació i edició de l'informatiu a Inverness es deu a una voluntat de la millora de la cobertura territorial, però també dóna resposta a la noció de "proximitat identitària" que, en el cas de la BBC Alba, es refereix a la comunitat gaèlica, majoritàriament ubicada a les *highlands* i les illes (tot i que també hi ha habitants a Edimburg i Glasgow), més que no pas a la identitat escocesa, que també es reforça en tant que la identitat gaèlica en forma part. Per aquest motiu, la cobertura informativa local es basa en els fets que fan referència a la comunitat gaèlica. En aquest sentit, la televisió estableix un fort lligam amb els parlants de la llengua, mantenint el contacte amb les comunitats associatives, cíviques i educatives (especialment les poques escoles que utilitzen la llengua gaèlica).

La televisió requereix més presència al lloc dels fets, de manera que amb l'obertura del mitjà, la interacció entre la BBC i la comunitat s'ha intensificat respecte al cas de la ràdio. En tot el territori, el canal recull aquelles informacions i activitats que fan referència a la comunitat gaèlica, més concentrada en la part del nord, però també a les persones que resideixen en altres zones. A Glasgow, per exemple, són notícia les activitats que organitza l'únic centre educatiu de la ciutat on l'educació primària s'imparteix en gaèlic (MacKinon, 2014, entrevista personal).

Malgrat la independència editorial -reforçada per la ubicació dels responsables de contingut informatiu en dues seus diferents-, les redaccions de la BBC Scotland i de la BBC Alba treballen de manera integrada, i els dos canals comparteixen informació per tal de no duplicar tasques (les informacions es cobreixen un sol cop). El fet de formar part de la gran xarxa de la BBC permet al canal regional poder disposar d'importants recursos d'informació internacional i nacional, sempre des d'un punt de vista propi. La informació que es produeix en cadascun dels centres territorials s'emet a la BBC Alba, però la BBC Scotland (i, si ho volgués, també la BBC One) té a disposició el material gràfic i el text, a través d'un servidor compartit.

D'aquesta manera es pot oferir una informació de qualitat en tots els àmbits: internacional,

estatal, nacional i local, des d'un punt de vista propi, i la BBC pot oferir una millor cobertura del territori escocès. Pel que fa a l'informatiu de la BBC Alba, algunes veus consideren que satisfà les tradicionals demandes de *The Scottish Six*, mitjançant un informatiu en gaèlic a les 20.30 hores, en lloc d'un informatiu en anglès a les 18 hores. Això no obstant, si bé aquest informatiu representa una valuosa font d'informació de qualitat per als escocesos, capaç d'aconseguir credibilitat i que compleix clarament el propòsit de servir l'audiència gaèlica, és cert que el fet lingüístic també pot ser una limitació atès el baix percentatge de la població que entén i parla gaèlic. Mentre que alguns documentals se subtitulen a l'anglès per poder arribar a una audiència més àmplia, en el cas de la informació diària no es poden oferir subtítols per una qüestió de rutines informatives i de pressupost. Cada una de les peces s'acompanya de tres titulars en anglès, que proveeixen a l'espectador que no parla gaèlic les idees principals de la notícia.

Les notícies de proximitat són prioritàries al telenotícies del canal, però la local no és l'única capa identitària a la qual dóna representativitat el telenotícies. Es diferencien quatre àmbits d'informació, que es relacionen amb els quatre àmbits identitàris de la població: l'àmbit local (referit, en aquest cas, a la comunitat gaèlica), l'àmbit nacional (és a dir, el que fa referència a Escòcia), l'àmbit estatal (que es refereix al Regne Unit) i l'àmbit internacional. A l'informatiu es combinen les notícies de les diferents capes d'identitat, amb una preferència pels continguts propis referents a la comunitat gaèlica, però no de manera exclusiva. En el cas de les informacions nacionals i estatals, es procura oferir un punt de vista propi, posant el focus en les afectacions per a la comunitat local. A banda, s'ofereixen informacions internacionals en funció de les notícies locals de la jornada, amb especial sensibilitat pel que succeeix a altres regions del món amb comunitats o llengües minoritàries.

L'estructura i ordre de l'informatiu són flexibles: poden variar en funció de l'agenda informativa de cada dia, de manera que les diferents capes d'identitat no s'agrupen en blocs estructurats i l'ordre pot variar diàriament. En tots quatre àmbits existeix un intercanvi de material amb altres prestadors o amb prestadors que formen part de la mateixa xarxa de mitjans públics. En el cas del primer àmbit, el de la comunitat gaèlica, la BBC Alba té un conveni amb TG4, el canal en gaèlic que desenvolupa la mateixa funció a Irlanda. Es tracta d'un acord segons el qual intercanvien una notícia a la setmana, canviant la veu en *off* per tal que sigui més entenedora en cadascun dels dialectes. En aquest mateix àmbit, s'intercanvien notícies amb la BBC Scotland i la BBC One, generalment en sentit unidireccional, és a dir, és la BBC Alba la que proveeix la BBC dels continguts més locals que fan referència a la comunitat gaèlica.

En el cas nacional, estatal i internacional, aquest intercanvi unidireccional es dóna en el sentit contrari, ja que és la BBC Alba la que sol utilitzar continguts proveïts per la BBC Scotland (en el

cas de notícies escoceses) o de la BBC One o BBC News, en el cas d'informacions estatals o internacionals. En el cas d'aquest quart àmbit, l'internacional, la BBC Alba forma part de la *World Indigenous Television Broadcasters Network* (WITBN). Establerta el 2008, és la primera aliança global que té com a objectiu unificar les emissores de televisió de tot el món per conservar i fer créixer les llengües i cultures indígenes a través de la creació de xarxes de comunicació i l'intercanvi de continguts, especialment de notícies.

Si ens centrem en el primer àmbit, el local, el canal topa amb una dificultat donada pel baix nombre de parlants de gaèlic. Aquest fet representa un repte pel que fa a l'audiència que es procura superar amb la subtitulació en anglès dels documentals, la inclusió de programació sense text (música i esports) i, en el cas de les notícies, la incorporació de tres titulars en anglès a cada notícia que transmetin les idees principals de la peça, donada la impossibilitat de subtitular tot l'informatiu per qüestions de temps (la rapidesa de les rutines informatives) i de pressupost. Les dades d'espectadors de la BBC Alba són modestes en general, però l'audiència és significativa si tenim en compte els pocs membres que integren la comunitat gaèlica, amb les notícies com a gènere més popular i vist del canal. El 2014 la cadena havia augmentat els espectadors fins a un 17,6% de màxim setmanal (essent les notícies un 22%), i l'audiència setmanal entre la comunitat gaèlica arribava al 72% de mitjana. Les dificultats per augmentar la recepció del canal no són l'únic repte que ha d'encarar el prestador respecte a la minoritària població gaèlica.

La voluntat és que les històries locals de l'informatiu arribin a la comunitat gaèlica, però també que es doni veu a aquesta comunitat, per tal d'establir-hi un fort lligam. El fet que hi hagi pocs parlants de gaèlic és una dificultat a l'hora de trobar informacions, o de trobar persones que puguin fer les declaracions en gaèlic (MacKinnon, 2014, entrevista personal). La forta vinculació amb el territori i el fet que la comunitat identitària no disposa d'institucions polítiques que la representin fan que en diverses ocasions les notícies de proximitat siguin *soft news* o notícies d'àmbit més social i festiu, en detriment de la cobertura de temàtiques més polítiques o controvertides. Tot i que es procura que els protagonistes puguin expressar-se en llengua gaèlica l'hora de fer les declaracions, quan això no és possible se'ls permet fer les declaracions en anglès.

Com que es tracta d'un territori poc poblat però dispers, en una orografia complexa (muntanyosa i amb nombroses illes), la cobertura territorial no és senzilla. Per això, la manera més eficient de cobrir el territori és mitjançant ENGs, en què un sol professional és capaç d'enregistrar, fer la locució i editar les notícies. La vinculació territorial del canal queda reforçada amb les connexions en directe que es fan cada dia a l'informatiu (entre una i tres), per tal de mostrar la presència del periodista en l'esfera local. L'informatiu també incorpora entrevistes a

plató, en un espai decorat amb paisatge propi de la regió.

Malgrat la manca de periodisme d'investigació del canal, la BBC Alba ofereix una acurada cobertura territorial i una valuosa font de notícies d'actualitat, que dona representativitat a la cultura i la llengua gaèliques, i que es vincula amb aquesta comunitat (tant des del punt de vista de cobertura territorial com d'audiència).

7.2.2.3. La cobertura territorial del prestador comercial

El prestador comercial Scottish Television (STV) es postula com la cadena que ofereix una informació de proximitat per als escocesos en anglès. I ho fa en un context en què la BBC Scotland ofereix informació concreta d'Escòcia, però no informació generalista des d'un punt de vista escocès, i en el què l'informatiu de la BBC Alba és una font de notícies rellevant, capaç d'oferir informació internacional, nacional i de proximitat en gaèlic, però que no s'ha posicionat com un canal generalista per als escocesos.

STV conforma una televisió històrica que opera dos canals des dels anys seixanta: STV Central i STV North (que abans de 2006 es deia Grampian Television). Totes dues televisions, històricament operades per companyies diferents, conformen els canals integrants de la xarxa Channel 3 a la regió. Per aquest motiu, comparteixen programació i continguts informatius amb els altres canals que integren la xarxa o *network* (especialment amb ITV, que gestiona la major part de les llicències).

Als anys noranta, quan les llicències van ser revisades, els requeriments de producció local van augmentar, cosa que va contribuir al fet que la informació de proximitat sigui un dels punts forts de la cadena. Les notícies s'estructuren en els mateixos blocs que la BBC Scotland, distribuïts de manera inversa: trenta minuts d'informació de proximitat a les 18 hores, seguits de l'informatiu generalista d'ITV (en el cas de la BBC, primer s'emeten les notícies generalistes de la BBC One i a continuació l'informatiu regional produït per la BBC Scotland).

El canal no disposa, per tant, d'un informatiu generalista amb notícies que afectin les diferents capes d'identitat des d'un punt de vista escocès. Ara bé, aquest prestador atribueix una presència destacada a la informació de proximitat, que s'emet en desconnexió gràcies als centres territorials. En el cas de la llicència del centre d'Escòcia (STV Central), s'oferixen dos informatius separats: un per a Glasgow i la seva zona d'influència, i un per a Edimburg i la seva zona d'influència. En el cas de la llicència del nord (North Scotland), s'emet un informatiu conjunt, que inclou una desconnexió de cinc minuts per a les àrees d'Aberdeen i Dundee. Aquesta arquitectura informativa respon a la distribució territorial, formada per quatre centres de producció amb seu a Glasgow, Edimburg, Aberdeen i Dundee.

La cadena va impulsar una estratègia per oferir més contingut local el 2007, amb l'obertura dels centres territorials que emeten continguts originals en cadascuna d'aquestes ciutats i les seves àrees properes. A banda de disposar de periodistes en aquests centres territorials, hi ha un petit equip a Inverness i periodistes independents a les illes, que col·laboren amb el canal en cas de necessitat. A més, STV gestiona els nous canals locals a Glasgow, Edimburg, Dundee, Aberdeen i Ayr, entre els quals hi ha un constant intercanvi d'informació. Com que els canals funcionen en xarxa, les informacions es cobreixen una sola vegada i, en alguns casos, es versionen per als diferents informatius.

El telenotícies és la part més destacada de la programació i, segons va afirmar el director del canal, Bobby Hain (2015) en una entrevista personal, "és rellevant posar el focus en les notícies, ja que són l'element més important del servei públic de radiodifusió local a Escòcia". Hain va definir el canal com a localista i vinculat amb la comunitat, amb una forta estratègia on-line, que consisteix a disposar d'un fort *feedback* amb els espectadors a través de les xarxes socials i oferir informació actualitzada al web. La trajectòria per oferir un contingut pròxim a la ciutadania seguida per STV es consolida amb la gestió de canals locals, després que aquest prestador comercial guanyés, el juny de 2014, les llicències per operar els dos únics canals que s'havien adjudicat fins aleshores a Escòcia per donar resposta a la manca de prestadors en l'àmbit local.

7.2.3. La configuració del model de televisió de proximitat

7.2.3.1. La manca històrica de televisió local

Al Regne Unit tradicionalment no hi ha hagut una gran proliferació de televisió local, tot i ser un actor de gran importància per a garantir la representació local, que és un dels objectius de servei públic de radiodifusió. Segons el Departament de Mitjans, Comunicació i Esports del govern britànic (2011), aquests canals proporcionen informació sobre el lloc on viuen els ciutadans i sobre els temes que són importants per a ells. Són plataformes que promouen les tradicions, la cultura, la música i l'art, temes que no tenen presència en altres canals.

La televisió de proximitat ha de complir amb les obligacions de servei públic, i ha d'emetre continguts per a informar, educar i entretenir a nivell local. Ha de representar l'expressió cultural, augmentar la participació política, reflectir l'economia de l'indret i promoure les activitats socials en l'àmbit local. Segons l'Ofcom (2010), la televisió local ha de cobrir notícies locals per representar les comunitats i l'interès cultural de cada zona.

A Escòcia hi ha una manca d'informació específica sobre els pobles o ciutats, a causa del nombre limitat d'emissores locals. L'Institut de la Televisió Local (*Institute for Local Television*) s'ha queixat de la poca presència de canals locals a Escòcia des de fa molts anys. Aquesta petita

institució ha reivindicat el paper dels prestadors de proximitat com a mitjans de comunicació que participen en la representació de l'esfera local. El director de l'Institut va explicar en una entrevista personal que aquests projectes han d'estar vinculats a la societat civil per promoure la participació, la reflexió i l'intercanvi d'experiències (Rushton, 2014).

A Escòcia ja hi havia poques estacions locals a l'era analògica. El marc legal d'aquests projectes va ser la Llei de Radiodifusió de 1996. A finals dels 90, sis freqüències es van posar a concurs a Edimburg, Lanarkshire, Inverness, Aberdeen, Perth i Dundee. Però només tres canals van iniciar les seves emissions a causa de les dificultats per a transmetre el senyal. El canal a Lanarkshire va ser posat en marxa per una empresa local. L'Institut de la Televisió Local va aconseguir les llicències per a gestionar els canals d'Edimburg i Dundee, i va fer una prova pilot a Perth. Les cadenes de televisió estaven vinculades a la comunitat, i les persones que participaven en aquests canals solien participar també en projectes amb escoles, associacions o hospitals.

A Edimburg, l'emissora emetia programació local, com ara entrevistes sobre la política o l'art local, i el contingut textual complementava la graella de la cadena. Aquests canals impulsaven iniciatives per a promoure la participació de la ciutadania i reforçar la identitat local, com ara una crida a l'audiència per tal que enviés fotografies de la ciutat (Rushton, 2014, entrevista personal). Un altre projecte es basava en mostrar videoclips de bandes internacionals i locals, segons les peticions de l'audiència. En aquest cas, es promovia la música local, així com la participació. El 2003, tots aquests canals van tancar a causa dels elevats costos de manteniment.

Encara que tradicionalment la política no havia afavorit la creació de canals locals, cinc prestadors van ser adjudicats a partir de 2014 per emetre per TDT, una vegada consolidada la transició a la tecnologia digital al Regne Unit. STV Media Group va ser l'empresa adjudicatària de cinc llicències, després d'una dècada sense les emissores locals a Escòcia.

7.2.3.2. Marc polític i jurídic: la base d'un model comercial

La premsa i la ràdio local estaven ben establertes i consolidades abans de l'inici de la televisió local. El Pla d'Acció de Mitjans Locals (*Local Media Action Plan*)¹⁴⁰ explicava l'escassa presència de les estacions locals, tot i ser considerades una eina democràtica tant a nivell local com a nivell nacional. El pla considerava que l'èxit de la televisió local es basava en la capacitat d'atraure

¹⁴⁰ https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/72995/ConDoc-Local_Media_Action_Plan_190111.pdf [darrera consulta: 25/05/2016].

l'audiència local. Segons el text, els projectes no només havien de tenir un alt nivell de localisme, sinó també establir una xarxa amb altres canals.

La decisió d'adjudicar llicències locals de Televisió Digital Terrestre (TDT) provenia del govern al Regne Unit. La secció 5 de la Llei de Telegrafia sense Fils (*Wireless Telegraphy Act*) de 2006 estableix el marc legal per adjudicar les llicències, així com la reserva d'espectre per a transmetre la televisió digital local. D'altra banda, els articles 244 i 310 de la Llei de Comunicacions (*Communications Act*) de 2003 estableixen els objectius de la televisió local i la col·locació dels canals locals en una bona posició en les Guies Electròniques de Programes (EPG, en les sigles en anglès) en el cas de la televisió connectada.

Hi havia dues opcions per dissenyar el pla per adjudicar llicències de TDT-L. La primera opció consistia en l'ús de les freqüències d'un servei públic ja existent. Aquesta alternativa hauria permès arribar a gairebé tota la població i tenia avantatges comercials, de manera que la publicitat s'havia de comercialitzar a nivell nacional, i les emissores locals havien de formar part d'una xarxa. Com a resultat, el nivell de la localisme seria pobre. Aquest model no hagués diferit gaire del que ja tenia STV a Escòcia, com a televisió nacional amb continguts específics en les diferents àrees per a oferir informació de proximitat.

El govern va optar per la segona opció: la distribució geogràfica de l'espectre. Aquest sistema utilitza les llacunes en l'espectre entre les transmissions de senyals existents de TDT. Aquests intervals existeixen a causa del fet que un transmissor de televisió en un lloc en particular utilitza un conjunt específic de freqüències per a transmetre els seus serveis. Les mateixes freqüències no poden ser utilitzades fàcilment per un radiodifusor veí perquè hi hauria una interferència potencial. Com a resultat, les parts lliures de l'espectre es poden utilitzar únicament en determinats llocs. Per tant, cada freqüència és única per a cada àrea i el procés d'adjudicació s'ha de dur a terme en cada zona geogràfica de manera individual, com ha tingut lloc a Escòcia.

L'espectre disponible utilitzant aquesta opció permetia arribar a entre el 50 i el 65% de la població, en un model que possibilitava un alt nivell de localisme. Aquest sistema podria haver evitat la formació d'una xarxa comercial a nivell local, si s'hagués adjudicat cada freqüència a una empresa o institució vinculada amb la localitat. No obstant això, els resultats del procés d'adjudicació han conformat un model comercial que opera en xarxa, en què totes les estacions locals estan en mans de la mateixa empresa.

Malgrat que hi havia veus que proposaven la creació de projectes sense ànim de lucre, la televisió digital local es va plantejar segons la lògica comercial. El resum de les respostes del

*Local Media Action Plan*¹⁴¹ del *Department for culture, media and sport* (2011) del govern britànic explica que les llicències han de ser comercialment viables. El govern britànic va voler assegurar la presència d'informació seguint el model comercial.

El document sobre el Dividend Digital (Digital Dividend Review) de 2007¹⁴² publicat per l'Ofcom alertava dels riscos que podia comportar la instauració d'un model comercial. El text mencionava les barreres d'entrada del mercat i les dificultats per pagar el cost inicial per començar a emetre, en termes de materials, professionals i d'espai per a treballar. A més alertava sobre el perill de no tenir capacitat de reunir suficients anunciants per fer els projectes viables. Els nous serveis de televisió local necessitarien suport financer per iniciar serveis de comunicació local comercialment viables al Regne Unit, com es descriu en l'informe *Commercially viable local television in the UK*, escrit el 2010 per l'economista Nicolas Shott¹⁴³. Per això, el govern preveia ajudes per a les empreses que impulsessin canals de televisió locals, per als primers tres anys¹⁴⁴.

L'adjudicació de les primeres llicències locals a Escòcia va arribar dos anys després de les primeres adjudicacions d'Anglaterra (Gimsby i Brighton). El 2014, hi havia sis emissores actives al Regne Unit, que produïen 6.400 hores de programació local a una audiència potencial de sis milions d'habitants (incloent el canal STV Glasgow, que va ser llançat al gener de 2014). D'acord amb l'Ofcom, al febrer de 2015 es van posar en marxa deu nous canals, i 30 més van ser adjudicats, estaven en procés d'adjudicació o es preveia adjudicar-los.

La resolució de la concessió de llicències la duu a terme l'oficina de l'Ofcom situada a Londres, amb la presència de membres escocesos en el comitè que aporten coneixement de les necessitats de comunicació que té la regió. Els serveis de televisió local han de ser, segons la Llei

¹⁴¹ https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118026/LocalTV-Summary_LMAPresponses.pdf [darrera consulta: 27/05/2016].

¹⁴² <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/ddr/summary/ddrmain.pdf> [darrera consulta: 27/05/2016].

<https://www.gov.uk/government/publications/commercially-viable-local-television-in-the-uk-a-review-by-nicholas-shott> [darrera consulta: 27/05/2016].

¹⁴³ <https://www.gov.uk/government/publications/commercially-viable-local-television-in-the-uk-a-review-by-nicholas-shott> [darrera consulta: 27/05/2016].

¹⁴⁴ La contribució de la BBC seria de 25 milions de lliures esterlines per construir la infraestructura de canals locals, i fins a 5 milions de lliures durant els tres primers anys per a adquirir el contingut dels canals de televisió locals per al seu ús a la BBC, amb recursos provinents del cànon audiovisual (*Department for culture, media and sport*, 2011: 30).

de Comunicacions (*Communications Act*) de 2003, assignats per a la recepció dins d'una població o àrea concreta. Han de donar respostes a les necessitats de la zona, per amplificar el nombre de programes de televisió relacionats amb aquesta, i han d'estar a disposició de les persones que viuen o treballen en aquest lloc. D'altra banda, el text estipula que els projectes han de ser econòmicament sostenibles i mostrar evidències sobre les fonts de finançament. Per aquesta raó, l'audiència potencial i els anunciants potencials per establir un model comercial s'han tingut en compte en el pla d'adjudicació de llicències.

L'Ofcom és conscient de les dificultats de fer els projectes de televisió local viables i pressuposa que, en un mercat competitiu, algunes iniciatives no tindran èxit. Per aquest motiu, l'agència reguladora de l'audiovisual vol assegurar que els prestadors tinguin plans per a gestionar els canals durant 12 anys d'una manera factible. Aquest enfocament se situa lluny de fomentar l'adjudicació a associacions o organitzacions sense ànim de lucre que podrien aportar una implicació intensa dels canals amb el territori i vincles amb la comunitat, però que tindrien menys possibilitats d'oferir projectes comercialment viables.

7.2.3.3. L'adjudicació de les primeres llicències a Escòcia

STV Group va guanyar les dues llicències que es van posar a concurs a Glasgow i Edimburg el 2014. Les altres sol·licitants eren empreses de diferents mides, una de les quals creada *ad hoc* per gestionar diferents estacions locals en xarxa. En el cas de Glasgow, una de les candidates era una organització sense ànim de lucre que volia crear un projecte comunitari.

En els criteris per adjudicar les llicències, Ofcom esmentava la relació amb el territori, la possibilitat d'oferir continguts de proximitat i la viabilitat econòmica, segons els documents del concurs consultats per a aquesta recerca, facilitats pel regulador. El regulador va considerar que STV era la millor companyia per donar respostes a aquestes necessitats. L'empresa va manifestar el compromís d'emetre una gran quantitat de contingut local i de col·laborar amb la Universitat de Caledònia.

STV tenia experiència i vincles a les dues ciutats, ja que oferia contingut de proximitat a través de les desconexions de la cadena regional a les diferents àrees. Amb les llicències locals, la companyia ha consolidat la seva presència al territori i ha intensificat l'estratègia local que havia iniciat anys abans amb l'obertura dels centres territorials. No obstant això, aquesta adjudicació no va introduir nous actors en el sistema de comunicació de proximitat, que haurien proporcionat més pluralisme informatiu a la nació.

L'emissora ha augmentat el nivell de proximitat en els llocs que tenia presència abans, i ha diversificat les plataformes de difusió (Hain, 2014, entrevista personal). Tot i que el govern no

obliga les companyies de cable o satèl·lit a distribuir els canals locals, STV ha optat per estar present a les diverses plataformes per tal d'augmentar l'audiència, i també per presentar continguts a través de la pàgina web, actualitzada constantment. L'estratègia a les xarxes socials pretén diversificar plataformes i augmentar la retroalimentació amb el públic. Hi ha una interacció a través de xarxes socials ja que els comentaris de l'audiència es mostren en alguns programes de televisió.

Segons el director de canals de STV, Bobby Hain (2014, entrevista personal), les notícies són un element clau en les emissores de servei públic locals a Escòcia. Per aquesta raó, STV Glasgow i STV Edimburg ofereixen 30 minuts d'informació local, després del telenotícies que STV emet per a tot Escòcia. Per tant, hi ha un bloc de notícies nacionals sobre Escòcia, i un altre bloc sobre contingut local, sense la presència del nivell internacional o britànic en la graella de la cadena local. Els informatius es produeixen a la redacció del mateix edifici que el canal regional, i els temes més importants de Glasgow realitzats per l'equip assignat a la informació local es poden utilitzar també a l'informatiu regional.

7.2.3.4. Segona onada d'adjudicacions a STV

El desenvolupament en la televisió local a Escòcia està considerat pel govern britànic un procés de dues etapes. Després de les primeres adjudicacions a Glasgow i Edimburg, la segona etapa va finalitzar amb la resolució del concurs per a quatre noves llicències a Aberdeen, Ayr, Dundee i Inverness. Aquestes adjudicacions van consolidar el model que s'havia iniciat amb les primeres llicències: la creació de la xarxa comercial a nivell local per part de STV.

STV Group va ser l'única empresa que va presentar propostes per a gestionar les llicències a Aberdeen, Ayr i Dundee, i les va aconseguir totes tres. En el primer concurs hi van concórrer pocs candidats, i tots dos canals -Glasgow i Edimburg- van ser adjudicats a STV. Aquest fet va encetar una tendència a dissenyar un model comercial. En un context en què una empresa havia començat a desenvolupar una xarxa formada per diversos canals locals, era difícil per a noves organitzacions entrar en l'ecosistema televisiu local i obtenir llicències en altres ciutats. Això podria explicar la manca d'altres propostes presentades en el darrer concurs, en el qual només hi va concórrer STV.

STV ja tenia presència a Aberdeen i Dundee, així que tenia professionals que treballaven en aquestes àrees i edificis habilitats per a dur a terme l'activitat. L'empresa podia fer servir aquests recursos i ampliar-los per a gestionar els nous canals. En el cas d'Ayr, STV no hi havia desplegat cap infraestructura, però va participar al concurs assumint el desafiament que podia suposar iniciar un canal a un lloc nou partint des de zero. Tot i això, el canal comptava amb les sinergies

acordades amb la universitat i havia calculat que hi havia un nombre d'empreses suficient per a anunciar-se al canal. En canvi, STV no va sol·licitar la llicència d'Inverness perquè no considerava el canal viable, tenint en compte que la ciutat té pocs habitants. Perquè el model comercial tingui èxit, segons l'empresa cal comptar amb centres de població més grans i amb una borsa d'anunciants suficient.

L'etapa següent per a desenvolupar la televisió local està basada en la Internet Protocol Television (IPTV) i en la televisió connectada. Aquesta tecnologia hauria de resoldre els problemes relacionats amb la limitació de l'espectre i permetre generalitzar el servei de televisió local per tal que estigui disponible a tots els pobles i ciutats mitjançant la banda ampla. Per aquesta raó, s'estan produint negociacions per incloure els canals locals a les Guies Electròniques de Programació (EPG en les seves sigles en anglès). De moment, els projectes de televisió local emeten de manera simultània per TDT i on-line.

El model de televisió local a Escòcia és comercial i centralitzat, basat en les grans ciutats, mentre que no s'està oferint un servei audiovisual de proximitat a les poblacions petites. Els projectes vinculats a l'associacionisme estan duent a terme projectes en l'àmbit on-line, ja que no han obtingut llicències per emetre per TDT. Hi ha alguns exemples de la televisió de proximitat per Internet a Escòcia, que pretenen donar resposta a comunitats geogràfiques i a grups d'interès petits.

L'*Institute for Local Television* ha impulsat sis canals de televisió per Internet que ofereixen contingut sobre art i cultura. Com que no complien els requisits econòmics per obtenir una llicència de TDT van decidir iniciar projectes a través d'Internet (Rushton, 2015, entrevista personal). Treballen amb professionals independents i periodistes graduats recentment que estan començant la seva carrera professional. El finançament prové de l'agència nacional per al desenvolupament de les arts anomenada *Creative Scotland*, centres d'art, galeries i organitzacions. En la majoria dels casos hi ha acords per a produir continguts d'aquestes institucions. Un exemple és Sumerhall.tv, que es defineix com "un canal artístic dedicat a enregistrar allò visualment estran, socialment radical i artísticament bonic incloent el teatre, les galeries, els micro-museus i els arxius del Summerhall"¹⁴⁵. Aquesta televisió per Internet, segons el seu web, també es considera un lloc de desenvolupament per a representar les arts locals.

¹⁴⁵ www.summerhall.tv/category/video/archives/european-local-tv/ [darrera consulta: 26/05/2016]. El Summerhall un espai d'Edimburg dedicat a les arts on s'ubica la seu de l'*Institute for Local Television*.

Un altre cas és Helensburgh.tv, un canal que emet contingut sobre la costa oest d'Escòcia des de 2011. Aquest canal fa servir les xarxes socials per a notificar els actes que s'emeten, perquè no té una emissió contínua. El finançament prové de la publicitat i de les donacions de la comunitat local. Aquest mitjà pretén donar veu a un gran nombre de grups de la comunitat, com l'església, organitzacions de caritat, clubs esportius i organitzacions sense ànim de lucre. Es tracta, per tant, d'una iniciativa molt lligada i propera a la comunitat local.

7.2.3.5. La configuració d'un model comercial *top down*

STV Group utilitza els recursos que l'empresa ja tenia a cada àrea per a fer funcionar els nous canals locals. STV Glasgow i Edimburg STV operen des de la mateixa seu que tenia STV en aquestes ciutats abans d'impulsar els canals locals. La mateixa situació es dona a Aberdeen i Dundee, on els canals es posen en marxa el 2017. En canvi, l'empresa s'estableix per primera vegada a Ayr (també el 2017), en col·laboració amb la Universitat de l'Oest d'Escòcia.

STV té el compromís d'emetre contingut local almenys 28 hores a la setmana a Glasgow i 16 a Edimburg, segons la proposta presentada per l'empresa per a obtenir la llicència. A Aberdeen, Dundee i Ayr el compromís és difondre una hora de contingut local al dia. La resta de la programació s'intercanvia entre els canals locals, i també amb STV. L'empresa fa emissió en cadena i, com a resultat, STV funciona com una xarxa d'intercanvi de continguts (Hain, 2015, entrevista personal).

Els canals locals a Glasgow i Edimburg no tenen redaccions independents. Per tant, els periodistes van a cobrir les històries simultàniament pels canals locals i per STV. El que sí que hi ha són dos equips editorials, que adapten els temes als canals locals. Algunes vegades fan diferents versions d'una mateixa informació: per al canal local, per al canal nacional i per al web. Les històries locals també es poden adaptar per a ser transmèses a l'informatiu de STV o ITV. En el sentit invers, les notícies d'àmbit més general es poden adaptar al nivell local a cada àrea. El treball en xarxa permet intercanviar les fonts i compartir materials. La companyia espera que el sistema de xarxa faci els canals viables econòmicament.

En els projectes que es van presentar per obtenir la llicència, consultats per desenvolupar aquesta investigació, STV no només manifestava la intenció de produir contingut local, sinó també d'intercanviar una gran quantitat de programes entre diferents estacions de proximitat. D'altra banda, la companyia volia vincular la política amb les àrees locals, per exemple amb entrevistes als polítics local que treballen al Parlament escocès. Per a això, declarava que utilitzaria els recursos que l'empresa té a Edimburg. Segons els responsables de STV, en un context polític en què Escòcia podria obtenir més competències, hi ha més interès en la

informació escocesa. És rellevant tenir mitjans que analitzin la manera com aquesta transferència de poder es duu a terme i com afecta les diferents àrees locals (Hain, 2015, entrevista personal).

D'acord amb els estudis d'audiència realitzats per Barb entre gener i juny de 2015, consultats per a aquesta recerca, la penetració de STV Glasgow i STV Edimburg va ser del 3% de la població a diari, del 13% a la setmana, i del 31% mensual. STV Glasgow va aconseguir 620.000 espectadors al mes, i STV Edimburg, 306.000. El repte que s'han marcat des de l'empresa és aconseguir una àmplia audiència fidel, gràcies als continguts en xarxa però també a la diferenciació i l'especificitat dels continguts oferts en cada àrea local.

La retransmissió dels concerts de Nadal de 2014 de les escoles de Glasgow i Edimburg van ser els esdeveniments que van aplegar més audiència. S'hi veien representades una gran quantitat de persones i, per tant, la comunitat local. Aquest fet confirma que l'audiència de televisió de proximitat cerca la representació de l'esfera d'identitat més propera als ciutadans com apuntaven les teories de la proximitat cultural exposades en el marc teòric.

STV ha rebutjat en tots els casos les aportacions econòmiques provinents del cànon audiovisual que estaven destinades a impulsar projectes de TDT local, reduint al model comercial la viabilitat econòmica de l'estació. El motiu del rebuig és la manca d'interès per compartir contingut amb la BBC, una clàusula associada a aquest ajut; i l'acompliment de l'objectiu d'obtenir una major independència i disposar de contingut exclusiu. STV, des dels seus inicis, no tenia cap intenció de proporcionar contingut local al canal públic BBC Scotland que, a nivell escocès, és la competència directa de STV. El contingut local s'intercanvia, en canvi, entre les emissores de Channel 3, que treballen en forma de xarxa, per tal de no duplicar la cobertura dels temes. Des de STV, consideren que aquesta manera de funcionar no pot ser compatible amb la possibilitat d'oferir continguts de la BBC. Com a resultat d'això, el model esdevé eminentment comercial, sense comptar amb ajudes públiques ni col·laboració amb la BBC.

L'adjudicació de les llicències de TDT local no ha contribuït a augmentar la cobertura de la informació a nivell local de la televisió pública, com havia previst l'Ofcom. De fet, es va deixar en mans de prestador comercial la potestat de decidir si volia o no optar a aquesta ajuda i, per tant, si volia proveir continguts a la BBC, una condició lligada a la subvenció. Malgrat que no es produeix l'intercanvi amb el prestador públic, els canals locals compleixen una funció de servei públic audiovisual vinculada a l'atorgament de llicències al Regne Unit.

L'atorgament de les llicències locals a una mateixa empresa no ha introduït noves veus independents en l'àmbit de la comunicació de proximitat. Aquestes televisions comparteixen

línia editorial i s'intercanvien contingut. Per tant, la viabilitat econòmica ha passat per davant del criteri de potenciar iniciatives comunicatives creades per la societat civil. Aquesta és una diferència bàsica amb el cas català, que en el procés d'adjudicació va mirar de potenciar els prestadors que tenien la missió de produir contingut sobretot local, en lloc de les que tenien l'objectiu d'articular una cadena nacional privada en base a televisions locals operades en xarxa. Si bé hi ha casos que conformen excepcions a aquesta tendència, com és Canal Català, l'ecosistema audiovisual català de proximitat està format per una cinquantena d'emissores (públiques i privades) que emeten contingut vinculat a petites àrees de cobertura.

A Escòcia, en canvi, un organisme de radiodifusió basat en un model comercial ha posat en marxa canals locals a les ciutats que concentren un major nombre de població. Aquesta opció garanteix que els projectes siguin solvents, ja que hi ha una bossa suficient d'anunciants i l'empresa coneix les característiques de cada zona. El risc que s'ha detectat en aquest model és que existeix la possibilitat que es limiti el pluralisme en l'àmbit de proximitat, a causa de la reducció de veus diferents que difonen notícies des del territori. La gestió dels canals locals ha ajudat a reforçar la posició estratègica de STV a la regió escocesa, com a empresa audiovisual de referència.

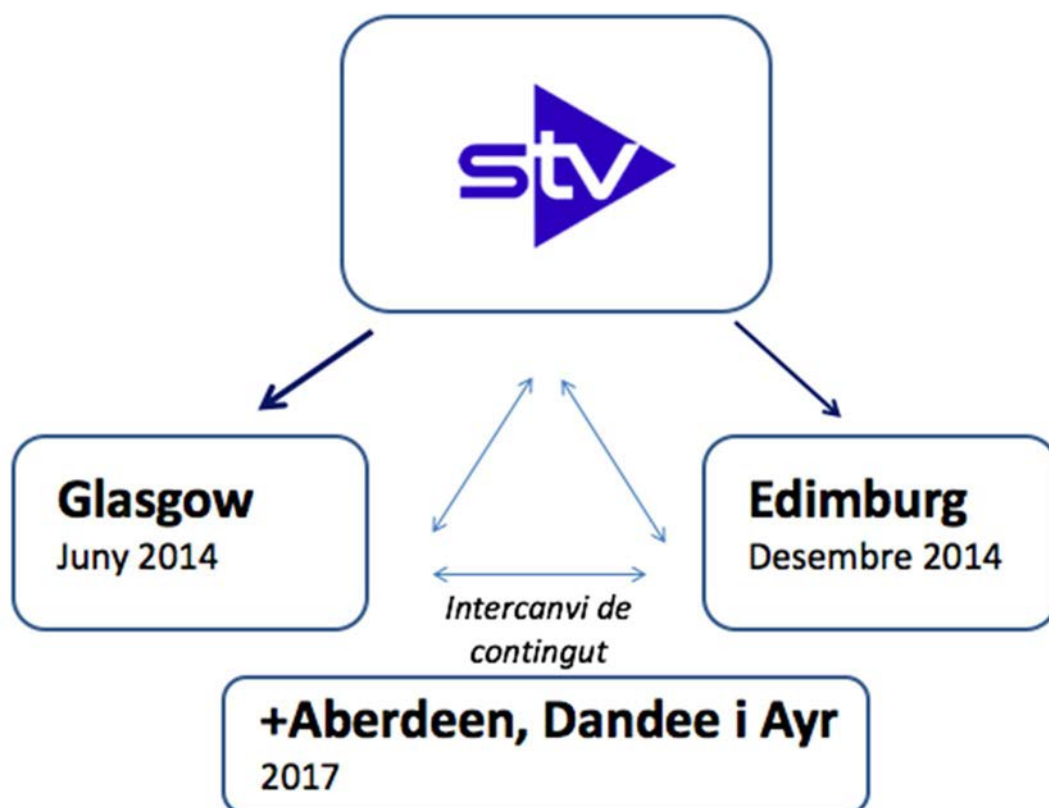


Figura 84. Diagrama del funcionament de STV a un nivell local. Elaboració pròpia.

El model s'ha estructurat de dalt a baix (*from the top down*), ja que el canal d'àmbit escocès s'ha implantat al nivell local en forma de xarxa.

7.2.4. Definició del model escocès

Els mitjans escocesos tenen un paper rellevant en la societat civil (Schlesinger, Miller i Dinan, 2001), i les notícies són l'element més destacat a l'hora d'oferir representativitat territorial i ciutadana. Escòcia disposa de dos prestadors audiovisuals generalistes que compleixen missions de servei públic, l'un finançat mitjançant el cànon (BBC Scotland) i l'altre basat en un model comercial (STV). Tots dos estan integrats en xarxes estatals de televisió (BBC i ITV, respectivament).

En l'àmbit informatiu, tots dos canals ofereixen un telenotícies per a Escòcia que va acompanyat del telenotícies generalista que produeix per a tot el Regne Unit el canal principal de la xarxa de la qual formen part (BBC o ITV). Les seues informatives d'aquests canals estan ubicades a Londres, però compten amb altres centres repartits pel territori per oferir més representativitat geogràfica, com són els ubicats a Glasgow en tots dos casos. STV divideix el territori escocès en quatre àrees d'influència, i ofereix desconexions informatives en cadascuna d'elles.

En el cas de la BBC, la millora de la cobertura territorial prové de la creació del canal BBC Alba que, tot i no tenir aquesta missió principal (el canal va néixer amb l'objectiu bàsic de potenciar la llengua i la cultura gaèliques), ha comportat un augment de la representativitat de la comunitat local de les illes i les *highlands*, i ha ampliat la cobertura informativa de la informació de proximitat a la BBC Scotland, cadena amb qui intercanvia continguts periòdicament.

Després del referèndum per la independència d'Escòcia, en què van guanyar els partidaris de seguir formant part del Regne Unit, es va negociar l'atribució de competències al Parlament escocès en matèria audiovisual. Algunes veus reclamaven la creació d'un canal públic propi per a Escòcia en anglès, que ocupés la posició de prestador generalista sense formar part de la xarxa BBC. Aquesta proposta -que no va prosperar tot i ser acceptada com a remota per alguns experts en la matèria- hagués satisfet el reclam d'emetre un telenotícies generalista des d'un punt de vista escocès, que incorporés els quatre àmbits informatius: local, nacional, estatal i internacional. De moment, s'estan engegant algunes iniciatives encara embrionàries en aquest sentit, com és el cas del projecte *Scottish News*¹⁴⁶, que pretén oferir un informatiu d'aquestes característiques on-line, finançat principalment per les donacions. Els impulsors del projecte

¹⁴⁶ <http://scottishnews.scot> [darrera consulta: 15 de gener de 2017].

argumenten que Escòcia necessita la difusió de les notícies del seu territori des d'una perspectiva escocesa.

Darrerament, el debat s'ha centrat en com es configura el canal nacional: si se segueix plantejant com una part de l'engranatge mediàtic estatal o si s'aposta per un canal públic regional propi¹⁴⁷. Les possibilitats que podria oferir un nou canal no difereixen dels objectius que persegueix el nou projecte on-line mencionat: emetre un informatiu generalista en anglès, des d'un punt de vista escocès, que inclogués informacions des de l'àmbit de cobertura internacional fins a l'àmbit més pròxim al territori. La BBC Scotland i la BBC Alba han millorat substancialment la cobertura territorial de la nació, però no han aconseguit omplir aquest buit informatiu encara existent a Escòcia, que s'està omplint a través d'Internet i dels projectes comunitaris.

Pel que fa la televisió local, s'ha articulat un model eminentment comercial. STV ha consolidat la seva posició com a organisme de radiodifusió que ofereix contingut original i de proximitat, una missió reforçada amb el llançament de dos canals locals a Glasgow i Edimburg, i la consecució de tres llicències més a Aberdeen, Dundee i Ayr. La cobertura de la informació local ja no es realitza tan sols mitjançant canals nacionals, sinó també gràcies a les iniciatives emergents de televisió local.

El model de televisió de proximitat és bàsicament comercial, després que STV rebutgés el finançament públic destinat al suport dels projectes locals de televisió per tal de no haver de compartir contingut amb la BBC i que aquest sigui exclusiu a les televisions de STV. Com a resultat d'això, el que podria ser un model comunitari creat a partir dels ciutadans i contribuir a proporcionar el contingut local a la televisió pública, s'ha articulat com un sistema comercial.

Caldrà veure com aquest prestador aconsegueix la vinculació amb el territori i ofereix la representativitat en el primer nivell, el local. El que és inqüestionable és la posició destacada de STV com a televisió nacional capaç d'oferir continguts de proximitat i en xarxa, que ja oferia una acurada cobertura territorial i informatius en les diferents parts d'Escòcia, i que s'ha reforçat amb la gestió dels canals a nivell local.

Els riscos que presenta la televisió local a Escòcia són diversos. Per una banda, l'estructura del mercat dels mitjans britànics inclouen barreres que dificulten l'entrada en funcionament de

¹⁴⁷ La revisió de la *BBC Royal Charter*, publicada el desembre de 2016 -donat que expirava el desembre de 2016- i consultada per a aquesta recerca, no inclou la possibilitat que el canal públic d'Escòcia sigui independent de la BBC ni que sigui cap altre que la BBC Scotland (i la BBC Alba, com a canal gaèlic).

models de televisió més econòmics i comunitaris amb forta vinculació al territori. Per l'altra, hi ha una manca d'iniciatives per evitar que la televisió esdevingui un model centralitzat. Les barreres d'entrada a la radiodifusió per TDT, lligades a la necessitat d'obtenció d'una llicència per operar, fan que els projectes comunitaris sorgits de la societat civil no puguin emetre mitjançant aquesta tecnologia i només ho puguin fer a través d'Internet. Tenint en compte que es prioritzen els projectes econòmicament viables, hi ha una manca d'oportunitats pels actors que volen fer televisió fora d'aquest model centralitzat, que troben les seves plataformes de difusió en l'entorn on-line. El model de televisió local està en plena configuració, i s'està dissenyant en base a un sistema de canals locals que treballen en xarxa en mans d'un operador comercial que enforteix la seva posició al mercat en l'esclatxa de la informació de proximitat.

Les tendències globalitzadores en el camp de la informació no han apaivagat les necessitats de les notícies locals. Per contra, les veus que apelen la necessitat d'interpretar el món des del punt de vista nacional i local tenen més força que mai.

7.2.5. Comparacions entre el model de televisió de proximitat català i escocès

Dels estudis de cas analitzats sobre el model de televisió a Catalunya i Escòcia, s'ha procedit a la comparació dels models. La recent creació de les emissores de proximitat a Escòcia i la inexistència de literatura comparativa sobre estructura de la comunicació en els dos territoris, fan especialment pertinent aquest apartat, que aporta dades rellevants sobre la configuració dels dos sistemes genuïns de televisió de proximitat. Tots dos models parteixen d'unes premisses comunes (ens referim a dues nacions sense Estat que tenen un espai comunicatiu propi, seguint les aportacions del marc teòric) però han desenvolupat estructures de televisió regional i local fortament diferenciades.

En el cas de Catalunya, durant l'època analògica la televisió local s'ubicava en algunes grans ciutats, però principalment en poblacions petites, amb un model atomitzat en què les diverses iniciatives estaven fortament vinculades amb el territori al qual donen cobertura. A més, es dona el cas que la mida de les localitats en les que es van impulsar els projectes i l'envergadura dels prestadors era dispar al llarg del territori. Amb el pas a la digitalització, si bé són les províncies de Barcelona i Tarragona les que concentren més prestadors públics de proximitat, aquests canals conviuen amb els de naturalesa privada (alguns dels quals exerceixen una funció de servei públic), de manera que la televisió de proximitat està distribuïda per tot el territori català amb prestadors de mides i característiques desiguals.

A Escòcia, ja els primers projectes impulsats en l'època analògica es van impulsar en ciutats grans i mitjanes, i les següents iniciatives, emmarcades en l'era digital, s'han impulsat a les ciutats més

grans de la regió. De fet, en les àrees de les *highlands* i les illes no hi ha cap televisió local, si bé a Inverness s'ubica la seu del canal BBC Alba que dóna representativitat a la comunitat gaèlica.

Si analitzem la trajectòria de televisió local en els dos territoris, es pot concloure que en el cas català existeix una tradició històrica, mentre que a Escòcia les iniciatives que van sorgir eren escasses i no van prosperar. Els prestadors catalans es van situar en un primer moment en la alegalitat, fins que l'arribada de la TDT va donar empara legal als prestadors i va reestructurar el model. En el cas de la televisió a Escòcia, el model es va estructurar en relació a la TDT, sense partir d'iniciatives preexistents que es van clausurar anys abans de la digitalització.

Contrasta un model impulsat des de la ciutadania a Catalunya, amb una forta vinculació amb la comunitat local i l'associacionisme (tot i que alguns projectes van ser i segueixen estan liderats per empreses), amb un model que neix de la mà del principal prestador comercial escocès. Per tant, en el segon cas és l'empresa privada la que cerca la vinculació amb la ciutadania per aportar un major localisme i proximitat identitària. Aquests canals neixen fortament professionalitzats, mentre que a les televisions de proximitat catalanes la professionalització i la millora de la qualitat dels continguts ha estat progressiva.

El model català de TDT s'articula en funció de la divisió del territori en demarcacions, amb la possibilitat que hi hagi fins a quatre canals de proximitat en cadascuna (un de públic i tres de privats, amb algunes excepcions). Aquest model obliga diferents municipis que volen comptar amb canals de televisió a arribar a acords. Tot i que en alguns casos els projectes són liderats per les ciutats que concentren una major població, es donen nombrosos casos de projectes formats per poblacions de diferents mides. En el cas d'Escòcia, en canvi, les ciutats més poblades lideren els projectes, i les llicències no estan pensades perquè es configuren projectes conjunts amb més d'una localitat involucrada, sinó perquè siguin operades per un prestador comercial (en aquest cas STV).

La cooperació entre els prestadors catalans ha anat augmentant en intensitat, sobretot articulada per La Xarxa, una entitat pública que potencia l'intercanvi de contingut. Recentment el canal públic generalista s'ha sumat a aquesta xarxa d'intercanvi, que es nodreix dels continguts que produeixen els canals locals. Aquest model difereix de l'escocès, en el qual l'intercanvi es limita als prestadors comercials de la mateixa companyia que, precisament, ha renunciat a col·laborar amb l'emissora pública per disposar de continguts exclusius. El següent quadre (figura 85) sintetitza les diferències entre els dos models.

	Cas català	Cas escocès
Època analògica	Nombrosos projectes vinculats amb l'associacionisme i baixa professionalització Tradicció televisiva local Normalització lingüística del català	Projectes comunitaris comptats, sobretot ubicats en grans ciutats, i que no prosperen Falta històrica de televisió local Baix ús del gaèlic als mitjans de comunicació
Època TDT	Reordenació Professionalització Xarxa pública d'intercanvi de continguts	Adjudicació de noves llicències Projecte comercial: operador generalista professionalitzat Manca d'intercanvi de contingut amb els altres operadors
Model	Bottom up (o des de la base)	Top down (o de dalt a baix)

Figura 85. Quadre-resum comparació model català i escocès de televisió de proximitat. Elaboració pròpia.

El model de televisió de proximitat de Catalunya és un sistema sorgit i articulad des de la base, amb fortes vinculacions amb la comunitat local, que es professionalitza i estableix rutines d'intercanvi de contingut. Es tracta, per tant, d'un sistema *bottom up* o des de la base. L'escocès, en canvi, és un model que neix de forma més tardana, i estructurat a partir de l'adjudicació de llicències en les dues principals ciutats. El prestador al qual s'adjudiquen els primers canals és el gestor del principal canal comercial escocès, que consolida la seva presència en aquestes ciutats, aprofitant els recursos i la professionalització del prestador generalista. Per tant, podem parlar d'un model *top down* o de dalt a baix.

Després de l'anàlisi dels dos casos, es pot concloure que les dues nacions sense Estat -que comparteixen la premissa d'haver construït espais comunicatius propis-, han desenvolupat models de televisió de proximitat fortament diferenciats, tenint en compte la seva tradició, estructura i funcionament.

7.3. Consideracions finals sobre els models internacionals

Els casos presentats en aquest capítol han aportat una perspectiva internacional a l'estudi de cas analitzat: el model de televisió pública de Catalunya. Tant la televisió als Estats Units com la televisió escocesa han permès establir comparacions amb el model català. En el primer cas, s'observa que el sistema és reeixit pel localisme existent en la televisió pública, si bé el concepte de prestador públic difereix de com s'entén a Europa. El cas britànic és un referent en televisió pública que permet establir comparacions amb el cas català, sobretot prenent com a àrea d'anàlisi Escòcia, que comparteix similituds amb Catalunya.

Però més enllà de les comparacions, l'estudi d'aquests casos han servit per obrir la ment de la investigadora i per anar més enllà en l'estudi del cas català. Per veure, observar i analitzar allò que fan altres països, que difereix del que és habitual per a nosaltres, així com fer una aproximació a altres maneres d'entendre el servei públic i la comunicació de proximitat. D'aquesta manera s'han ampliat els coneixements sobre la temàtica d'una manera extensa, que

han fet observar el cas català amb una mirada més àmplia i reflectir-ho així en les preguntes d'investigació i en el desenvolupament de la recerca. L'ampliació de punts de vista, tradicions investigadores, marc teòric i estudi de casos, han permès mirar l'objecte d'estudi principal amb perspectiva, sobretot gràcies al distanciament geogràfic i intel·lectual en alguns períodes durant el desenvolupament del treball. Això ha estat de gran ajuda a l'hora d'elaborar les conclusions d'aquesta tesi doctoral, a les quals aquest apartat donen pas.

Conclusions. Definició del model de televisió pública a Catalunya

Les conclusions d'aquesta tesi resumeixen les idees de la recerca i van més enllà en l'anàlisi del tema, amb una proposta de model de televisió pública per al Principat i una visió prospectiva. Catalunya és una nació sense Estat (Guibernau, 2002) que ha construït el seu propi espai comunicatiu amb el català com a llengua vehicular (Gifreu i Corominas, 1991). El model de televisió és únic, pel que fa a la quantitat de canals de proximitat i la seva tradició. En el sistema audiovisual català hi ha una pluralitat de canals que donen representació a petites àrees de cobertura de manera específica.

TV3 i els canals de proximitat han estat uns actors fonamentals en la normalització lingüística del català i en la representació de la cultura catalana. Dins de l'àmbit informatiu, TV3 ofereix diversos telenotícies amb informació internacional, estatal, nacional i local, d'acord amb els principis de Straubhaar (2007), des d'un punt de vista català, i un telenotícies -el Telenotícies Comarques- que ofereix informació bàsicament de proximitat. Els altres sistemes internacionals analitzats en aquesta investigació presenten grans diferències pel que fa a la presència d'un canal generalista i l'estructura dels prestadors de proximitat al territori.

8.1. La televisió pública a Catalunya, a vista d'ocell

A Catalunya sovint s'ha parlat de televisió pública en singular, per fer referència a TV3. No obstant això, aquest treball conclou que la televisió pública s'ha de referir a una realitat molt més complexa i heterogènia que englobi els prestadors de proximitat, que desenvolupen una funció clau de representativitat i d'informació al territori. El govern català s'ha centrat tradicionalment en la promoció de TV3 i no ha parat tanta atenció als canals de proximitat, que sí que han comptat amb el suport dels governs locals i de la Diputació de Barcelona mitjançant La Xarxa. TV3 i els prestadors de proximitat formen part d'un mateix model de televisió pública i, per tant, és necessària la seva col·laboració.

És cert que, durant anys, TV3 i els prestadors públics de proximitat han funcionat de manera independent, tot i així la col·laboració entre ells ha anat en augment. Un moment clau en la relació entre aquests dos actors se situa al febrer de 2013, quan el prestador d'àmbit català va prescindir dels serveis de les productores audiovisuals del territori i va passar a comptar amb els prestadors de proximitat de manera més freqüent per a cobrir les informacions del territori.

La Xarxa, com a entitat de suport als mitjans de comunicació de proximitat que ja catalitzava l'intercanvi de continguts entre les televisions de proximitat, articula també la col·laboració entre TV3 i els prestadors de proximitat. Aquesta relació i el sistema d'intercanvi que s'ha endegat s'ha demostrat incomplet i ha generat insatisfacció per part de les dues bandes.

Els prestadors públics a Catalunya han de complir les funcions d'informar, entretenir i educar, i han de tenir en compte un quart i un cinquè element que entren en joc a l'era digital: la innovació i la interacció. La innovació ha tingut tradicionalment dues velocitats: la dels mitjans de la CCMA, que han estat capdavanters en l'adaptació a l'entorn digital; i la dels mitjans de proximitat que, amb alguna excepció com BTV, han tingut poca capacitat per a capitanejar aquesta innovació i han anat més aviat a remolc dels passos que podia fer La Xarxa, també limitats. La capacitat d'interacció també ha estat més aviat escassa o, en tot cas, insuficient.

Les missions de servei públic, recollides a la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya són, entre d'altres, la transmissió d'una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític, social i cultural, i també amb l'equilibri territorial. En el camp de la televisió pública, un dels reptes principals és la desgovermentalització i la despolitització dels prestadors. Els mitjans de proximitat, més vulnerables econòmicament, són altament dependents dels governs locals.

8.2. La digitalització

La digitalització del senyal televisiu va suposar el pas de la televisió analògica a la Televisió Digital Terrestre (TDT). La TDT és una tècnica de difusió dels senyals de televisió que permet optimitzar l'ús de l'espai radioelèctric (CAC i CMT, 2002). Les raons de la seva implementació van ser bàsicament tècniques, en un context en què la tecnologia digital s'anava imposant en detriment de l'analògica i en un marc europeu d'adaptació a aquesta tecnologia¹⁴⁸.

Els arguments que justificaven el pas a la TDT es poden sintetitzar en la possibilitat d'incrementar el nombre de programes amb una disminució dels costos de distribució, la millora de la qualitat de la recepció i visualització, el millor aprofitament de l'espectre radioelèctric, la recepció portàtil i mòbil del senyal de televisió, i la possibilitat d'introduir serveis interactius per a l'usuari, amb l'ajuda d'altres infraestructures de comunicació més completes, anomenades canals de retorn (CAC i CMT, 2002; Martori, 2014).

La digitalització va permetre donar empara legal a les televisions de proximitat, que operaven en una situació d'alegalitat. El pla de transició a la TDT ja generava incerteses pel que fa a les televisions de proximitat perquè no es preveia que totes poguessin sobreviure, donada l'abundància de l'oferta televisiva. Es va optar per donar cabuda al màxim de prestadors

¹⁴⁸ El 1995, la Comunitat Europea va acordar la migració continental a la TDT com un pas essencial en la planificació a escala europea de l'espectre (Marzal y Murciano, 2007).

possibles, que suposava el 72% respecte les televisions públiques existents, però des de la Generalitat de Catalunya eren conscients que hi hauria prestadors que acabarien desapareixent. No obstant això, la digitalització era un fenomen imparable a nivell mundial, sobre el qual s'ha articulats l'era de la informació, i l'espai televisiu català s'havia d'adaptar necessàriament a la difusió mitjançant aquesta tecnologia, fet que va suposar un reordenament de l'oferta.

Quan es va produir l'encesa digital, alguns dels ajuntaments van començar a emetre pel programa del MUX assignat a la televisió pública en solitari o agrupats en un consorci, mentre que d'altres es van fer enrere i no es van integrar a cap consorci. Hi va haver canals que emetien en analògic que van passar a emetre en una situació irregular, a través d'un repetidor propi o utilitzant la freqüència assignada a un altre prestador privat. A més, s'ha anat produint una emergència progressiva de canals que ofereixen contingut només en línia, al marge de la TDT.

Consideracions sobre la televisió pública a Catalunya

- No es pot parlar de televisió pública en singular, sinó que ens hem de referir a una realitat complexa i heterogènia que englobi els prestadors de proximitat.
- Els prestadors de proximitat desenvolupen una funció clau de representativitat i d'informació al territori.
- La col·laboració entre TV3 i els prestadors públics de proximitat ha estat irregular, però ha anat en augment sobretot a partir de 2013.
- El febrer de 2013 es produeix un punt d'inflexió ja que el prestador d'àmbit català va prescindir dels serveis de les productores audiovisuals del territori i va passar a comptar amb els prestadors de proximitat de manera més freqüent per a cobrir les informacions del territori.
- La Xarxa Audiovisual Local coordina l'intercanvi de continguts entre les televisions de proximitat i TV3.
- La innovació ha tingut tradicionalment dues velocitats: la dels mitjans de la CCMA, que han estat capdavanters en l'adaptació a l'entorn digital; i la dels mitjans de proximitat, que generalment han tingut poca capacitat per a capitanejar aquesta innovació (amb alguna excepció, com ara BTV).

- Un dels reptes principals de la televisió pública a Catalunya és la desgovernmentalització i la despolitització dels prestadors.
- Els mitjans de proximitat són més vulnerables econòmicament i altament dependents dels governs locals.
- Cal superar la consideració de servei públic únicament com a titularitat pública, i tenir en compte els projectes de radiodifusió en base al servei que ofereixen, és a dir, a si exerceixen una funció de servei públic.

8.3. La televisió pública de proximitat a Catalunya

8.3.1. Què significa televisió de proximitat

D'acord amb les definicions exposades al Capítol 2 d'aquest treball, un prestador de proximitat és aquell que presta un servei de televisió dins un àmbit territorial més reduït que el del conjunt del territori de Catalunya. Aquests canals ofereixen una programació de proximitat, generalista o temàtica, dirigida a satisfer les necessitats d'informació, de comunicació i de participació social de les comunitats locals compreses en la demarcació específica de què es tracti (Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya).

Una de les raons que justifiquen l'existència de la televisió de proximitat és la necessitat dels individus de tenir representativitat de la capa més pròxima de la seva identitat, seguint els postulats de Joseph Straubhaar (2007), que argumenta que la identitat és multicapa i que l'audiència té necessitat de rebre informació de la capa més pròxima corresponent a les interaccions del seu dia a dia.

Segons les diverses definicions que s'han presentat al marc teòric, els prestadors de proximitat estan vinculats al territori i disposen d'infraestructures de producció en la seva demarcació, emeten predominantment en català continguts informatius (veraços i plurals), de creació, d'entreteniment i interactius, fonamentalment relacionats amb allò que succeeix en l'àmbit proper, geogràfic, humà, cultural, lingüístic i històric, i promouen mecanismes d'accés i de participació dels ciutadans.

Es tracta d'aquelles televisions que tenen un àmbit de cobertura menor a la comunitat autònoma i que emeten una programació compromesa i destinada a aflorar les informacions del territori més proper. Aquesta conceptualització de la televisió de proximitat, que s'ha elaborat al llarg de la tesi doctoral, està en consonància i complementa la que apareix al Llibre Blanc de

l'Audiovisual -presentat durant l'elaboració de les conclusions d'aquest treball- que argumenta que són aquells mitjans que emeten des de l'interior de l'ecosistema i que s'adrecen a una de les seves parts específiques (Llibre Blanc de l'Audiovisual, 2016: 449).

El terme proximitat, per tant, serveix per al·ludir a una realitat diversa, que permet donar resposta a la naturalesa múltiple dels prestadors de televisió actual.

Què significa televisió de proximitat?

- Els prestadors de proximitat estan vinculats al territori i disposen d'infraestructures de producció en la seva demarcació, emeten predominantment en català continguts informatius (veraços i plurals), de creació, d'entreteniment i interactius, fonamentalment relacionats amb allò que succeeix en l'àmbit proper, geogràfic, humà, cultural, lingüístic i històric, i promouen mecanismes d'accés i de participació dels ciutadans.
- Es tracta d'aquelles televisions que tenen un àmbit de cobertura menor a la comunitat autònoma i que emeten una programació compromesa i destinada a aflores les informacions del territori més proper.
- Els prestadors de televisió pública de proximitat desenvolupen una funció de servei públic, basada en la representació de les comunitats locals i aporten descentralització al model audiovisual.

8.3.2. Televisió pública i televisió privada de proximitat: dues realitats?

La televisió de proximitat comprèn els àmbits submunicipals (en el cas de les televisions de districte), municipals i supramunicipals, estructurats a partir del sector públic i del sector privat. Aquesta recerca centra l'atenció en els projectes del sector públic, si bé cal fer algunes consideracions referents a la diferenciació entre televisió pública i televisió privada en el camp dels prestadors de proximitat.

Cal esmentar que les diferències entre algunes emissores de proximitat públiques i privades, en termes d'estructura, funcionament i missió, no són abundants. Pel que fa a la representació de l'àmbit local, els prestadors de totes dues naturaleses proporcionen informació sobre els temes pròxims que afecten els ciutadans amb algunes excepcions com els canals privats que estan treballant com a xarxa (és el cas de Canal Català en el passat, i El Punt Avui Televisió en l'actualitat).

L'estructura dels canals privats requeriria un altre text, però podem apuntar que hi ha projectes que estan gestionats per empreses però que, en molts casos, reben el suport del govern municipal. A falta d'una recerca més extensa, s'observa que les preocupacions sobre el funcionament dels canals públics són aplicables als privats que estan complint una funció de servei públic.

D'aquesta manera, no es pot deixar de banda que algunes de les conclusions d'aquesta tesi doctoral es poden aplicar als prestadors privats que tenen una funció de servei públic. Es pot argumentar que a nivell local no hi ha una divisió estricta ni clara entre les emissores públiques i privades en relació amb el servei que ofereixen o la manera d'obtenir ingressos. Cal tenir en compte que alguns dels prestadors privats reben finançament dels governs locals -en alguns casos en forma de publicitat institucional- i que els canals de titularitat pública emeten anuncis publicitaris per rebre finançament.

També cal contemplar que les funcions que es desenvolupen al territori són en la majoria de casos similars. En aquest sentit és destacable que, en moltes ocasions, els territoris que no compten amb un canal públic de proximitat tinguin un canal privat que desenvolupa aquesta funció, evitant així duplicitats. De fet, La Xarxa no té en compte la titularitat dels canals a l'hora de permetre'ls l'adhesió a l'entitat, sinó si estan realitzant una funció de servei públic.

La Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual a Catalunya, que al Títol IV desenvolupa l'ordenació de la prestació de serveis de comunicació audiovisual per part de subjectes privats, hauria d'incloure la consideració dels prestadors de titularitat privada que ofereixen un servei públic i que podrien regular-se en alguns aspectes en base al que s'estipula per als prestadors de servei públic.

Cal esmentar l'aplicació insuficient de la regulació dels prestadors del tercer sector, que exerceixen una funció pública amb una gran vinculació amb la vida cívica i que en molts casos reben el suport dels governs locals, però que conformen un grup molt heterogeni format per entitats, associacions o centres educatius de característiques diverses. Per a poder operar en el marc de la digitalització, alguns prestadors del tercer sector han buscat empara en el consistori per a poder operar un canal públic de televisió, han constituït una empresa per a poder optar a una llicència com a prestadors privats o han passat a emetre per Internet. Generalment aquests prestadors desenvolupen la funció de servei públic i de representació local.

En definitiva, i prenent els casos de referència analitzats als Estats Units i al Regne Unit, s'ha de superar la consideració de servei públic únicament com a titularitat pública, i tenir en compte els projectes de radiodifusió en base al servei que ofereixen, és a dir, a si exerceixen una funció

de servei públic.

8.3.3. Els 12 prestadors públics de proximitat de Catalunya

El model de televisió pública de proximitat és heterogeni, format per una dotzena de prestadors ubicats sobretot a la província de Barcelona (Barcelona Televisió, Televisió Badalona, Televisió L'Hospitalet, MaresmeDigital TV, Canal Terrassa Vallès, Vallès Oriental Televisió, Vallès Visió, Canal Blau i Penedès TV), Tarragona (TAC12 i Televisió El Vendrell, que emet mitjançant la llicència d'un privat), i Girona (Canal 10 Empordà). En tots els casos analitzats hi ha un municipi que lidera el projecte de televisió local de manera clara per sobre dels altres, generalment amb experiències prèvies de televisió en analògic. De fet, en els casos en què hi havia més d'un canal que emetia abans de la digitalització, aquest aspecte ha causat conflictes a l'hora de fer funcionar els canals (és el cas de Vilanova i la Geltrú i Sitges, o de Vilafranca del Penedès i El Vendrell).

Tres quartes parts dels prestadors públics de proximitat que emeten de manera regular mitjançant la gestió directa del servei audiovisual, estan ubicats a la província de Barcelona. Per tant, el nombre d'habitants es postula com un dels elements que incideixen en la solvència dels canals en aquest model televisiu, coincidint amb el que passa en altres indrets, com és el cas d'Escòcia.

La major part de les televisions públiques de proximitat han integrat les seves redaccions, de manera que convergeixen el mitjà televisiu, els portals web i, en alguns casos, una ràdio local. També n'hi ha d'altres, com és el cas de MaresmeDigital TV, en què la integració amb Mataró Ràdio està en procés. Si bé les televisions tenen una àrea de cobertura coincident amb la demarcació, els projectes radiofònics són locals i la ràdio que s'integra a la redacció sol ser la del municipi que lidera el projecte. També és rellevant mencionar que la major part dels projectes són a la pràctica unimunicipals, fet que constata que el model dels consorcis no s'ha consolidat com un cas d'èxit. Tots els consorcis han perdut membres adherits o s'han mantingut estables, essent en alguns casos aquesta caiguda notable, com per exemple MaresmeDigital TV, que ha passat de 13 a 3 municipis al Consorci.

Un dels elements coincidents en bona part dels prestadors, i que es postula com a clau en la solvència dels projectes, és la vinculació entre el prestador i altres actors territorials, que consolida el paper de les televisions a cada àrea i permet crear sinergies. En són exemple els projectes vinculats amb centres universitaris o empreses d'innovació. MaresmeDigital TV està ubicat al Tecnocampus de Mataró, fet que comporta la creació sinergies amb la universitat, com ara fer convenis de pràctiques o editar vídeos promocionals per a la universitat des del

prestador. Vallès Oriental Televisió està ubicat al centre artístic, d'innovació i de formació Roca Umbert, que permet establir vincles amb empreses del sector, a qui es poden cedir els platós, així com fer el prestador partícip del Mercat de l'Audiovisual, que se celebra al recinte. TAC12 també s'ubica a prop de la Universitat Rovira i Virgili i utilitza platós del centre. I en el cas de Canal Blau, el prestador està a l'edifici Neàpolis, vinculat amb els projectes d'innovació.

Aquests són exemples en què el projecte televisiu s'integra en un projecte més ampli de les ciutats de Mataró, Granollers, Tarragona i Vilanova i la Geltrú, que serveixen per destacar la importància que els canals vagin més enllà de prestar un servei audiovisual i es vinculin amb la formació i la innovació del territori, com a motors de creixement per enfortir els valors i el desenvolupament del talent al territori.

Pel que fa a la producció d'informatius és rellevant destacar que quatre prestadors tenen el servei externalitzat a una mateixa empresa que, en molts casos, no té vincles amb el territori. En general, per tant, l'externalització de la producció no enforteix el teixit de productores audiovisual del territori. Només TAC12 havia externalitzat aquest servei a una empresa amb vincles amb el territori, essent una fórmula més lògica per a enfortir el teixit audiovisual del territori.

Si bé el model d'externalització genera certa flexibilitat per les empreses públiques que gestionen els canals per engreixar o aprimar els recursos humans en funció de les necessitats i finançament del projecte -en alguns casos, els contractes s'han negociat a la baixa o en d'altres s'ha prescindit del personal externalitzat quan el consorci ha anat perdent membres i, per tant, finançament-, aquestes externalitzacions són una font de precarietat per als treballadors que sovint són contractats de forma temporal. Aquesta dicotomia entre seguretat i flexibilitat és la qüestió de fons del conflicte entre l'Ajuntament de Barcelona i els treballadors de BTV, que demanen la seva internalització¹⁴⁹.

L'externalització de la producció té límits estipulats pel la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, que en el seu article 33 estableix que la gestió directa del servei públic audiovisual d'àmbit local exigeix que l'ens o l'organisme de la gestió corresponent assumeixi la definició, l'elaboració i la distribució dels continguts audiovisuals, sense perjudici de la possibilitat

¹⁴⁹ El ple del consistori barcelonès ha aprovat la modificació del Contracte-programa entre l'Ajuntament i la Societat municipal Informació i Comunicació de Barcelona (ICB) per a la gestió de Barcelona Televisió fins a 2017. El document preveu la contractació directa de 177 treballadors dels serveis informatius i tècnics fins ara subcontractats per BCN Audiovisual (filial del grup Lavínia).

de comptar amb el suport del sector privat. El CAC ha complementat els límits de la gestió indirecta del servei, establint que la societat gestora ha de mantenir la capacitat de decisió sobre els elements definidors de la programació, com és el cas de la configuració de la graella, una condició que no sempre s'està respectant¹⁵⁰. Els prestadors que disposen de personal propi tenen el repte d'assegurar la flexibilitat a l'hora d'anar a cobrir informacions en tots els horaris i de com rejuvenir les plantilles, mentre que en el cas invers el repte és el d'assegurar la seguretat dels treballadors i unes condicions laborals satisfactòries. Aquests aspectes podrien ser investigats en profunditat en una recerca específica.

8.3.4. Les característiques del model de televisió pública de proximitat

En el període analitzat (2011-2015), la majoria dels projectes de televisió pública de proximitat van tenir problemes econòmics i van perdre suports dels governs locals, com s'ha examinat en els capítols 3 i 4. Aquesta etapa se situa en plena digitalització, després que la transició a la TDT modifiqués l'estructura i la funció del model de televisió pública de proximitat. En base a l'anàlisi exhaustiu de cada organisme de radiodifusió, podem resumir les 10 característiques del model.

1) Els prestadors de televisió pública de proximitat desenvolupen una **funció de servei públic, basada en la representació de les comunitats locals**. Davant la globalització de la comunicació, la informació de proximitat segueix essent rellevant per a respondre a la necessitat dels individus de rebre informació de l'àrea on desenvolupen el seu dia a dia.

2) Aquests canals **aporten descentralització al model** de televisió pública de Catalunya, ja que representen els diferents territoris i les seves realitats socials, ampliant la diversitat i la pluralitat de veus en l'ecosistema de mitjans.

3) **La representació "supralocal" ha causat problemes funcionals** al model de televisió pública de proximitat a Catalunya. Els canals locals donen respostes a la capa d'identitat més propera a la ciutadania (Sraubhaar, 2007). En l'era analògica aquesta identificació tenia lloc en el pla estrictament local, ja que les emissores tenien una àrea de cobertura que coincidia amb els límits del poble o ciutat. Després de la digitalització, alguns projectes es van convertir en "supralocals" (com passa en altres models europeus) i aquesta identificació va esdevenir més difusa per diversos motius:

- L'audiència espera veure en els canals locals informació del seu municipi i, a no ser que es tracti

¹⁵⁰ Segons l'acord 229/2007 del CAC, Els límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local.

d'un gran esdeveniment o succés, no estan interessats en el que passa en altres pobles. La creació de demarcacions, una àrea de cobertura en què diversos pobles o ciutats han de compartir un canal públic, ha obligat els prestadors a crear un nou espai de comunicació major que l'àrea local, en els quals els ciutadans no se senten identificats o en el qual la identificació és més difusa.

- La seu de la televisió generalment es troba a les ciutats amb més habitants, que sol ser la que lidera el projecte. Com que molts ciutadans no tenen la seu de la televisió al seu municipi, les instal·lacions es troben més allunyades de l'audiència, i això les fa menys accessibles, sobretot tenint en compte que aquests canals es nodreixen de les activitats vinculades amb la vida cívica i comunitària de les viles. Aquest factor, unit a la feble identificació amb el nou espai de comunicació, ha allunyat el ciutadà de la televisió local.

- La representació desigual es dona perquè les ciutats amb més habitants sovint concentren la major part dels esdeveniments o de fets noticiables, de manera que les poblacions petites apareixen representades al contingut que emet el canal amb menys freqüència. Alguns municipis van perdre interès en seguir formant part d'uns consorcis que molt sovint no mostraven informació sobre els seus pobles.

4) La producció pròpia d'aquests canals està basada en notícies i programes informatius. Si bé en l'època analògica els canals locals basaven la programació en la retransmissió d'actes festius als municipis, amb la digitalització els prestadors s'han professionalitzat i tenen la informació com a eix central de la programació. La política s'ha convertit en un tema clau de l'agenda de la televisió local, juntament amb els aspectes socials i culturals.

Això estableix un instrument democràtic per promoure la fiscalització dels governs a nivell municipal, que sovint no s'està aprofitant donades les ingerències polítiques o governamentals sobre la televisió que origina pressions directes i també autocensura. Els projectes de televisió de proximitat més professionalitzats solen ser menys vulnerables als interessos que la classe política local té en relació a aquests prestadors, que voldrien que projectessin una imatge positiva del municipi i del govern, mostrant els actes festius i culturals o les obres públiques.

5) Els prestadors públics de proximitat estan incomplint la normativa en termes de producció pròpia. La major part dels canals no arriben a produir les 4 hores al dia i 32 setmanals de programació pròpia. Els prestadors públics de proximitat produeixen un volum de producció original diària que sovint es redueix a una o dues hores diàries, donades les limitacions de pressupost i la consideració que els ciutadans miren aquests canals només per un temps determinat. La graella es complementa amb repeticions en la programació o emissió de

programes de La Xarxa. En una propera revisió de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, caldria reconsiderar els percentatges i fer-los més realistes o que el CAC els pogués aplicar amb més flexibilitat.

Els prestadors que sí que compleixen la normativa, és a dir que produeixen 32 hores a la setmana de programació pròpia original, utilitzen mecanismes de producció molt econòmics com ara retransmetre per televisió els programes radiofònics. Això explica que, en l'anàlisi de l'impacte de la crisi econòmica sobre els prestadors, molts canals hagin mantingut o augmentat la programació pròpia malgrat la davallada de pressupostos i de personal. Tot i que també cal considerar que alguns canals han augmentat les retransmissions en directe, aquestes fórmules de producció de baix cost posen de manifest que no prioritzen la qualitat del contingut que s'emet.

6) El model de televisió de proximitat és molt dependent de l'intercanvi de continguts. Els prestadors necessiten emetre continguts amb els altres canals per a poder assegurar uns mínims de varietat en la programació. El contingut local, en base a les notícies, es complementa amb els programes que s'intercanvien entre les estacions locals a través de La Xarxa o produïts per aquesta entitat.

7) Els canals locals estan vinculats a altres projectes del territori. La seu de la majoria dels canals són espais en els quals hi ha centres de referència a cada zona, com universitats o empreses de tecnologia. L'objectiu és crear vincles i compartir els recursos, els materials i la innovació. A més, un dels pilars del servei públic audiovisual és la innovació, i aquest tipus d'espais permeten crear sinergies entre els diferents actors en aquest àmbit.

8) Els canals estan adaptant a poc a poc les seves rutines a l'entorn en línia. Els prestadors no només emeten per Televisió Digital Terrestre, sinó que també tenen pàgines web per mostrar el seu contingut i utilitzen les xarxes socials per informar a l'audiència i rebre *feedback* dels espectadors. Tot i que els canals són presents a Internet, s'observa que les rutines que segueixen estan marcades pels mitjans tradicionals, i les pàgines web són més un repositori que un espai on anticipar les informacions d'última hora, que posteriorment es veuran en pantalla.

Així doncs, tot i la multiplicitat de plataformes per informar els ciutadans, en l'àmbit local els serveis en línia no sempre s'utilitzen en totes les seves possibilitats. Les rutines de treball es basen en la producció d'un informatiu diari, i després els vídeos es publiquen a les pàgines web. Hi ha canals que tenen pàgines web que segueixen l'esquema d'un blog o de web textual amb estructura contínua vertical i un menú de selecció perquè l'usuari pugui navegar pel contingut, amb poca possibilitat d'interacció, mentre que els webs de la CCMA i BTV són els més interactius,

amb més possibilitats de navegació i estan integrades a les xarxes socials (Gómez-Domínguez, 2016b)¹⁵¹.

Els canals públics de proximitat que disposen d'una aplicació pròpia per a mòbils i tauletes són Barcelona Televisió, Vallès Oriental Televisió, Televisió Badalona, Televisió L'Hospitalet i Penedès Televisió. Tot i això, la major part dels canals -inclosos els que tenen aplicacions pròpies- són presents a l'aplicació de La Xarxa anomenada Xiptv. La major part dels canals de proximitat han integrat les seves redaccions, amb periodistes capaços de produir informació per a la televisió, la ràdio o la pàgina web, mentre que a TV3 la convergència encara no ha tingut lloc.

9) **És difícil garantir la independència política i governamental dels canals**, ja que els mecanismes per a preservar la independència dels prestadors no estan funcionant de manera efectiva. Un document que garanteix l'estabilitat pressupostària i pretén evitar les ingerències governamentals sobre el prestador és el Contracte-programa, que moltes de televisions no tenen aprovat. Els canals de proximitat són altament dependents del finançament públic dels governs locals. Tenint en compte que molts ajuntaments han abandonat els projectes, la dependència dels pobles que encara són membres dels consorcis augmenta.

Els periodistes reben pressions dels governs de torn i practiquen l'autocensura, per exemple evitant parlar de certs temes que poden incomodar els governs locals. Per això, la major part dels canals transmeten o donen cobertura a totes les activitats institucionals organitzades pels governs locals que financen els canals, independentment del criteri periodístic. La garantia que els mitjans estiguin despolititzats i desgovermentalitzats és un dels reptes prioritaris a què ha de fer front la televisió de proximitat.

10) **L'externalització de la producció és una forma de promoure la indústria audiovisual**. Algunes empreses en el sector privat gestionen la producció dels canals locals que tenen externalitzada la producció de continguts. Aquest fet contribueix a l'acompliment de la funció establerta per la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya que estipula que el sector públic ha de promoure la indústria audiovisual al Principat. Ara bé, tindria sentit que en l'atorgament d'aquestes adjudicacions es tinguessin en compte els lligams de les productores

¹⁵¹ Part 2 de l'informe *Televisió Social. Conceptualització, mercat espanyol i anglosaxó. Estudi aplicat al sistema televisiu català*, desenvolupat per l'autor en el marc de l'Observatori de la Producció Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra.

amb el territori, per tal d'enriquir el teixit audiovisual de les diverses zones de Catalunya. A més, un dels reptes del model és resoldre com garantir la seguretat dels treballadors i que es respectin els límits de la gestió indirecta dels serveis informatius, que estipulen que el personal externalitzat no pot prendre decisions editorials sobre el prestador.

Característiques del model de televisió pública de proximitat per TDT

- En els projectes de TDT-L, un municipi que lidera el projecte de televisió local de manera clara, generalment amb experiències prèvies de televisió en analògic.
- La major part de les televisions públiques de proximitat treballen en redaccions integrades (televisió, ràdio i web), tot i que el mitjà televisiu és el que marca les rutines de treball.
- La representació "supralocal" ha causat problemes funcionals al model de televisió pública de proximitat.
- La creació de demarcacions ha obligat els prestadors a crear un nou espai de comunicació major que l'àrea local, en el qual els ciutadans no se senten identificats o en què la identificació és difusa. Les ciutats amb més habitants sovint concentren la major part dels esdeveniments o de fets noticiables, de manera que es produeix una desigualtat de representació.
- La major part dels consorcis han perdut membres adherits, i molts dels projectes són unimunicipals.
- Es consolida la dificultat de funcionament dels consorcis com a fórmula jurídica per a gestionar canals de televisió supramunicipals.
- Els canals han establert vincles amb altres actors del territori en estar ubicats en espais en els qual conflueixen prestadors, empreses d'innovació i universitats, amb els quals creen sinergies que milloren la viabilitat dels projectes.
- La producció d'informatius és majoritàriament un servei externalitzat, que genera certa flexibilitat però que no pot ser una font de precarietat. Cal assolir la *flexiseguretat* dels treballadors i que els prestadors respectin els límits establerts per llei i pel CAC, que estipulen que el personal extern no pot prendre decisions editorials.

- La producció pròpia d'aquests canals està basada en notícies i programes informatius, tot i que s'està incomplint la normativa en termes de producció pròpia.
- Alguns canals emprenen mètodes econòmics i de baixa qualitat per a produir contingut propi, com ara instal·lar una *webcam* a l'estudi de ràdio i retransmetre el programa radiofònic per televisió.
- El model de televisió de proximitat és molt dependent de d'intercanvi de continguts.
- La relació entre TV3 i els prestadors de proximitat és asimètrica i unidireccional: l'intercanvi es dona bàsicament per part dels canals locals a TV3 però no viceversa.
- Alguns mitjans de titularitat privada o sense ànim de lucre fan una funció de servei públic audiovisual.

8.3.5. Els tres grups de canals locals públics

Una de les aportacions d'aquesta tesi doctoral és la presentació d'un catàleg de canals de televisió pública de proximitat, que divideix l'objecte d'estudi en tres grups o categories. S'han identificat tres tipologies de prestadors que proporcionen informació de proximitat (figura 86).

Model històric local	Hi ha un municipi que lidera Experiència en TVL en analògic Compten amb personal propi Estableixen sinergies amb la ràdio	Canal Terrassa Vallès Penedès TV Televisió El Vendrell Canal 10 Empordà
Consortis de nova creació	Neixen a partir del PTNTDT Poden incloure TVL històriques Tendència a externalitzar personal No sempre sinergies amb la ràdio	Vallès Oriental Televisió Vallès Visió TAC12 Canal Blau MaresmeDigital TV*
Model metropolità	Projectes en solitari de grans ciutats Àrea metropolitana Caràcter singular de BTV (gran capital)	Televisió Badalona Televisió L'Hospitalet BTV

Figura 86. Tipologies de la televisió de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia.

*MaresmeDigital TV se situa en la tipologia de consorcis de nova creació, tot i que té trets del model històric local.

8.3.5.1. El model històric

El model històric es basa en els prestadors que són la continuació de projectes de televisió local en analògic. Les televisions que s'inclouen en aquesta categoria estan clarament liderades per un municipi. De fet, encara que alguns projectes incorporen més d'una població al consorci, són majoritàriament prestadors unimunicipals els que estableixen sinergies amb les emissores de ràdio local i que treballen en redaccions integrades. Canal Terrassa Vallès, Penedès TV, Televisió El Vendrell i Canal 10 Empordà formen part d'aquest model. Actualment, MaresmeDigital TV també compleix amb les característiques d'aquest model, tot i que el prestador se situa a cavall entre aquesta tipologia i la dels canals de nova creació si tenim en compte la trajectòria del canal.

8.3.5.2. Canals de nova creació

El segon grup el formen els canals de nova creació, integrat pels projectes que neixen a partir del Pla Tècnic Nacional de TDT. En aquest grup, els consorcis van ser creats per diferents ajuntaments, que es van unir per gestionar un sol canal. En aquests casos, els projectes no necessàriament estan lligats a un canal que emetia en l'època analògica tot i que alguns municipis sí que tenien canals de televisió locals abans de la digitalització.

Els prestadors de nova creació no són continuacions de canals ja existents com en el cas dels prestadors que formen part del model històric, sinó que són projectes supralocals que aconsegueixen aplegar diversos municipis per a gestionar un mateix projecte (malgrat que algunes poblacions integrades als consorcis haguessin comptat amb canals de televisió en analògic). Entre aquests canals hi ha una tendència a externalitzar la producció de continguts (amb algunes excepcions, com el cas de Canal Blau), encara que la crisi econòmica i la pèrdua de membres als consorcis ha obligat els municipis a negociar a la baixa els contractes d'externalització del servei o a prescindir d'aquestes productores, fet que ha tingut un impacte en el nombre de treballadors dels prestadors.

En aquest grup hi ha TAC12 com un cas paradigmàtic que va ser creat com a resultat de la digitalització, en el qual el nombre d'ajuntaments al projecte s'ha mantingut estable des dels seus inicis. En aquest grup també es troben els dos canals de la demarcació de Granollers: Vallès Oriental Televisió i Vallès Visió. Al Vallès Oriental hi va haver experiències de televisió en analògic, però el nou canal no és una continuació d'aquests projectes. De fet, alguns pobles amb tradició a la televisió local no es van unir al projecte. En el cas de Canal Blau, inicialment el projecte va unir les dues televisions ja existents a la comarca (la de Vilanova i la Geltrú i la de Sitges) amb la suma d'altres municipis, fins que Sitges va abandonar el projecte.

Maresmedigital TV reunia les característiques d'aquest model. Es van crear dos consorcis -un que agrupava els municipis de l'alt Maresme i l'altre els del baix Maresme- i es van impulsar dos canals. Alguns pobles amb tradició de televisió local es van integrar al projecte, però cap d'ells el liderava de manera clara per sobre dels altres. L'evolució d'aquest canal, en canvi, l'ha fet més proper al model històric, després del tancament d'un dels canals i de la decisió d'alguns pobles d'abandonar el Consorci Digital Mataró-Maresme. La ciutat de Mataró ha passat a liderar el canal juntament amb el canal privat històric de la ciutat, que tenia una funció de servei públic i que es va integrar al projecte per evitar duplicitats.

Això ha portat Maresmedigital TV a estar més a prop de ser una continuació del que havia estat Mataró Televisió, que de configurar-se com un projecte que reuneix un gran nombre de municipis de la zona. Per això, malgrat que el Consorci integra Mataró i dos municipis més, algunes de les seves característiques s'assimilen a les descrites en el model històric de prestadors en què un sol municipi lidera el projecte de televisió, que és la continuació d'un canal iniciat en l'època analògica.

8.3.5.3. El model metropolità

El tercer grup el formen els prestadors del model metropolità, integrat per projectes de l'àrea metropolitana de Barcelona. Són televisions que van començar a emetre abans de la digitalització i són unimunicipals. No van necessitar crear un consorci ja que podien gestionar els canals en solitari gràcies al MUX addicional destinat a la televisió de proximitat a la demarcació de Barcelona. Televisió Badalona i Televisió L'Hospitalet són força properes al model local històric ja que els treballadors no estan externalitzats i creen sinergies amb altres mitjans de la ciutat.

El cas de BTV s'integra en aquest grup però cal destacar que és un prestador únic ja que reuneix unes característiques especials. Aquest canal té un pressupost i un nombre de treballadors molt per sobre dels altres prestadors. Tot i ser unimunicipal té la producció de continguts i el personal externalitzat, fet que ha causat un conflicte entre els treballadors i l'Ajuntament.

BTV treballa amb una redacció convergent, que produeix contingut per a la ràdio, el canal de televisió i la pàgina web d'una manera integrada. El canal innova en formats i és l'únic prestador públic de proximitat capaç de produir un gran volum de programació pròpia que inclogui entreteniment. El prestador té un sistema de producció d'informació centralitzat, amb canals de districte (petits canals que van néixer en l'era analògica) que proporcionen informació sobre els barris de la ciutat.

8.3.5.4. BTV: un cas únic

BTV és un canal local que compta amb diversos prestadors hiperlocals¹⁵² ubicats als diferents districtes de Barcelona. La relació històrica entre BTV i aquests actors, que estaven en funcionament abans de l'existència d'un canal comú per a tot Barcelona, ha estat complexa.

BTV es va crear per tal que Barcelona tingués un canal de ciutat a partir de les diverses televisions de districte. Ara bé, BTV va passar a ser de titularitat municipal i ha anat disminuint el volum de programació que encarrega a aquests prestadors. De fet, les televisions de districte van intentar aconseguir un canal propi de televisió de proximitat per TDT, sense èxit. Les rutines d'aquests prestadors hiperlocals són més lentes que les de BTV i, com que el pressupost que BTV els destina ha anat disminuint, s'han anat accentuant les dues velocitat a l'hora de treballar.

Donats els problemes que planteja aquest model, aquesta recerca presenta dues possibilitats:

- Reforçar les televisions de districte. Aquesta opció implicaria augmentar el contingut que s'encarregués als prestadors de districte, de manera que esdevinguessin una pota estructural de BTV i que produïssin aquelles informacions que fessin referència als barris propers. Aquestes accions haurien d'anar acompanyades d'un millor finançament que permetés professionalitzar-les i augmentar la rapidesa en la producció de continguts. La seu de cadascun dels prestadors hiperlocals s'hauria d'ubicar en el districte al qual donen cobertura, per tal d'estrènyer els vincles amb la comunitat local i de minimitzar el temps de producció dels continguts.
- Eliminar les televisions de districte com a productores de continguts per BTV. Aquesta opció implicaria una desvinculació entre les televisions de districte i BTV, de manera que el prestador barceloní perdria una pota estructural ubicada als barris i que les televisions de districte perdrien la possibilitat de projectar els seus continguts per un canal de TDT.

¹⁵² El terme hiperlocal es refereix als mitjans que cobreixen informacions cíviues i de valor cultural, incloent notícies sobre la comunitat local, els seus grups, esdeveniments i els assumptes de la governança municipal (Williams, Barnett, Harte i Townend, 2014). Es tracta d'una temàtica d'actualitat que va més enllà del concepte local o proximitat, a la qual diversos investigadors i institucions, especialment al Regne Unit, hi han parat atenció, com és el cas de l'Ofcom. Es tracta d'un tipus de mitjans que emeten informacions orientades a la comunitat i a àmbits de cobertura petits, que han aflorat sobretot donades les possibilitats d'Internet. Si ho apliquem a aquest cas veiem que les televisions de districte, a banda de proveir informació per a BTV, també tenen pàgines web que ofereixen notícies vinculades amb la vida cívica dels barris. S'apunta aquí aquest concepte, a falta d'una recerca més específica que permeti delimitar què són els mitjans hiperlocals i que vinculi aquesta conceptualització amb els mitjans de proximitat a Catalunya.

Això hauria de comportar que BTV tingués periodistes especialitzats en els diferents barris de la ciutat que treballessin des de la seu -alguns dels quals podrien ser els mateixos que treballen a les televisions de districte, si fossin absorbits per BTV- però amb relacions intenses amb els actors socials de cada àrea (associacions, escoles, universitats, empreses, etc.).

Aquestes dues opcions es plantegen per tal de resoldre una situació estructural en què cap de les dues parts estan satisfetes: BTV per la falta de professionalitat i rapidesa de les televisions de districte, i els prestadors de districte pels recursos que reben de BTV, que consideren insuficients per oferir un servei de qualitat.

BTV té l'objectiu de representar la identitat i particularitats de la ciutat. El prestador barceloní s'ha de centrar especialment en aquells temes que no tenen representació a TV3 i, en lloc de competir amb aquest canal, ha de proporcionar una alternativa amb informació local sobre el que està succeint a la ciutat. Es podrien intensificar les retransmissions en *streaming* d'esdeveniments com ara rodes de premsa, inauguracions d'exposicions, conferències, etc.

BTV és l'únic prestador públic de proximitat de Catalunya amb recursos per a produir entreteniment i per innovar. La relació amb La Xarxa és menys intensa que en les altres cadenes per les diferències entre les necessitats de BTV i les dels altres prestadors de proximitat, sobretot en motiu de l'elevat pressupost de BTV respecte els altres canals de proximitat. Malgrat això, una col·laboració més intensa amb La Xarxa i la participació en l'intercanvi de continguts amb canals locals reforçarien el paper de tots dos actors (BTV i La Xarxa) i els permetria establir sinergies i col·laborar en termes de contingut i innovació.

Les 3 tipologies de televisió pública de proximitat a Catalunya

- **El model històric**, format per prestadors que són la continuació de projectes de televisió local en analògic (Canal Terrassa Vallès, Penedès TV i Televisió El Vendrell i Canal 10 Empordà).
- **Canals de nova creació**, format prestadors supramunicipals i que neixen a partir del Pla Tècnic Nacional de TDT (TAC12, Vallès Oriental Televisió, Vallès Visió i MaresmeDigital TV).

- **El model metropolità**, integrat projectes ubicats a la ciutat de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Són televisions que van començar a emetre abans de la digitalització i són unimunicipals (BTV, Televisió Badalona i Televisió L'Hospitalet). El cas de BTV s'integra en aquest grup però cal destacar que és un prestador únic ja que reuneix unes característiques especials, amb un pressupost, un nombre de treballadors i una capacitat de producció molt superior a la dels altres canals.

8.3.6. Els projectes legals i il·legals

Malgrat que aquest estudi ha analitzat principalment la situació dels canals públics de proximitat que emeten de manera regular, és a dir, en forma de gestió directa per part dels municipis o les modalitats associatives d'ens locals establertes per la llei, s'ha identificat un bon nombre de prestadors que ho fan de manera irregular. Aquests no gestionen el servei de manera directa com preveu la llei conjuntament amb d'altres municipis ni tenen una llicència per operar. No es pot deixar de banda l'estudi d'aquesta realitat si es vol tenir en compte la situació de la televisió de proximitat al Principat. Alguns d'aquests canals emeten per cable, però altres projectes són il·legals, com s'ha detallat al Capítol 4.

De fet, el nombre de prestadors de televisió de proximitat que emeten de manera irregular a Catalunya és més gran que els que ho fan per un dels programes del MUX destinats a la prestació del servei públic audiovisual de proximitat. El que porta aquests canals a emetre de forma irregular és la voluntat d'oferir continguts només per a un poble o ciutat, sense necessitat d'arribar a acords amb els altres municipis de la demarcació. També volen evitar el procés car i complex de formar part d'un consorci i pagar els costos d'emissió per TDT. Com a conseqüència, en algunes demarcacions es dona la paradoxa que per alguns dels canals planificats del MUX no s'emeten cap contingut mentre que hi ha altres canals locals que emeten de manera il·legal.

Entre els casos atípics de prestadors de proximitat que ofereixen un servei públic, cal diferenciar els que emeten de manera il·legal i els que ho fan amb empara legal. Una desena de prestadors no són legals ja que ocupen una part de l'espectre radioelèctric diferent al que estava reservat als canals públics de cada demarcació.

Dins dels prestadors que emeten dins els límits de la legalitat es troba el cas de cinc televisions que emeten per cable, com a continuació de projectes iniciats mitjançant aquesta tecnologia per la mala recepció de la televisió hertziana en els seus municipis en motiu de l'orografia del territori. En l'altre grup de prestadors emeten de manera irregular, però dins la legalitat, hi ha Televisió del Berguedà, un prestador del tercer sector que emet emparat per una resolució

positiva del CAC després d'arrendar la llicència per a la prestació del servei de televisió digital local que havia estat adjudicada a un privat. També hi ha el cas de Televisió El Vendrell, que encarrega l'emissió de contingut a un prestador privat, emparant-se en l'article 6 de la Llei 2/2012 de Modificació de Diverses Lleis en Matèria Audiovisual que permetria que un prestador públic encarregués la difusió de contingut a un privat.

Generalment els prestadors que emeten de manera irregular reben suport municipal de manera directa o indirecta, i tenen per objectiu oferir un servei públic audiovisual a nivell local. Els municipis que compten amb canals locals com els que s'esmenten en aquest apartat, no s'han adherit a un consorci per a gestionar un canal públic de proximitat de forma conjunta amb altres poblacions. La funció informativa i de representativitat local en els seus respectius municipis la cobreixen aquests prestadors malgrat que emetin de manera irregular.

La major part d'aquests prestadors no tenen ànim de lucre i estan vinculats a l'associacionisme municipal. Les fórmules de gestió són diverses: en uns quants casos se n'ocupa una petita productora audiovisual o el propi ajuntament, i en d'altres la gestió va a càrrec d'una associació. Amb excepció de Televisió de Cardedeu, que hi consta com a canal del tercer sector, la resta de prestadors són entitats adherides a La Xarxa en tant que televisions per Internet tenint en compte la pàgina web que té cada prestador, ja que aquest organisme no podria incloure entitats que no emetin amb una llicència.

Tipus de prestadors	L'emissió és legal?	Nombre de prestadors identificats	Característiques principals
Televisions que emeten per un repetidor propi	No ¹⁵³	9	Vinculades a l'associacionisme, moltes són del tercer sector i compten amb amb suport municipal.
Televisions que emeten per cable	Sí	5	Prestadors del tercer sector, dos d'ells basats en el servei d'infotext amb l'emissió de pocs vídeos

¹⁵³ Amb excepció del prestador que està dins del Pla d'Emergències Nuclears, que sí que té permís per emetre i, per tant, empara legal.

Televisions que emeten mitjançant la llicència d'un privat	Sí	2	Arrendament de llicència a un prestador privat o difusió de contingut a través d'un prestador privat
--	----	---	--

Figura 87. Tipologies de televisions de proximitat que emeten de manera irregular a Catalunya. Elaboració pròpia.

A Catalunya hi ha canals destinats a la prestació d'un servei públic audiovisual pels quals no s'emeten contingut, i prestadors que emeten de manera irregular, alguns sense llicència per a fer-ho i fins i tot fora de la legalitat. Una reordenació de l'espectre podria donar un marc legal als prestadors que tenen la voluntat d'emetre contingut de servei públic.

Després de gairebé 10 anys de l'elaboració del Pla Nacional Tècnic de la TDT, el panorama de la televisió de proximitat és força diferent al que s'havia previst i al que es va planificar, en bona part com a conseqüència de la crisi econòmica. Com a resultat d'això, els responsables de les polítiques de distribució de l'espectre (el govern català) i de l'agència reguladora de l'audiovisual (el CAC) han de pensar en com reorganitzar aquests canals per regularitzar-los.

Aquesta investigació assenyala la possibilitat de permetre l'existència de projectes de televisió locals amb una àrea de cobertura coincident amb els límits d'un poble o ciutat, donat que l'extensió de la zona de cobertura dels canals de proximitat per passar a ser supranacionals, segons va dissenyar el govern espanyol a través d'un pla tècnic, ha produït problemes en l'estructura i la viabilitat dels prestadors. Aquesta proposta requeriria d'un estudi previ, que inclogués la consulta a cadascun dels municipis sobre la voluntat actual d'emetre per analitzar que no hi haguessin més candidats dels que permet l'espai radioelèctric¹⁵⁴.

Es podria aprofitar l'alliberament freqüències de TDT per a la telefonia 5G, per a reformar el Pla Tècnic (que ara per ara seria competència del govern espanyol), reorganitzar els canals de proximitat de Televisió Digital Terrestre i assignar llicències per a àrees més petites -a poder ser locals- de manera que es donés sortida als projectes públics que emeten de manera irregular o

¹⁵⁴ Cal tenir en compte que aquest estudi ha posat de manifest que la voluntat d'emetre per un canal de TDT que van manifestar els ajuntaments quan s'estaven planificant les llicències, ha variat substancialment ja que molts dels municipis que van dir que voldrien integrar-se als consorcis no ho han fet. Per tant, seria necessari actualitzar el nombre de municipis que, en aquests moments, estrien disposats a operar un canal públic de TDT-L, i quins ho voldrien fer si el projecte fos unimunicipal en lloc de supramunicipal.

permetre la inclusió de nous prestadors¹⁵⁵.

8.3.7. Televisió de proximitat per Internet: estat de la qüestió i prospectiva

El fenomen de la televisió de proximitat per TDT està cohabitant amb la televisió connectada i els projectes de televisió que emeten exclusivament en línia. La televisió per Internet està emergint en un moment de fràgil salut de la televisió pública local per TDT com un fenomen que podria respondre a alguns dels problemes que presenta l'emissió per ones hertzianes, però també presenta nous interrogants. Aquest tipus de televisió de banda ampla, dissenyada per a ser consumida a través d'ordinadors, tauletes, telèfons o televisor connectat (o híbrid), ofereix una major flexibilitat en termes de temps d'emissió i contingut que els usuaris consumeixen sota demanda.

El CAC va fer una campanya per informar els ajuntaments de l'obligació de comunicar l'existència de prestadors de televisió per Internet. A més, es van donar instruccions sobre com preparar el Contracte-programa -també requerit en el cas dels canals que emeten per Internet- per fer el procés més fàcil per a les autoritats locals. L'objectiu era posar ordre i facilitar els procediments administratius, i també difondre unes directrius a nivell local amb la finalitat d'aconseguir una televisió pública de proximitat de qualitat.

La majoria dels projectes en línia emeten mitjançant pàgines web pròpies, i hi ha alguns canals (com Blanes o Sitges) que utilitzen un canal de Youtube. Els governs municipals solen externalitzar la part tècnica, que consisteix en facilitar una plataforma de producció especialitzada, i el contingut l'elabora personal que treballa habitualment en altres mitjans de comunicació local com ara la ràdio o en el propi consistori. Aquest model presenta seriosos dubtes sobre la independència de la televisió respecte del poder polític, ja que no hi ha mecanismes per a garantir una gestió independent. Sovint aquests prestadors tenen un alt nivell de politització i, fins i tot, són els polítics municipals els que decideixen el contingut que s'emetrà.

El contingut dels vídeos generalment versa sobre les activitats i festivitats que tenen lloc al municipi, així com els èxits dels governs municipals (obres acabades o noves campanyes de reciclatge, per exemple), però en general no inclouen contingut polític controvertit. El problema

¹⁵⁵ En aquest sentit, caldria dotar Catalunya de competències en la gestió del domini públic radioelèctric per garantir l'adequada planificació i gestió d'acord amb les necessitats del sector audiovisual català, l'optimització de l'espectre i avançar en la plena digitalització en tots els àmbits, tal com apunta el Llibre Blanc de l'Audiovisual.

observat amb aquests canals és la forma de garantir la independència del poder polític, que és crucial per oferir un servei públic de qualitat, com s'ha explicat en el marc teòric. En general, els governs locals dicten els temes a cobrir als professionals i el tracte que han de donar a les informacions. Com a resultat, aquests prestadors no són actors que puguin fiscalitzar els governs locals. En aquest cas el problema és més profund que el que s'ha detectat en els prestadors de TDT, ja que no només es produeix l'autocensura sinó que hi ha influència directa del govern, davant la falta, en molts casos, d'estructures independents per a gestionar-los.

La majoria d'aquests projectes estan operant de manera irregular, ja que no han informat el CAC de les seves activitats, un requisit obligatori per llei. En l'era digital, la funció d'aquests prestadors és similar a la dels que emeten per TDT i, per tant, la manera de regular-los i de controlar que compleixen la llei (pel que fa a la protecció dels menors o a l'emissió de contingut esotèric, per exemple) han de ser equivalents independentment de la tecnologia utilitzada per a distribuir continguts. El CAC ha de seguir fent pedagogia sobre la importància d'informar formalment sobre les seves activitats d'aquests canals, i ser capaç de regular els canals locals en línia per tal d'assegurar que es garanteix el servei públic i que els menors d'edat estan protegits.

En aquesta línia va una de les aportacions del Llibre Blanc de l'Audiovisual, que considera que s'hauria de construir una autoritat catalana de comunicacions a partir de la transformació del CAC, per tal que tingui un caràcter convergent i integri les competències relatives als serveis audiovisuals, comunicacions electròniques i telecomunicacions, seguint el model de l'Ofcom britànic per afrontar els reptes de la convergència tecnològica d'una manera integral.

En la televisió connectada o per Internet, en què s'utilitzen algorismes per a recomanar i proposar el contingut a cada usuari, és rellevant destacar el concepte de “trobatibilitat” dels prestadors de servei públic, basat en el terme anglosaxó *findability*¹⁵⁶. Això significa que, més enllà de la necessitat que els continguts locals i de servei públic “existeixin” o estiguin disponibles a l'entorn en línia, el més important és que siguin “trobatibles” fàcilment per l'espectador. La revisió de la *Audiovisual Media Services Directive* i les futures revisions de la legislació espanyola i catalana hauran de tenir en compte aquest concepte. De fet, el Parlament

¹⁵⁶ El concepte és utilitzat pel *Media Policy Project* de la *London School of Economics* per parlar de la necessitat que els continguts de servei públic i de qualitat siguin “trobatibles” en l'entorn en línia. Segons Martí Petit, expert en regulació, que va parlar d'aquest concepte en el marc d'una conferència al CCCB sobre el futur de la televisió i l'audiovisual el 7 de febrer del 2017, la importància ja no és que els continguts hi siguin, si no que es puguin trobar.

Europeu ja ha emès una resolució sobre la televisió connectada¹⁵⁷, en què s'estipula que caldria dotar els continguts de servei públic d'un estatus “apropiadament privilegiat” en relació a la “trobabilitat” en els aparells de primera pantalla.

Els distribuïdors de serveis de comunicació audiovisuals tenen l'obligació de transmetre en la seva oferta canals locals de servei públic, com estipula l'article 66 de la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya. La predominança dels continguts locals en les plataformes de televisió connectada o híbrida serà clau per garantir-ne el seu consum i viabilitat, i per tal que els prestadors de proximitat puguin seguir desenvolupant la funció de representativitat de l'esfera local i oferint un servei públic a nivell local¹⁵⁸.

Tal com estableix el Llibre Blanc de l'Audiovisual, cal potenciar les iniciatives locals de distribució de contingut en *streaming* i a la carta. La TDT és una tecnologia de transició que ha permès que el contingut sigui fàcilment transportable i adaptable a l'espai en línia, però el nou espai digital planteja reptes en la forma de regular i garantir la qualitat requerida pels proveïdors de serveis públics de radiodifusió. En un context de globalització, s'està produint una relocalització de la televisió en què els projectes en línia permeten donar respostes a la necessitat de contingut local i específic en l'entorn digital, però cal que s'encarin aquests nous reptes que poden ser àmpliament analitzats en una recerca posterior a aquest treball.

8.4. La producció d'informació local a TV3

Tradicionalment, TV3 ha comptat amb productores audiovisuals per a produir part de la informació local del canal. Eren empreses distribuïdes en diferents indrets del territori català que proporcionaven contingut de proximitat. Fins l'any 2013, TV3 va treballar amb aquestes productores que tenien forts vincles amb els actors locals.

Un acord entre TV3 i La Xarxa va preparar la situació per tal de produir un canvi en aquest model, ja que permetia l'intercanvi de contingut entre les emissores locals i TV3. D'aquesta manera, TV3 podia disposar de material produït pels prestadors de proximitat i va deixar de comptar amb

¹⁵⁷ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2013-0329+0+DOC+XML+V0//EN> [darrera consulta: 15 de desembre de 2016].

¹⁵⁸ Es pot mencionar aquí l'exemple de Movistar+, que emet un sol canal de televisió coordinat per La Xarxa amb informació de proximitat produïda pels diversos prestadors adherits a l'entitat, en lloc d'oferir els canals locals existents a les diferents àrees. Aquest fet no assegura la “trobabilitat” dels prestadors de proximitat en aquesta plataforma, ja que només hi poden aportar contingut a través d'un sol canal comú.

les productores audiovisuals. El canvi de TV3 en relació a la producció de contingut de proximitat, que va comportar una finalització de la relació contractual amb les productores audiovisuals i una intensificació de la cooperació amb La Xarxa per a poder emetre contingut local produït per les entitats adherides, es va basar en raons econòmiques. Aquest projecte d'investigació no ha identificat un plantejament estratègic en la presa d'aquesta decisió. El canvi va ser motivat per una necessitat d'estalvi econòmic com a resultat de la disminució en el pressupost del canal. Abans de fer ajustos interns, el primer que es va reduir va ser la quantitat de servei externalitzat a la divisió d'informació.

La decisió de TV3 per a la rescissió del contracte amb les productores externes va afectar de manera negativa aquestes empreses audiovisuals, ja que algunes tenien TV3 com a client principal o fins i tot únic. Aquesta situació és especialment greu si es té en compte la missió que la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual de Catalunya atribueix a la CCMA de promoure la indústria audiovisual.

Algunes de les empreses havien invertit en material que TV3 posava com a requisit per a prestar el servei, i no el van amortitzar. La decisió de TV3 va ser ràpidament executada i va deixar les productores a l'estacada pràcticament d'un dia per l'altre, pel que es van veure obligades a acomiadar bona part del personal o, fins i tot, a haver de tancar. Tot i això, hi va haver empleats que després d'un procés judicial i de demostrar que treballaven exclusivament per a TV3, van ser contractats com a personal propi de la cadena. El procés d'extinció del contracte amb les productores audiovisuals va ser precipitat, ja que no es va donar temps a aquests actors a buscar altres vies de negoci ni tampoc a amortitzar el material. El quadre (figura 88) mostra les debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats del nou sistema.

DEBILITATS	AMENACES
<p>Les TDT-L no treballen únicament per a TV3, sinó que tenen rutines pròpies que no tenen per què estar en consonància amb les d'aquest canal</p> <p>L'intercanvi és bàsicament unidireccional: de les TDT-L cap a TV3, rarament a l'inrevés</p> <p>La Xarxa assumeix el cost de l'intercanvi informatiu mitjançant una contraprestació econòmica als prestadors de proximitat en base a les notícies que els altres canals es descarreguen, mentre que TV3 no paga per aquest contingut</p>	<p>Es deixa d'enfortir el teixit audiovisual i les productores privades, una missió atribuïda a la CCMA per llei</p> <p>Es redueixen les veus informatives al territori, amb el risc d'afectar negativament al pluralisme</p>
FORTALESES	OPORTUNITATS
<p>S'utilitzen els recursos públics de manera més eficient</p> <p>Les TDT-L, un sector castigat per la crisi econòmica i per la sortida de diversos ajuntaments dels consorcis, reben uns ingressos extra derivats de l'intercanvi informatiu</p>	<p>Possibilitat d'estendre la col·laboració a altres àmbits, com ara la innovació (desenvolupament d'aplicacions, interactivitat a través de les segones pantalles...) a la qual s'estan destinant recursos per separat, sense coordinació</p> <p>Necessitat de reajustar l'intercanvi de manera que sigui pluridireccional i recíproc, i es construeixi una xarxa de televisió pública formada per TV3 i les TDT-L en col·laboració i transferència de coneixement</p>

Figura 88. Anàlisi DAFO del model de producció d'informació local a TV3. Elaboració pròpia.

A partir de l'anàlisi DAFO (figura 88) es pot concloure que cal fer evolucionar el model de manera que els tres actors implicats (TV3, La Xarxa i les televisions de proximitat) treguin més rendiment del sistema i es garanteixi un ús eficient dels recursos públics pel que fa a l'audiovisual.

La col·laboració entre els prestadors de proximitat i TV3 és asimètrica. Per als canals de proximitat, la possibilitat que TV3 pugui utilitzar el contingut que produeixen és una oportunitat de finançament. No obstant això, es tracta d'una relació desigual i unidireccional: l'intercanvi es dona bàsicament per part dels canals locals a TV3 però no viceversa. A més, TV3 obté contingut de proximitat de manera gratuïta, mentre que és La Xarxa qui aporta l'incentiu econòmic als prestadors de proximitat en base el contingut que es descarreguen els altres canals, entre ells TV3.

Tot i que l'objectiu dels prestadors de proximitat no és emetre informació generalista, TV3 hauria de complir les mateixes obligacions que els canals de proximitat, com ara oferir les previsions amb antelació en la mesura del possible (una de les peticions que TV3 va fer als canals de proximitat però que aquest prestador no compleix), així com proporcionar contingut de manera àgil en cas que un canal local ho demani per a complementar la informació local.

Amb l'establiment d'una relació recíproca i equitativa, s'aconseguiria un millor funcionament del

sistema i més horitzontalitat. D'aquesta manera, el model seria més estable, amb intercanvi de continguts en les dues direccions i amb La Xarxa com un actor fonamental en l'articulació dels mitjans de comunicació de servei públic. A més, TV3 podria posar els drets del contingut antic (per a no interferir en l'exclusivitat de continguts nous a la cadena) a disposició dels prestadors de proximitat per tal que aquests poguessin nodrir la seva graella, amb La Xarxa com a entitat coordinadora d'aquesta relació.

La figura 89 esquematitza el funcionament del model observat en la recerca, i la figura 90 és una proposta a resultes de la recerca, amb una relació recíproca entre tots els actors que formen el sistema públic de televisió a Catalunya.

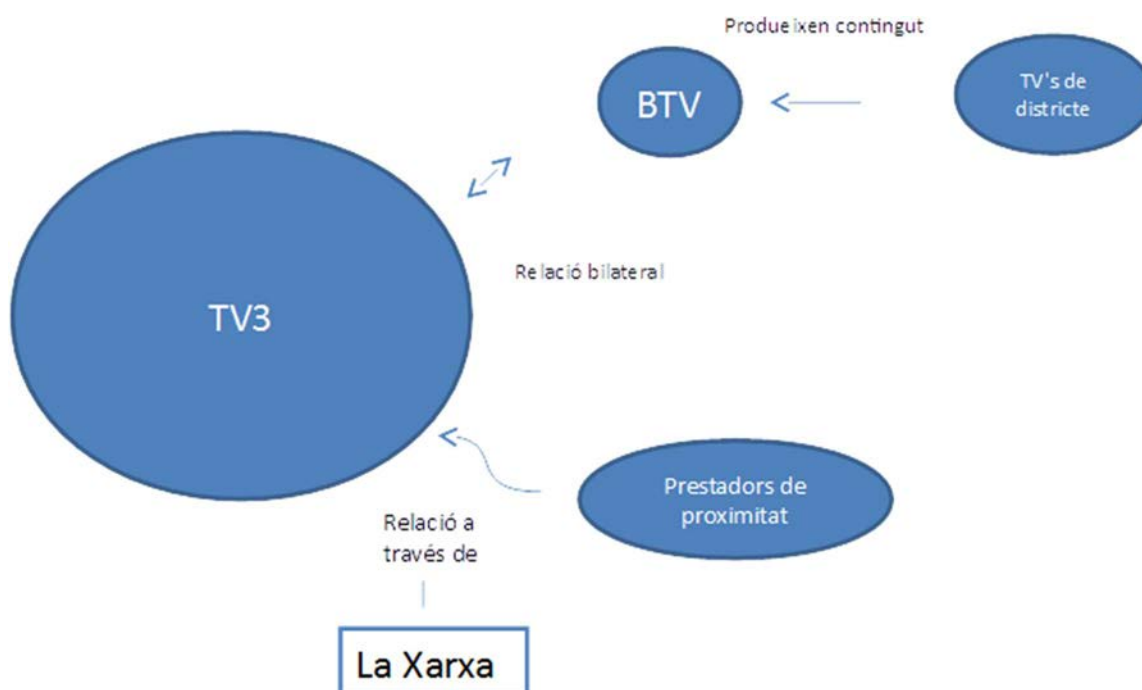


Figura 89. El model de televisió pública a Catalunya 2011-2015. Elaboració pròpia.

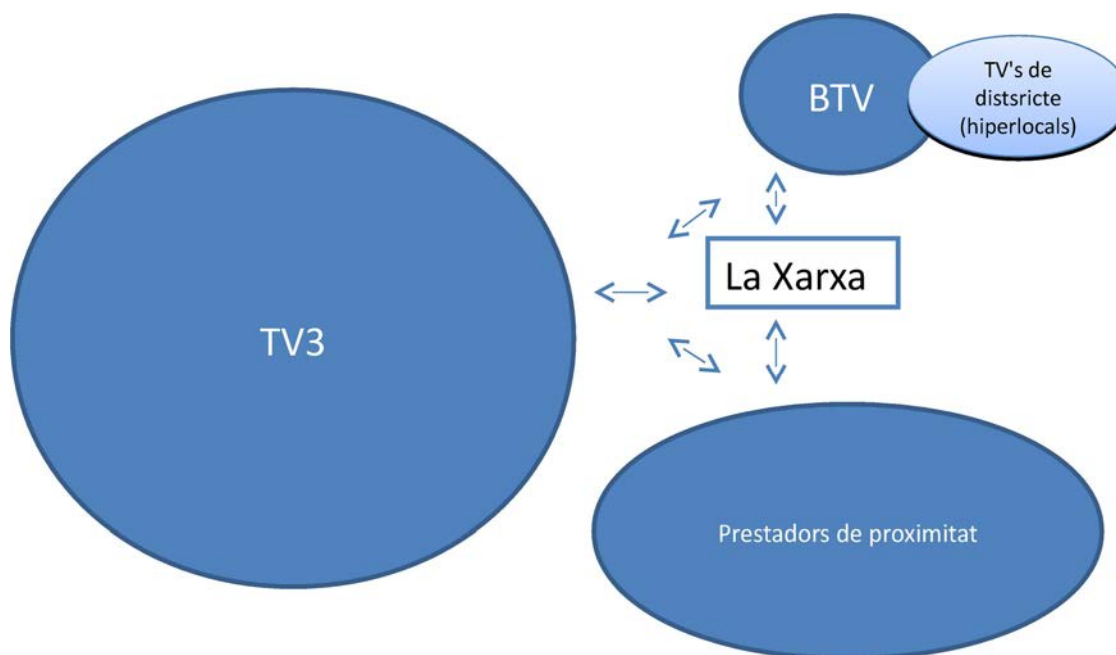


Figura 90. El model proposat de televisió pública de proximitat a Catalunya. Elaboració pròpia.

A partir del model de la televisió pública de Catalunya 2011-2015 (figura 89), aquest projecte d'investigació ha identificat els elements per millorar el funcionament i ha proposat un model en què la relació entre les emissores locals i TV3 sigui més equitativa, i els prestadors hiperlocals de Barcelona (és a dir, les televisions de districte) estiguin reforçats i formin part del sistema de BTV.

El model que es proposa (figura 90) és una estructura confederada entre TV3 i els prestadors de proximitat. De fet, el sistema s'ha d'articular en base a uns mitjans que ofereixin un servei públic estructurats en redaccions convergents, i que integri les televisions que emetin per TDT oferint un servei públic, però també les que emetin per cable o les que ho facin per Internet, així com els prestadors radiofònics.

Per garantir el rol de servei públic caldrien les condicions següents: 1) que els prestadors hagin comunicat al CAC la seva activitat i rebin l'aprovació del Consell, de manera que se sotmetin a la normativa que afecta els mitjans de comunicació a Catalunya i 2) que ho avaluï una institució pública del territori (preferiblement un ajuntament o el Consell Comarcal). Una vegada garantits aquests requisits, un prestador es podria adherir a La Xarxa, que es potenciarà com a estructura que articulés la coordinació entre els mitjans de servei públic, ampliant les seves funcions en aquest sentit i reduint la producció pròpia, per tal que el pes d'aquesta recaigui en els propis prestadors. La legislació hauria de recollir la centralitat que La Xarxa adquireix en el model com a organisme que coordini la xarxa de canals de servei públic a Catalunya i vetlli pel seu bon

funcionament.

Els prestadors de proximitat, repartits de manera més homogènia per tot el territori català, tenint en compte que no només serien les 12 TDT-L públiques sinó tots aquells mitjans (inclosos els que emeten per Internet) que ofereixin un servei públic audiovisual, esdevindrien una pota estructural de la CCMA per a la producció de contingut de proximitat. Per a prestar aquest servei, en el model proposat rebrien finançament del govern per a fer-ho, donat que acompliran part de la funció de representativitat local assignada als mitjans de la Corporació, a banda dels incentius que segueixi distribuint La Xarxa en funció de les notícies intercanviades.

La Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual a Catalunya estipula que el servei públic competència de la Generalitat correspon a la CCMA (article 26). Tenint en compte aquest nou model, el servei públic competència de la Generalitat correspondria a la CCMA i també als prestadors de proximitat que ofereixin un servei públic i a La Xarxa com a organisme que articulés la relació entre els diferents actors del sistema. Per a desenvolupar aquesta funció, el govern financaria parcialment La Xarxa i també hi hauria una part de finançament que aniria a parar als prestadors de proximitat de servei públic, alhora que el pressupost de TV3 hauria d'augmentar per a poder oferir una programació de qualitat.

Així s'enfortiria la indústria audiovisual del territori i aquests prestadors disposarien de més recursos per a desenvolupar les tasques que algunes televisions ja estan duent a terme. Aquesta relació seria recíproca i bidireccional, de manera que els prestadors de proximitat també comptessin amb contingut produït per TV3.

Donat que els prestadors de proximitat tenen greus problemes per a complir els mínims de producció pròpia, estipulats en l'article 32 de la Llei de la Comunicació Audiovisual en 4 hores diàries i 32 hores setmanals, es podrien adaptar els límits de programació pròpia de la llei a les possibilitats reals dels prestadors, i ampliar la possibilitat d'emetre contingut sindicat, produït pels mitjans integrats en el model de televisió pública. Amb una adaptació més realista i la possibilitat d'augmentar les retransmissions en directe donats els avenços tecnològics, els prestadors podrien desenvolupar graelles de programació sostenibles.

A banda, els prestadors de proximitat podrien organitzar activitats per establir vincles amb els ciutadans, de manera que es poguessin fer projeccions públiques de programació pròpia o cinefòrums. Aquest vincle entre prestadors i ciutadania és important per tal de garantir la relació entre aquests mitjans i els habitants de les poblacions o ciutats i apropar-los als mitjans de comunicació, que s'aconsegueix organitzant activitats, seguint el model analitzat als Estats Units, en el qual la televisió pública té un elevat nivell de localisme. Aquesta via pot obrir la porta

al micromecenatge o mecenatge de la televisió de proximitat, de manera que els habitants observin la importància del rol d'aquests prestadors i hi puguin fer aportacions econòmiques.

La voluntat d'aquestes propostes és que TV3 es consolidi com a motor de la televisió de proximitat i la indústria audiovisual sense sortir-ne afectada negativament: és a dir, conservant els seus principis bàsics però col·laborant amb la resta de l'ecosistema comunicatiu català en tot allò que sigui possible.

Per al bon funcionament del model proposat, cal garantir la despolitització de tots els ens, des de les televisions de proximitat fins a TV3, passant per La Xarxa, per tal que no hi hagi ingerència política en la gestió dels mitjans públics audiovisuals. Aquesta independència ja la planteja la llei en termes d'autonomia de la CCMA en relació al govern i d'autonomia de la gestió directa respecte dels òrgans de govern, però s'hauria de fer efectiva, de manera que els mèrits professionals en l'elecció dels càrrecs de gestió d'aquests organismes fos l'únic requisit que es tingués en compte per a la seva elecció i que tots els prestadors aprovessin el Contracte-programa corresponent.

8.5. La innovació al sistema de televisió pública de Catalunya

Aquesta investigació ha identificat la necessitat d'establir un clúster d'innovació en l'àmbit de la televisió de servei públic que reuneixi tant els prestadors de proximitat, com La Xarxa i la CCMA, actors que han estat desenvolupant estratègies d'innovació per separat.

La CCMA ha de ser el líder de l'evolució tecnològica, amb la missió de transferir la innovació a nivell local. En el període analitzat, s'ha observat que hi ha dues velocitats pel que fa als avenços tecnològics, i en ocasions s'han duplicat o triplicat els esforços. TV3 està desenvolupant estratègies, mentre que La Xarxa està explorant en paral·lel i BTV també està invertint en innovació en el marc de les possibilitats que ofereix l'entorn digital. Si els esforços es concentren en una sola estratègia, es destinarien els fons públics d'una manera més efectiva.

Aquesta proposta podria eliminar duplicat o triplicitats en aquest camp, i augmentar la cooperació de manera que s'utilitzin els recursos d'una manera més eficient i es comparteixi el coneixement. Per tant, els diferents organismes de radiodifusió establirien sinergies en l'ús de les noves tecnologies. Tots els actors podien treure profit d'aquesta iniciatives i les emissores locals, que són les que tenen menys recursos destinats a la innovació, podrien estar més al dia pel que fa als avenços en matèria audiovisual.

D'altra banda, TV3 assoliria l'objectiu esmentat en l'article 26 de la Llei 22/2005 de la Comunicació Audiovisual a Catalunya, que estipula com a missió de servei públic "la definició,

l'aplicació i l'impuls, dins l'espai català de comunicació audiovisual, d'un model de comunicació basat en la qualitat, la diversitat de l'oferta, el foment de la innovació, el respecte dels drets dels consumidors i l'exigència ètica i professional”.

Actualment, el Clúster Audiovisual de Catalunya és una associació sense ànim de lucre que reuneix bàsicament empreses del sector. Això no obstant, l'existència d'un grup que potenciï la innovació en el sector dels mitjans que ofereixen un servei públic, que es podria incorporar com a membre al clúster ja existent, seria complementari i permetria establir les sinergies necessàries per tal que el servei públic sigui el motor de la innovació audiovisual del país.

Aquest grup d'innovació també hauria de vetllar per la predominança i la “trobabilitat” dels continguts de servei públic en l'entorn digital. Això significa que s'hauria d'assegurar que els prestadors públics catalans estiguin presents a les plataformes de serveis audiovisuals, amb la CCMA com el gran portal de referència dels continguts en català que pogués fer de recomanador i prescriptor dels altres prestadors de servei públic de Catalunya.

Aquest punt va en consonància amb una de les aportacions del Llibre Blanc de l'Audiovisual, en què s'estipula la necessitat de crear una plataforma de televisió a la carta per donar presència a la producció catalana, impulsat per la CCMA. Aquest portal estaria obert a altres prestadors i podria oferir o recomanar contingut dels prestadors de proximitat.

Les característiques del model proposat

- El model de televisió pública a Catalunya ha d'articular-se en base a una estructura confederada entre la CCMA i els mitjans de comunicació de proximitat de servei públic, organitzats en redaccions convergents.
- El rol de servei públic dels mitjans de comunicació haurà d'estar garantit per l'aprovació d'activitat del CAC i l'aval d'una institució pública.
- La Xarxa s'ha de potenciar com a estructura per articular la coordinació entre els mitjans de servei públic, i reduir la producció pròpia.
- Els prestadors de proximitat, que inclouen les TDT-L i les televisions per Internet de servei públic, han de repartir-se de manera més homogènia per tot el territori català i ser una pota estructural de la CCMA per a la producció de contingut de proximitat.

- Els prestadors de proximitat també haurien de poder disposar de contingut produït per TV3, i rebre finançament del govern català per l'aportació de contingut local (que complementés el finançament que aporten els ajuntaments), alhora que el pressupost de TV3 també hauria d'augmentar.
- Cal adaptar la normativa pel que fa a programació pròpia, disminuint el mínim de contingut original però definint i ampliant els límits de sindicació, i que el CAC en controli l'acompliment.
- TV3 s'ha de consolidar com a motor de la televisió local i la indústria audiovisual.
- Cal garantir la despolitització de tots els ens, des de les televisions de proximitat fins a TV3, passant per La Xarxa, per tal que no hi hagi ingerència política en l'elecció de càrrecs i gestió dels mitjans públics audiovisuals.
- La CCMA ha de ser el líder de la innovació tecnològica, amb la missió de transferir la innovació als prestadors de proximitat. Cal vetllar per la predominança i la "trobabilitat" dels continguts de servei públic en l'entorn digital.
- Els distribuïdors de televisió han de transmetre aquets canals i la CCMA ha de crear un gran portal de referència dels continguts en català que pugui fer de prescriptor dels altres prestadors de servei públic de Catalunya.
- Per garantir l'estabilitat del model, és imprescindible que els canals públics compleixin l'obligació d'aprovar un Contracte-programa. En el cas dels mitjans de servei públic però que no siguin de titularitat pública, caldrà aprovar un document homòleg que en garanteixi l'estabilitat.

8.6. La viabilitat del model i prospectiva

El model de la televisió pública a Catalunya ha d'integrar dues realitats que s'han concebut durant anys com a actors independents: TV3 i els prestadors de proximitat. Els canals de televisió de proximitat que ofereixen un servei públic han d'estar distribuïts de manera més o menys homogènia per tot el territori català.

Aquestes canals poden ser de naturalesa pública, o bé privada o del tercer sector però amb un rol de servei públic. L'ecosistema comunicatiu local també ha de poder incloure els prestadors que emeten de manera irregular i els que emeten per Internet amb una vocació de servei públic, com ja s'ha esmentat en aquestes conclusions. Els prestadors de proximitat han d'estar agrupats

mitjançant una estructura, La Xarxa, i han de proveir continguts a TV3, de manera que compleixin la funció de representació local tant en els propis canals com en el prestador d'àmbit català. Els únics actors que poden assegurar una bona cobertura local són els que estan al propi territori, com és el cas de les televisions de proximitat.

La Xarxa s'ha de consolidar com una plataforma per intercanviar continguts i com la peça clau que articuli el sistema audiovisual català. Cal vetllar per tal que les noves plataformes que ofereixen televisió i continguts audiovisuals incorporin els canals de proximitat, i no tan sols una finestra que inclogui contingut dels prestadors de proximitat però sense contingut local específic de cada àrea, com ha passat amb Movistar+.

Inspirat en la xarxa PBS als Estats Units o la xarxa que està sent desenvolupat a Escòcia, els canals locals serien els tentacles al territori del generalista, oferirien la cobertura diària de les diverses zones de Catalunya i serien especialistes en continguts locals. Caldria assegurar una distribució homogènia dels prestadors de servei públic al llarg del territori, i la col·laboració ja no només seria esporàdica sinó que serien un recurs estructural al qual el govern destinaria finançament. D'aquesta manera, la retribució dels canals en funció del contingut intercanviat no recauria únicament en La Xarxa. Part del finançament destinat a la prestació del servei públic audiovisual s'invertiria als canals de proximitat, d'acord amb l'àrea de cobertura i la quantitat de notícies generades pel territori, segons s'especificaria Contracte-programa.

Gràcies a aquest finançament, els canals de proximitat podrien millorar la qualitat i la velocitat de producció de continguts. En aquest sistema, la informació de proximitat i els prestadors de proximitat es veurien reforçats i prestarien un servei de qualitat a TV3. Això ha de comportar, tal com apunta el Llibre Blanc de l'Audiovisual de Catalunya, un augment de l'aportació anual per habitant a la televisió pública, per assimilar-la als volums europeus¹⁵⁹.

La Xarxa continuaria existint com una plataforma d'intercanvi i ampliaria el seu paper com a coordinador de tots els prestadors de servei públic que aportarien contingut a la CCMA, però deixaria de produir l'informatiu generalista per evitar duplicitats. L'entitat seguiria tenint un paper important en la coordinació dels prestadors de proximitat per produir entreteniment i programació educativa que impliqui més d'un territori. De la mateixa manera, el Telenotícies Comarques, l'espai on TV3 ofereix la major part dels continguts de proximitat, podria estar

¹⁵⁹ La mitjana de l'aportació pública de les ràdios i televisions públiques dels Estats i regions d'Europa d'entre 5 i 10 mil habitants se situa en 50€ per habitant l'any, mentre que a Catalunya la xifra està en els 31,6€.

disponible per als canals de proximitat per emetre'l en cas que volguessin, amb la desconnexió provincial que corresponia a cada zona¹⁶⁰.

A més, TV3 podria proporcionar peces de notícies a cada territori per si volen ampliar història local. En aquest sentit, La Xarxa estalviaria recursos perquè no hauria de proporcionar informació generalista i es podria dedicar a altres aspectes com la innovació (de manera coordinada amb les altres actors), a millorar la plataforma d'intercanvi de contingut o a fer formació als canals de proximitat perquè estiguin d'allò més professionalitzats. El model proposa introduir una major descentralització, on les estacions locals han d'estar professionalitzades i han de ser capaces de cobrir els temes en qualsevol moment del dia. També estableix una major reciprocitat en què es potencia tots els actors: tant TV3 com els prestadors de proximitat que ofereixen un servei públic.

A més, el model presentat funcionaria amb redaccions integrades que produirien continguts multimèdia i els adaptaren als diferents suports. Cada canal hauria de tenir el seu propi equip de redacció, de manera que la independència per decidir el que és d'interès periodístic i el que no ho és recauria en l'equip d'edició propi. Com que es potenciaria els canals de proximitat, en el model proposat aquests prestadors serien capaços d'oferir una extensa cobertura dels temes del seu territori i oferir informació de qualitat, contrastada, equilibrada i independent del poder polític.

El sistema que es proposa¹⁶¹ té en compte la qualitat dels continguts, però també les condicions de treball dels empleats, especialment els dels prestadors de proximitat que es troben en condicions més vulnerables. En aquest sentit cal assegurar la *flexiseguretat* dels treballadors, per tal que tinguin flexibilitat per cobrir les històries en cada moment del dia o de la setmana, però en unes condicions de treball dignes i respectuoses amb la seva conciliació familiar. També

¹⁶⁰ L'anunci de l'eliminació de les parts desconnectades del Telenotícies Comarques per a la temporada 2017-2018 pot afectar negativament la proximitat dels continguts que ofereix TV3 i no va d'acord amb la voluntat de descentralització que aquesta tesi apunta. En tot cas, cal assegurar que el nou format del TN Comarques garanteix la presència de contingut de proximitat, que seria millor si s'emetés de manera específica per a cada territori com es venia fent fins ara.

¹⁶¹ El model proposat va en consonància amb una de les recomanacions del Llibre Blanc del l'Audiovisual, que aposta per un "impuls del Servei XAL per potenciar els serveis de televisió local en el marc d'un nou mapa de demarcacions i potenciar la cooperació entre governs locals, XAL, CCMA i ACN per proveir informació i altres continguts de caràcter local de qualitat i de manera més eficient i accessible a la ciutadania" (Llibre Blanc de l'Audiovisual: 317).

cal garantir mecanismes en els quals els treballadors puguin intervenir en la cogestió dels canals. En aquest sistema es milloraria la salut de la informació local ja que els prestadors de proximitat tindrien els recursos per a treballar oferint la màxima qualitat possible¹⁶². Els canals de proximitat rebrien més finançament per a produir contingut local, i podien oferir més qualitat. Això podria obrir la possibilitat d'ampliar la producció d'altres programes, com ara d'entreteniment i educatius. També podria ajudar a ampliar els vincles amb la societat civil, mitjançant l'organització d'activitats com projeccions de programes amb debats o fòrums posteriors, o iniciatives educatives relacionades amb el món audiovisual¹⁶³. Això podria augmentar els vincles de la ciutadania, a qui caldria fer al màxim de partícips pel que fa als prestadors (tant en matèria de proporció de continguts com pel que fa a l'organització o difusió d'activitats).

En un món interconnectat i globalitzat, la informació de proximitat és necessària per a representar la identitat local. Com assenyalen les teories de la proximitat cultural, l'audiència busca contingut local a la televisió per a representar la primera capa de la identitat, i vol estar informada sobre la seva vida diària. En el marc de la televisió connectada, les plataformes que distribueixen continguts tenen un rol cada vegada més destacat, i haurien d'oferir continguts local a l'audiència. La solució d'oferir un canal amb contingut de proximitat però no específic en cada territori -com s'ha donat en el cas de Movistar+, que incorpora un canal de La Xarxa però sense desconexions per a cada zona-, és insuficient per satisfer la demanda d'informació local pel que fa a la capa de la identitat propera als ciutadans, i per desenvolupar la funció de servei públic de representar les comunitats locals.

En definitiva, cal que el model de mitjans de servei públic a Catalunya operi com una xarxa que integri els canals de la CCMA i els prestadors de proximitat de servei públic repartits pel territori, que col·labori l'intercanvi de continguts i en la innovació. El model de televisió pública de Catalunya s'ha de basar en la qualitat, la diversitat de l'oferta, la innovació, la professionalització, el respecte ètic, l'impuls del sector audiovisual i l'equilibri territorial.

¹⁶² Aquest punt de les conclusions de la present tesi doctoral també va de la mà del Llibre Blanc de l'Audiovisual que exposa la necessitat d'aconseguir més qualitat, eficiència i audiència per part de la televisió local.

¹⁶³ Malgrat que alguns prestadors de proximitat de Catalunya ja organitzen activitats en aquest sentit, aquesta proposta s'inspira en el model que segueixen les emissores de la PBS, que no només es basen en l'emissió de continguts sinó que són un actor de la societat civil amb presència activa a les àrees locals i amb vincles amb la comunitat.

Hi ha un element que és crucial per garantir un bon funcionament del model: es necessita un finançament estable per a què els canals puguin informar sense estar subjectes a ingerències polítiques. Per aconseguir aquest objectiu, els canals públics han d'aprovar el Contracte-programa, un instrument obligatori per llei per establir un finançament estable durant un període de temps, i també uns objectius clars. Com hem observat, molts canals -inclús TV3- no han aprovat aquest document i són vulnerables a les decisions dels governs per donar prou suport financer al canal. Això fa més difícil exercir un periodisme independent del govern.

El model proposat conté elements dels sistemes de televisió internacionals analitzats. Per una banda, segueix el model europeu de la BBC, en el qual l'espai comunicatiu en l'entorn digital és liderat per un gran portal públic de referència que prescriu altres continguts. Per altra banda, el model proposat té elevades dosis de localisme i està articulat en base a les televisions de proximitat, que tenen una relació constant amb el territori i que operen en xarxa, com és el cas de la PBS i que té trets del sistema audiovisual de proximitat que s'està articulant a Escòcia. Catalunya necessita uns prestadors de servei públic audiovisual forts i independents que puguin proporcionar continguts de qualitat i que promoguin les bones pràctiques, també en el sector privat.

8.7. Consideracions finals i futures línies de recerca

Aquest projecte ha respost les preguntes d'investigació, però ha deixat oberts alguns interrogants que han anat apareixent durant el procés de recerca. A causa de les limitacions de temps, recursos i espai, i per evitar córrer el risc d'augmentar l'objecte d'estudi -fet que podria produir una pèrdua d'exhaustivitat si l'anàlisi no està ben delimitat-, al llarg de l'execució del treball s'han identificat algunes línies de recerca que es poden analitzar en el futur, tal com es detalla a continuació.

Una línia de recerca per al futur seria fer una anàlisi exhaustiva de com s'ha de desenvolupar la integració de les redaccions en el cas de TV3 i també d'altres prestadors de proximitat, de manera que s'estableixin redaccions multimèdia que estiguin plenament integrades a l'era digital però que puguin donar resposta també a les necessitats pròpies de cadascun dels mitjans.

En relació amb això, caldria també analitzar la fórmula de gestió i de producció dels continguts més òptima per a les televisions de proximitat, examinant els pros i contres de l'externalització, els seus límits i la seva eficiència. Es podria analitzar en profunditat el cas de BTV. Com ja s'ha apuntat, també caldria tenir en compte com garantir la *flexiseguretat* dels treballadors i quina seria la fórmula més encertada per a fer funcionar els canals de manera òptima.

També caldria examinar profundament l'ecosistema de televisions de proximitat que emeten de

manera irregular a Catalunya i aprofundir en l'empara legal que se'ls podria donar. Per altra banda, s'ha detectat la necessitat d'analitzar el paper de les televisions locals que emeten exclusivament per Internet, per esbrinar si estan oferint un servei públic de qualitat, independent de les ingerències polítiques i/o governamentals. En aquest treball, s'ha detectat que la independència d'aquests prestadors no està garantida. Per tant, cal treballar per establir mecanismes perquè no esdevinguin mitjans governamentals.

La distinció entre els prestadors locals públics i privats de Catalunya també mereixeria una recerca en profunditat. Cal tenir en compte que moltes vegades aquestes actors estan desenvolupant una funció de servei públic. D'altra banda, cal tenir en compte els mitjans del tercer sector, la forma de regular-los i el seu paper en l'espai comunicatiu català.

Un element en el qual és necessari aprofundir és en el fet que els prestadors públics de proximitat han reduït els seus pressupostos per diversos factors, i també les seves plantilles però, en canvi, han mantingut estable la quantitat de producció pròpia (tot i que en molts casos sense arribar als mínims establerts per la llei). En aquest sentit, caldria indagar en si aquesta correlació ha afectat la qualitat dels continguts produïts i que s'emeten per aquests prestadors. També hi ha camp per recórrer en l'anàlisi de l'intercanvi de contingut que ha tingut lloc entre els diversos prestadors mitjançant la plataforma d'intercanvi de La Xarxa, per conèixer millor les dinàmiques que s'estableixen entre els prestadors.

Durant els propers anys serà imprescindible elaborar una recerca sobre el paper dels prestadors de proximitat a la televisió connectada. Caldrà analitzar en profunditat el paper de La Xarxa en la negociació d'un canal a Movistar+ i l'encaix dels prestadors de proximitat i del contingut local en la televisió híbrida. Tampoc es podrà deixar de banda una conceptualització del terme hiperlocal i la seva adaptació a l'espai català de comunicació, amb la identificació i l'estudi de casos concrets.

Després de fer una anàlisi sobre la televisió pública de proximitat a Catalunya, la relació amb TV3 i els intercanvis de contingut informatiu, no es podia finalitzar aquest treball sense apuntar les línies de futur. Però tampoc es pot acabar sense destacar la importància de la televisió pública en la societat democràtica, i d'aquells prestadors amb àrees de cobertura petites que informen d'assumptes que difícilment tindrien cabuda en d'altres mitjans. El rol de representació de les televisions de proximitat és clau per evitar que els assumptes polítics i de la vida cívica de les comunitats locals quedin diluïts en el gran flux mediàtic dels mitjans amb àmbits de cobertura més amplis.

Els prestadors de proximitat, que també són una font d'informació per a TV3, han de treballar

per aconseguir establir vincles amb la comunitat local, així com assolir les màximes garanties d'independència per a poder informar amb el màxim rigor, de manera que se'n legítimi la seva existència i el seu finançament. I cal que aquests mitjans siguin presents a les noves plataformes de televisió connectada i a Internet per assegurar que l'audiència els pugui trobar amb facilitat. Aquest treball s'ha centrat en els canals de televisió, però no es pot deixar de banda el paper que fan les ràdios locals i, cada vegada més, els mitjans en línia. No es pot concloure aquesta recerca sense reiterar la necessitat de mantenir els mitjans públics com a institucions que liderin l'ecosistema comunicatiu en una societat connectada.

Fonts

9.1. Fonts documentals i en línia

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Seread of Nationalism*. New York: Verso.

Arana, E., Azpillaga, P. i Narbaiza, B. (2003). *Normalización lingüística y televisión de proximidad en el País Vasco*. Recuperat el 10 de febrer de 2015 de http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/29_arana.pdf

Armstrong, M. i Weeds, H. (2007). Public service broadcasting in the digital world. Dins P. Seabright, i J. Von Hagen (eds.) *The Economic Regulation of Broadcasting Markets: Evolving Technology and Challenges for Policy* (p. 81-149). Cambridge: Cambridge University Press.

Avery, R.K. (1993). *Public service broadcasting: the history and survival of an ideal*. Nova York: Longman.

Baker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.

Bardoel, J. i d'Haenens, L. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises. *Media, Culture & Society*, 30, 337-355. Recuperat el 01 de juny de 2015 de <http://www.uk.sagepub.com/mcquail6/Online%20readings/7a%20Bardoel%20&%20dHaenens.pdf>

Barry, A. (2001). *Political machines: Governing a technological society*. Londres: A&C Black.

Basic-Hrvatín, S., Thompson, M. i Jusic, T. (2008). *Divided they fall: public service broadcasting in multiethnic states*. Sarajevo: Mediacentar.

BBC (2004a). *Report of the Independent Review of BBC Online*. London: BBC. Recuperat el 22 de juny de de http://news.bbc.co.uk/nol/shared/bsp/hi/pdfs/05_07_04_graf.pdf

BBC (2004b). *Bulding Public Value. Renewing the BBC for a Digital World*. London: BBC. Recuperat el 3 de desembre de 2014 de http://www.ptv-agc.org/BBC_BuildingPublicValue2.pdf

BBC (1998). *BBC News, The Future: Public Service News in the Digital Age*. London: BBC News.

BBC Scotland (2015). *BBC Scotland Management Review 2014/2015*. Darlington: BBC Audience Services. Recuperat el 29 de setembre de 2015 de

<http://downloads.bbc.co.uk/annualreport/pdf/2014-15/BBCScotlandNationsandRegions201415.pdf>

BBC Trust (2010). *Alba review*. London: BBC Trust. Recuperat el 3 de desembre de 2014 de http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/our_work/alba/alba_review.pdf

Bechhofer, F. i McCrone, D. (2008). What makes a Gael? Identity, language and ancestry in the Scottish Gàidhealtachd. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 21(2), 113-133.

Bennet, W.L. (1988). *News: The Politics of Illusion*. Nova York: Longman

Billing, M. (1995). *Banal Nationalism*. London [etc.]: Sage.

Bòrd Na Gàidhlig (2015). *Annual Report 2014/2015*. Inverness: Bòrd na Gàidhlig. Recuperat el 29 de setembre de 2015 de <http://www.gaidhlig.org.uk/bord/wp-content/uploads/sites/2/Annual-Report-2014-2015.pdf>

Boyd-Barrett, O. (1980). *The International news agencies*. Beverly Hills: Sage.

Brevini, B. (2013). *Public service broadcasting online: a comparative European policy study of PSB 2.0*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Burns, M. i Brügger, N. (2012). *Histories of Public Service Broadcasters on the Web*. New York: Peter Lang.

Bustamante, E. (1999). *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Madrid: Gedisa.

CAC (2009). *Diagnòstic de la Televisió Digital Terresre Local a Catalunya (setembre - octubre 2009)*. Recuperat el 29 de setembre de 2015 de https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Diagnostic_TDTCat_231009.pdf

CAC (2001). *Informe relatiu al pluralisme dels mitjans de ràdio i televisió de Catalunya*. Barcelona: CAC. Recuperat el 29 de setembre de 2015 de http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/informe_relatiu_plural_14-6-01.pdf

Castelló, E. (2007). *Sèries de ficció i construcció nacional: la producció pròpia de Televisió de Catalunya (1994-2003)* (Tesi doctoral). Tarragona: Publicacions URV.

Castells, M. (2010). La democràcia en l'era d'Internet *Revista del Centre d'Estudis Jordi Pujol*. 13, 7-13. Recuperat el 5 de març de 2015 de http://lull.cat/IMAGES_175/transfer06-not01-cat.pdf

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2001). *La galàxia Internet*. Barcelona: Areté.

Castells, M. (1997). *La Era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 2. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza.

Centre d'Estudis i Recursos Culturals de la Diputació de Barcelona (1987). *La televisió local de servei públic*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

Civil, M., Corbella, J.M., Ferré, C. i Sabaté, J. (2015). *Informe de la Comunicació de Catalunya. 2013-2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Incom. Recuperat el 4 d'abril de 2016 de http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf

Clark, J. i Aufderheide, P. (2009). *Public Media 2.0: Dynamic, Engaged Publics*. Washington: Centre for Social Media.

Comissió Europea (2009). *Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting*. Recuperat el 12 de juny de 2015 de [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52009XC1027\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52009XC1027(01)) (última consulta: 01/07/2014).

Comissió Europea (2001). *Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting*. Recuperat el 1 de juliol de 2014 de [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52001XC1115\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52001XC1115(01))

Communications Regulatory Agency (2013). *RAK*. Recuperat el 24 de juliol de 2013 de <http://www.rak.ba/eng/>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2009). *Quaderns del CAC. Convergència tecnològica i audiovisual*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2001). *Quaderns del CAC. La definició del model de servei públic*. Barcelona: CAC. Núm 10, octubre.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya i Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (2002).

La televisió digital terrestre a Espanya. Situació i tendències. Barcelona: CAC.

Corominas, M. (2009). *Televisió local a Catalunya.* Barcelona: IEC. Recuperat el 13 de febrer de 2014 de <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/download/Corominas.pdf>

Corominas, M. (2001). Radiotelevisió pública i pluralisme informatiu a Catalunya. *Quaderns del CAC*, (11), 0037-46.

Corominas, M., Bonet, M., Fernández Alonso, I., Guimerà i Orts, J.A., Sanmartín, J. i Blasco Gil, J.J. (2007). Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados. *Zer*, 22 (69-95).

Costera Meijer, I. (2010). Democratizing Journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies* 11.3, 327-342.

Crofts W. i Stephen B. (2004). *Rethinking Nationality in the Context of Globalization.* *Communication Theory*, 14.1. Recuperat el 16 de desembre de 2014 de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00304.x/pdf>

Curtin, M. i Shattuc, J. (2009). *The American Television Industry.* Londres: Palgrave Macmillan.

Czitrom, D.J. (1982). *Media and the American mind: from Morse to McLuhan.* Petaluma: University of North California Press.

Debrett, M. (2010). *Reinventing Public Service Television for the Digital Future.* Bristol, Chicago: Intellect.

Department for culture, media and sports (2011). *Local TV. Summary of responses to the Local Media Action Plan.* London: Department of Culture, Media and Sports, 2011. Recuperat el 10 de desembre de 2014 de https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118026/LocalTV-Summary_LMAPresponses.pdf

Department for culture, media and sports (2006). *A public service for all. The BBC in the digital age.* London: Department of Culture, Media and Sports. Recuperat el 9 de desembre de 2014 de https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/272256/6763.pdf

Deutsch, K.W. (1953). *Nationalism and Social Communication: An Inquiry into the Foundations*

of Nationality. Cambridge: The MIT Press.

Domingo, D., Alborch, F. i Araüna, N. (2009). *La informació de proximitat als informatius televisius catalans*. Bellaterra: Observatori de la Comunicació Global (InCom-UAB). Recuperat el 13 de juliol de 2015 de http://televisions.laxarxa.com/media/assets/1611/Estudi_InCOM-UAB.pdf

Domínguez, M. i Dávila, A. (2008). La práctica conversacional del grupo de discusión: jóvenes, ciudadanía y nuevos derechos. Dins A.J. Gordo i A. Serrano (coords.). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Madrid: Pearson Educación (p. 97-125).

Dönders, K. (2012). *Public Service Media and Policy in Europe*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Dries, J. (1996). The Role of public service broadcasting in the information society: a contribution to the EBU conference 'An information society for all. Düsseldorf: European Institute for the Media

Durkacz, V. (1983). The decline of the Celtic languages: a study of linguistic and cultural conflict in Scotland, Wales and Ireland from the Reformation to the twentieth century. Edinburgh: John Donald.

Engelman, R. (1996). *Public radio and television in America: a political history*. Thousand Oaks, California: Sage

Fastrez, P. i Meyer, S. (1999). Télévision locale et proximité. *Recherches en communication*, 11, 143-167.

Fernández Alonso, I., Corominas, M., Bonet, M., Guimerà i Orts, J.A. i Sanmartín Navarro, J. (2007). Políticas de implantación de la TDT local en España (2005-2006): los casos de las comunidades autónomas de Islas Baleares, Madrid, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Galicia, Cataluña y Aragón. *Observatorio (OBS*)*, 1(1), 205-224.

Fernández Alonso, I., Capurro Robles, M., Sanmartín Navarro, J. i Blasco Gil, J.J. (2009). Políticas de implantación de la TDT en Europa y efectos sobre la reconfiguración de los mercados de televisión. Los casos de Reino Unido, Francia, Italia y Alemania. *Sphera Publica*, 9, 15-54.

Fernández Alonso, I., Capurro Robles, M., Sanmartín Navarro, J. i Blasco Gil, J.J. (2008). DTT implantation policies in Europe and the transformation of the television landscape. Analysis of five experiences: the United Kingdom, Germany, France, Italy and Spain. Dins I. Fernandez

Alonso i M. de Moragas (eds.). *Communication and Cultural Policies in Europe*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. (p. 217-247).

Ferrell Lowe, G. (2010). *The Public in Public Service media. Ripe@2009*. Göteborg: Nordicom.

Ferrell Lowe, G. i Bardoel, J. (2008). *From Public Service Broadcasting to Public Service media*. Göteborg: Nordicom

Ferrell Lowe, G. i Hujanen, T. (2003). *Broadcasting & convergence: new articulations of the public service remit*. Göteborg: Nordicom

Ferrell Lowe, G. i Steemers, J. (2012). *Regaining the Initiative for Public Service Media. Ripe@2011*. Göteborg: Nordicom

Flew, T. (2006). The social contract and beyond in broadcast media policy. *Television and new Media*, 7(3), 282-305.

Fondevila, J.F. (2001). *El Desenvolupament del cable a Espanya i Catalunya en el marc internacional* [Tesi doctoral]. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Fontaine, G. i Grece, C. (2015). On-demand Audiovisual Markets In The European Union: Developments 2014 and 2015. European Audiovisual Observatory.

Gamson, W.A. (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

García, A. (2005). *La implantación técnica de la televisión digital terrestre en España. Modelos europeos*. Madrid: Universidad Antonio de Nebrija. Recuperat el 16 de febrer de 2014 de <http://www.nebrija.com/jeanmonnet/pdf/garcia-garcia.pdf>

García Canclini, N. (1995). *Hybrid cultures: Strategies for entering and leaving modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Gifreu, J. (2014). *El Català a l'espai de comunicació: el procés de normalització de la llengua als mitjans (1976-2013)*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València.

Gifreu, J. i Corominas, M. (1991). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació en la Comunicació.

Gómez-Domínguez, P. (2016a). *Televisió Social. Conceptualització, mercat espanyol i anglosaxió*

i estudi aplicat al sistema televisiu català (part 1). Observatori de la Producció Audiovisual. Recuperat el 16 de novembre de 2015 de http://opa.upf.edu/sites/default/files/pdf/tvsocial_1.pdf

Gómez-Domínguez, P. (2016b). *Televisió Social. Conceptualització, mercat espanyol i anglosaxió i estudi aplicat al sistema televisiu català (part 2)*. Observatori de la Producció Audiovisual. Recuperat el 16 de novembre de 2016 de http://opa.upf.edu/sites/default/files/pdf/tvsocial_2.pdf

Guibernau, M. (2002). Naciones sin estado. Escenarios políticos diversos. *Cuadernos de derecho judicial*, 5, 263-303.

Guimerà i Orts, J.A. (2014). *Les Polítiques de mitjans de comunicació durant els governs de Jordi Pujol: premsa, ràdio i televisió en el procés de reconstrucció nacional de Catalunya*. Barcelona: Proa.

Guimerà i Orts, J.A. (2012). La conceptualització de l'objecte d'estudi en la recerca sobre comunicació local a Catalunya (1981-2006): de mesocomunicació a mitjans de proximitat. *Trípodos*, 30, 111-123. Recuperat el 20 de maig de 2015 de http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/28/16

Guimerà i Orts, J.A. (2010). Polítiques de televisió, canvi tecnològic i proximitat a Catalunya. *Quaderns del CAC*, 13, 13-21.

Guimerà i Orts, J.A. (2007). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2006)*. Barcelona: Consell Audiovisual de Catalunya (CAC). Recuperat el 30 de març de 2014 de http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Televisi__Local_Catalunya_XIX_Premis_CAC.pdf

Guimerà i Orts, J.A. (2006a). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2005)*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. [Tesi doctoral en línia]. Recuperada el 27 de febrer de 2013 de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4192/jago1de1.pdf?sequence=1>

Guimerà i Orts, J.A. (2006b). La televisió local a Catalunya: un model en profunda transformació. *Quaderns del CAC*, 26, 141-149.

Guimerà i Orts, J.A. i Alborch, F. (2011). La crisis de la TDT local pública en España: el caso de Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 1-22. Recuperat el 30 de març de 2014 de http://www.revistalatinacs.org/11/art/934_UAB/13_Guimera.html

Guimerà i Orts, J.A. i Fernández Alonso, I. (2014). Redes de sindicación de contenidos y dinamización de la televisión local. *Telos*, (98). Recuperat el 4 de març de 2016 de https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80102/DetalleAnteriores_98TELOS_PERSPECT2/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2014062614110001&activo=6.do

Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge (Massachusetts): MIT press.

Hallin D.C. i Mancini, P. (2011). *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hallin, D.C. i Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

Hassan, G. (2014). *Independence of the Scottish Mind: Elite Narratives, Public Spaces and the Making of a Modern Nation*. Palgrave Macmillan

Hay, J. (1997). Piecing Together What Remains of the Cinematic City. Dins D. B. Clarke (ed.). *The Cinematic City* (209-229). London: Routledge.

Hoggart, R. (1986). *The public service idea in British broadcasting: main principles*. London: Broadcasting Research Unit.

Hoynes, W. (1994). *Public Television for Sale. Media, the Market and the Public Sphere*. Boulder, Colorado: Westview Press

Jakubowicz, K. (2007). *Public service broadcasting: new beginning or the beginning of the end?* Recuperat el 01 de juliol de 2014 de http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/PSB_Anewbeginning_KJ_en.pdf

Jakubowicz, K. (2006). *PBS: The Beginning of the End or a New Beginning in the 21st Century?* Keynote presentation and paper for the conference, Public Service Broadcasting in a Multimedia Environment: Programmes and Plaforms, RIPE @2006, 16-18 November in Hilversum, The Netherlands.

Jankowksy, N. W. (2012). Foreword: Public Service Broadcasters and the Web: Interplay of Convivence, Necessity, and challenge. Dins M. Burns i N. Brügger. *Histories of Public Service Broadcasters on the Web*. New York: Peter Lang.

Jankowski, N.W. i Prehn, O. (2002). *Community media in the information age. Perspectives and prospects*. Creskill: Hampton Press.

Jiménez, L. (2014). *La incidencia de la crisi económica en els mitjans locals i comarcals del Maresme entre 2008 i 2013* (Treball Final de Grau). Recuperat el 6 de juny de 2014 de http://www.saul.cat/documents/laurajimenez_1274789_tfg.pdf

Katz, I., Gabayan, K. i Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. Dins J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, i P. Scheunders (eds.). *Lecture Notes in Computer Science: Vol. 4678. Advanced Concepts for Intelligent Vision Systems* (p. 97-108).

Kellner, D. (1990). *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder: Westview Press.

Kraidy, M.M. (2005). *Hybridity, or the cultural logic of globalization*. Philadelphia: Temple University Press.

La Pastina, A.C. i Straubhaar, J.D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences the schism between telenovelas' global distribution and local consumption. *Gazette*, 67(3), 271-288.

Lamuedra, M. (2011). *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.

Larrègola, G. (1997). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: CIMS.

Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford: Blackwell.

Lefebvre, H. (1976). *Espacio y política: el derecho a la ciudad, II*. Barcelona: Península

Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.

Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya (2016). Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Recuperat el 5 de maig de 2017 de http://www.cac.cat/pfw_files/cma/documents/Llibre_blanco_d_audiovisual.pdf

López, B. (2000). Programación y contenidos de las televisiones de proximidad en Europa. Dins

F. Vacas Aguilar. *Televisión y desarrollo: las regiones en la era digital*. Badajoz: Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología.

López, B. (1998). *Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación*. Recuperat el 10 de febrer de 2015 de <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/esp/pdf/tvprox.pdf>

Lotz, A.D. (2009). *Beyond prime time: television programming in the post-network era*. New York: Routledge.

Lotz, A.D. (2007). *The Television Will Be Revolutionized*. Nova York: New York University Press.

MacKenzie, J.M. (1998). Empire and national identities: The case of Scotland. *Transactions of the Royal Historical Society (Sixth Series)*, 8, 215-231.

Mackenzie, J.M. (1978). *Political identity*. Manchester University Press.

Manfredi, J.L. (2006). El servei públic a l'entorn digital: teoria i pràctica. *Quaderns del CAC*, 23-24, 173-179.

Mavise, Database on TV and on-demand audiovisual services and companies in Europe (2013). *TV and on-demand audiovisual services in Bosnia-Herzegovina*. Recuperat 23 de juliol de 2013, des de <http://mavise.obs.coe.int/country?id=50>

Martori, A. (2016). Televisión de proximidad en naciones sin Estado comparación del caso catalán y escocés. *AdComunica*, 11, 43-59.

Martori, A. (2015a). La descentralització informativa en el model de televisió escocès. *Quaderns del CAC*, 41, 67-75.

Martori, A. (2015b). Televisió pública als Estats Units: la PBS com a alternativa a les cadenes comercials. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi*, 32(2) 9-27.

Martori, A. (2014). Televisión pública y era digital: las emisoras de proximidad en Cataluña como caso paradigmático en su adaptación a Internet. *Obra digital*, 7, 9-26.

Marzal, J. i Murciano, M. (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.

Mattelart, A. (2002). An archaeology of the global era: constructing a belief. *Media, Culture &*

Society, 24.5: 591-612.

Mattelart, A. (1998). *La mundialización en la comunicación*. Barcelona: Paidós.

McChesney, R.W. (2013). *Digital disconnect: how capitalism is turning the Internet against democracy*. New York: The New Press

McChesney, R.W. (2005). *The Future of media: resistance and reform in the 21st century*. New York: Seven Stories Press.

McChesney, R.W. (2000). *Rich Media, Poor Democracy*. Nova York: The New Press.

McChesney, R.W. (1993). *Telecommunications, Mass Media, and Democracy: The Battle for the Control of U.S. Broadcasting, 1928–1935*. Nova York : Oxford University Press.

McCorne, D. (1998). *The sociology of nationalism: tomorrow's ancestors*. London: Routledge.

McEwan-Fujita, E. (1997). Scottish Gaelic and social identity in contemporary Scotland. *Replika: Hungarian social science quarterly* 8, 135-156.

McLeod, W. (2006). *El gaèlic a l'Escòcia contemporània: contradiccions, reptes i estratègies*. Castelló de la Plana: Agrupació Borrianea de Cultura. Recuperat el 9 de desembre de 2014 de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/6158/EI%20ga%C3%A8lic.pdf?sequence=1>

Metzgar, E. T., Kurpius, D.D. i Rowley, K.M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*,

Meech, P. i Kilborn, R. (1992). Media and identity in a stateless nation: the case of Scotland. *Media, Culture & Society*, 14(2), 245-259.

MG Alba (2014). *MG Alba anual report & Statement of accounts 13-14*. London: Ofcom. Recuperat el 9 de desembre de 2014 de <http://www.mgalba.com/downloads/reports/annual-report-13-14.pdf>

Miller, T. (2013). *Television Studies: the basics*. Londres: Routledge.

Mittell, J. (2010). *Television and the American Culture*. Nova York: Oxford University Press.

Moring, T. i Dunbar, R. (2008). *The European Charter for Regional or Minority Languages and the*

Media (Vol. 6). Consell d'Europa.

Monedero, R. (2012) La televisión local pública como víctima de una desacertada evolución digital. A *Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna*. Recuperat el 6 de març de 2015 de http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/110_Monedero.pdf

Moragas, M. de (1988). *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.

Moragas, M. de (1985). Interpretació teòrico-política de la noció de mesocomunicació. Dins *1eres Jornades sobre Meso-comunicació a Catalunya*, 15-37. Bellaterra: UAB.

Moragas, M. de i Prado, E. (2001). *Repensar la televisión pública en el contexto digital*. Recuperat el 13 de gener de 2014 de <http://www.portalcomunicacion.com/both/opc/tvp.pdf>

Moragas, M. de i Prado, E. (2000). *La televisión pública a l'era digital*. Barcelona: Editorial Pòrtic.

Moragas, M. de, Domingo, D. i López, B. (2001). Internet and Local Communications, First Experiences in Catalonia. Dins N. Jankowski (ed.). *Community Media in the Information Age*. Cresskill: Hampton Press.

Moragas, M. de, Garitaonandía, C. i López, B. (1999). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.

Moragas, M. de i López, B. (2000). Decentralizing process and 'proximity television' in Europe". dins G. Wang, J. Servaes, i A. Goonasekera (eds.). *The New Communications Landscape. Demystifying Media Globalization*. Londres/New York: Routledge.

Murdock, G. (1992). Citizens, consumers, and public culture. *Media cultures: Reappraising transnational media*, 17-41.

Nederveen Pieterse, J. (2004). *Globalization and culture*. Lanham, MD: Rowan&Littlefield.

Newcomb, H.M. i Hirsch, P.M. (1983). Television as a cultural forum: Implications for research. *Quarterly Review of Film & Video*, 8(3), 45-55.

Ofcom (2012). *Licencing local television*. Recuperat el 10 de desembre de 2014 de

<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/localtv/statement/local-tv-statement.pdf>

Ofcom (2011). *Local TV: Implementing a new framework*. Recuperat el 10 de desembre de 2014 de

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/72922/Impact-Assessment_Local-TV__July2011.pdf

Ofcom (2010). *Perceptions of, and attitudes towards, television: 2010*. London: Ofcom. Recuperat el 10 de desembre de 2014 de <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/reviews-investigations/psb-review/psb2010/Perceptions.pdf>

Ofcom (2004). *Ofcom Review of Public Service Broadcasting. Phase I- Is Television Special?* London: Ofcom. Recuperat el 12 de desembre de 2014 de <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/psb/summary/psb.pdf>

Ouellette, L. (2002). *Viewers like you?: How public TV failed the People*. Nova York: Columbia University Press.

Ouellette, L. i Hay, J. (2008). *Better living through reality TV*. Oxford: Blackwell.

Owen, B.M. (1999). *The internet challenge to television*. Cambridge, London: Harvard University Press.

Park, R.E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American journal of Sociology*, 45(5), 669-686.

Parliament. House of Lords. Select Committee on Communications (2009). *Public service broadcasting : short-term crisis, long-term future?: report with evidence. 2nd report of Session 2008-09*. London: Stationery Office. Recuperat el 12 de desembre de 2014 de <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200809/ldselect/ldcomuni/61/61.pdf>

Parlament de Catalunya (2010). *Resolució 612/VIII del Parlament de Catalunya, per la qual s'aprova el primer Mandat marc del sistema públic audiovisual*. Consultat el 03 de juliol de 2014 de <http://www.ccma.cat/img/Mandat%20marc%20sistema%20public%20audiovisual.pdf>

Parlament de Catalunya (2001). *Els valors del servei públic audiovisual en l'era de la liberalització*. Barcelona: Parlament de Catalunya. Recuperat el 01 de juliol de

<http://www.parlament.cat/activitat/cataleg/TP10.pdf>

Peacock, A.T. (2004). *Public service broadcasting without the BBC?* London: Institute of Economic Affairs.

Petit, M. (2006). La revisió sobre el servei públic audiovisual al Regne Unit: El debat entre l'Ofcom i la BBC. *Quaderns del CAC*, 26, 123-139.

Picard, R. (2012). The Changing Nature of Political Case-Making for Public Service Broadcasters. Dins G. Ferrell Lowe i J. Steemers. *Regaining the Initiative for Public Service Media. Ripe@2011*. Göteborg: Nordicom.

Prado, E. (2004). La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital. *Documento de Trabajo 60/2004*. Fundación alternativas. Recuperat el 8 de setembre de 2015 de http://www.almendron.com/politica/pdf/2005/spain/spain_2077.pdf

Prado, E. i Moragas, M. de (2002). Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat. *Quaderns del CAC*, número extraordinari. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Prado, E. i Moragas, M. de (1991). *Televisiónes locales, tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Pujadas, E. (2007). *Proposta de definició d'indicadors de la qualitat televisiva*. Recuperat el 03 de juliol de 2014 de <http://unica.upf.edu/ca/proposta-de-definicio-dindicadors-de-la-qualitat-televisiva>

Raboy, M. (1996). *Public broadcasting for the 21st century*. Luton: John Libbey, University of Luton.

Rushton, D. (1993). *Citizen television. A local dimension to public service broadcasting*. London: institute of Local Television Research Monography.

Safar, E. i Pasquali, A (2006). La radiotelevisión pública en Venezuela. Dins UNESCO. *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*. San José, C.R.: Oficina de la UNESCO para América Central.

Schlesinger, P. (2009). Cultural and Communications policy and the stateless nation. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 1(1), 9-14.

Schlesinger, P. (2008). Broadcasting policy and the Scottish Question. Dins T. Garam i D. Levy, David (eds). *The price of plurality. Choice, diversity and broadcasting institutions in the Digital Age*, 155-161.

Schlesinger, P. (2007). Nación y espacio comunicativo. Dins L. Luchessi i M. G. Rodríguez (coord). *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.

Schlesinger, P. (1991). *Media, state, and nation: political violence and collective identities (Vol. 4)*. Sage Publications Ltd.

Schlesinger, P., Miller, D. i Dinan, W. (2001). *Open Scotland? Journalists, Spin doctors and Lobbyists*. Edimburg: Edinburgh University Press.

Segovia, A.I. (2001). *La estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos: anàlisis crítico del proceso de concentración multimedia*. [Tesi doctoral en línia]. Recuperada el 12 de juny de 2015 de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t25444.pdf>

Sehl, A., Cornia, A. i Nielsen, R.K. (2016). *Public Service News and Digital Media*. University of Oxford: Reuters Institute. Recuperat el 10 d'abril de <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Public%20Service%20News%20and%20Digital%20Media.pdf>

Smith, M.R. i Marx, L. (1996). *Historia y determinismo tecnológico*. Madrid: Alianza.

Sondergaard, H. (2003). Television and National Identity in Denmark: The return of the Nation. Dins S. Hjarvard (ed). *Media in a globalized society* (p. 15-53). Copenhagen: University of Copenhagen Press.

Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Vic: Eumo.

Speed, L. (2013). *Dissertation: The BBC, public service and charity appeals*. University of Leeds: Institute of Communications Studies. Recuperat el 25 de juny de 2014 de <http://ics.leeds.ac.uk/files/2013/07/Lucy-Speed-BACS-2013.pdf>

Stanek, L. (2011). *Henri Lefebvre on Space. Architecture, Urban Research, and the Production of Theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Starks, M. (2007). *Switching to Digital Television: UK Public Policy and the Market*. Bristol: Intellect.

Straubhaar, J.D. (2010). Global, Hybrid or Multiple? The New Cultural Geography of Identities. *Annual meeting of the International Communication Association*. Singapore: Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre. Vol. 22.

Straubhaar, J.D. (2008). Rethinking Cultural Proximity: Multiple Television Flows for Multilayered Cultural Identities. Paper presented at the annual meeting of the *International Communication Association*, TBA, Montreal, Quebec, Canada. Recuperat el 23 de març de 2014 de http://citation.allacademic.com/meta/p232732_index.html

Straubhaar, J. D. (2007). *World television: From global to local*. Los Angeles: Sage.

Straubhaar, J. D. (1991). Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 39-59. Recuperat el 08 de gener de 2015 de <http://www.nabilechchaibi.com/resources/Straubhaar.Beyond%20Media%20Imperialism.pdf>

Suárez, R. (2007). La television pública como precursora de la implantación de la TDT: la situación en Catalunya. Dins E. Moreno. *Los desafíos de la televisión pública en Europa, Actas del XX Congreso Internacional de Comunicación*, 755-771.

Sükösd, M. i Isanovic, A. (2008). *Public service television in the digital age: strategies and opportunities in five south-east European countries*. Sarajevo: Mediacentar.

Tambini, D. i Cowling, J. (2004). *From public service broadcasting to public service Communications*. London: IPPR.

The Scottish Parliament (2013). *Education and Culture Comittee. Agenda*. Recuperat el 10 de desembre de 2014 de http://www.scottish.parliament.uk/S4_EducationandCultureCommittee/Meeting%20Papers/Papers_12_3_13.pdf

The Smith Comission (2014). *Report of the Smith Commission for further devolution of powers to the Scottish Parliament*. Edimburg: The Smith Commission. Recuperat el 10 de desembre de 2014 de https://www.smith-commission.scot/wp-content/uploads/2014/11/The_Smith_Commission_Report-1.pdf

Tracey, M. (1998). *The Decline and fall of public service broadcasting*. Oxford [etc.]: Oxford University Press.

Trappel, J. (2010). The Public's Choice. How Deregulation, Commercialisation and Media Concentration Could Strengthen Public Service Media. Dins G. Ferrell Lowe. *The public in public service media. RIPE@2009*. Goteborg: Nordicom.

Tresguerres, A.M. (2012). *Bosnia Herzegovina 16 años después de Dayton*. Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE). Recuperat el 24 de juliol de 2013, des de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_marco/2012/DIEEEM04-2012_BIH_16anosdespuesDayton_Tresguerres.pdf

UNESCO (2006). *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*. San José, C.R.: Oficina de la UNESCO para América Central.

UNESCO, (2005a). *Convección sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

UNESCO (2005b). *Public Service Broadcasting: A best practices sourcebook*. Recuperat el 29 de desembre de 2015 de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584e.pdf>

Van Cuilenburg, J. i McQuail, D. (2003). Media policy paradigm shifts: Towards a new communications policy paradigm. *European journal of communication*, 18 (2), 181-207.

Vila, J. (2015). La comunicació local en l'ecosistema comunicatiu català. Informe de la Comunicació de Catalunya, 2013-2014. A: Civil, M.; Corbella, J.M.; Ferré, C.; Sabaté, J. (2015). *Informe de la Comunicació de Catalunya. 2013-2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Incom. Recuperat el 4 d'abril de 2016 de http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf

Williams, R. (1974). *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.

Williams, A., Barnett, S., Harte, D. i Townend, J. (2014). *The state of hyperlocal community news in the UK: findings from a survey of practitioners*. Recuperat el 8 de maig de 2016 de <http://sro.sussex.ac.uk/67699/1/hyperlocal-community-news-in-the-uk-2014.pdf>

Withers, C. (1984). *Gaelic in Scotland, 1698-1981: the geographical history of a language*. Edinburgh: John Donald.

Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la de la cultura*. Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa.

9.2. Fonts personals

9.2.1. Entrevistes semi-estructurades

Abelló, Xavier. Director-gerent de TAC12. Tarragona, 16/03/2015.

Alsina, Josep. Director-gerent de Penedès TV. Vilafranca del Penedès, 29/01/2015.

Ballester, Maria. Coordinadora del Consorci que gestiona MaresmeDigital TV. Puig, Jordi. Coordinador de MaresmeDigital TV. Mataró, 30/05/2013.

Esteve, Anna. Directora dels Mitjans de Comunicació Locals. Sánchez, Maria Antònia. Coordinadora de la televisió. L'Hospitalet de Llobregat. 29/06/2015.

Fernández Saltiveri, Alberto. Conseller-delegat de Badalona Comunicació. Badalona, 04/06/2013.

Jordana, Albert. Director de Vallès Oriental Televisió. Armengol, Clara. Cap d'Informatius de Vallès Oriental Televisió. Granollers, 24/05/2013.

Llonch, Jordi. Director-gerent de Canal Terrassa Vallès. Anyé, Marta. Cap d'informatius de Canal Terrassa Vallès. Terrassa, 21/05/2013.

Martí, Jordi. Director-gerent de Canal Blau. Lobato, Pere. Cap d'Informatius de Canal Blau. Casas, Mitas, Editora de l'informatiu de Canal Blau. Vilanova i la Geltrú, 20/01/2015.

Pagès, Miquel. Director de Canal 10 Empordà. L'Escala, 01/09/2014.

Tura, Feliu. Gerent Vallès Visió. Parés, Neus. Cap d'Informatius de Vallès Visió. Mollet del Vallès, 28/05/2013.

Vicente, Sergi. Director de BTV. Muixí, Xavier, Cap d'informatius de BTV. Barcelona, 17/06/2015.

Vinyes, Pep. Gerent de Ràdio i Televisió El Vendrell. El Vendrell, 27/01/2015.

Viñeta, Josep. Conseller-delegat de Badalona Comunicació. Badalona, 21/04/2016.

9.2.2. Entrevistes en profunditat

9.2.2.1. Catalunya

Abelló, Xavier. President Coordinadora de Televisions Públiques Locals. Tarragona, 16/03/2015.

Alsius, Salvador. Vicepresident del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona, 01/02/2016.

Barragan, Gabi. Director d'Acció Local de la Xarxa Audiovisual Local. Barcelona, 10/03/2015.

Besson, Joan. coordinador entre La Xarxa Audiovisual Local i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Barcelona, 05/10/2015.

Bramon, Dani. Editor TN Migdia i TN Comarques. Sant Joan Despí, 30/06/2015.

Clavell, Ferran. Responsable d'innovació i Mitjans de Futur de TV3. Sant Joan Despí, 03/04/2014.

Gras, Sífrid. Subcap d'informatius de TV3. Sant Joan Despí, 08/06/2015.

Maragall, Ernest. Gerent d'ICB (1983-1989) i Conseller-delegat de l'ICB (1991-1995). Barcelona, 03/06/2016.

Mellias, Marc. Cap d'Estratègia de la Xarxa Audiovisual Local. Barcelona, 18/06/2013.

Moreno, Antoni. Director Grama TV / Núñez, Montserrat. Cap de producció Grama TV. Tona, 21/09/2015.

Pérez, Montserrat. Cap de Producció de TV3. Sant Joan Despí, 08/06/2015.

Pont, Josep. Vicepresident del CAC. Barcelona, 07/03/2014.

Rafel, Pepi. Coordinadora Barcelona TV, Televisions de Districte de Barcelona. Barcelona, 14/09/2015.

Rosés, Joan. Coordinador de Serveis Interactius de TV3. Sant Joan Despí, 03/04/2014.

Sallent, Eugeni. Director de TV3. Sant Joan Despí, 21/05/2015.

Vila, Joan. Director de Comunicàlia (2008-2013). Barcelona, 09/09/2016.

9.2.2.2. Illinois (Estat Units)

Cameron, Scott. Cap d'informatius de WILL TV. Urbana, 20/11/2013.

Davis, Ian Kivelin. Investigador de l'ICR expert en regulació, mitjans i política als Estats Units. Urbana, 05/12/2013.

Flesch, Richard. Director d'informatius de WCIA. Champaign, 05/12/2013.

Paul, John. Editor de l'informatiu d'UI7. Urbana, 11/12/2013.

Schiller Dan. Doctor en comunicació. Urbana, 09/11/2012.

Stanhle Ann. Periodista que ha treballat a WTAU (televisió afiliada a la PBS) i a WTWL (televisió afiliada a la NBC), i investigadora de l'ICR. Urbana, 23/10/2013.

9.2.2.3. Escòcia (Regne Unit)

Hain, Bobby. Director de canals STV. Glasgow, 29/10/2014.

Hain, Bobby. Director de canals STV. Glasgow, 03/11/2015.

Huges, Paul. Editor STV Glasgow. Entrevista personal. Glasgow, 14/10/2014.

MackInon, Norrie. Editor de notícies BBC Alba. Inverness, 27/10/2014.

Mary, Margaret. Responsable del Gaelic Digital Services BBC Scotland. Glasgow, 21/10/2014.

Rushton, Dave. Director *Institute for Local Television*. Videoconferència Barcelona-Edimburg, 19/11/2014.

Rushton, Dave. Director *Institute for Local Television*. Videoconferència Glasgow-Edimburg. 11/12/2015.

Schlesinger, Philip. Professor del CCPR de la Universitat de Glasgow i president del Comitè Assessor per Escòcia de l'Ofcom. Glasgow, 30/10/2014.

Stewart, Alan. Director d'afers de regulació. Glasgow, 29/10/2015.

Stewart Alan. Director d'afers de regulació. Glasgow. 23/10/2014.

Annexos

Annex 1. Transcripció del focus grup

El focus grup s'ha celebrat el 3 de juny de 2015 a Granollers, amb els següents participants: Oscar Pericas, director de Canal Terrassa Vallès; Jordi Morgades, cap tècnic de Penedès TV, Pep Vinyes, Gerent de Televisió El Vendrell; Pep Andreu, director de MaresmeDigital TV; Carme Ponte, directora econòmica de BTV; Xavier Abelló, director-gerent de TAC12; i Albert Jordana, director-gerent de Vallès Oriental Televisió. En les següents línies s'ofereix una transcripció de la sessió.

Aida Martori: Començarem amb una pregunta genèrica, sobre la funció que creieu que desenvolupen els prestadors públics de proximitat.

Xavier Abelló: Garantir el servei públic audiovisual de proximitat. En alguns llocs en què funciona des d'una entitat pública i en d'altres per una entitat privada, per circumstàncies diverses. Respecte de les privades, jo crec que les públiques han estat en tot moment garantint una manera d'informar que a vegades és més complicada des de la naturalitat privada. I sobretot aquesta taula, el que també demostra és que en aquest país tenim sempre la dèria de parlar en singular quan parlem de televisió pública, i està clar que en aquest país no es pot parlar en singular, sinó que s'ha de parlar en plural.

Pep Andreu (assenteix): El que fem les televisions públiques especialment –després en les privades hi ha diversos models- és garantir aquest servei de proximitat, i de veritat. En molts llocs és la televisió pública la que explica el dia a dia d'aquella població o ciutat. Si no fos per la televisió pública els veïns no s'assabentarien de res del que passa. Ara recordo una anècdota d'abans de les eleccions quan es va venir a presentar a Mataró un suplement del diari Ara per intentar entrar en mercats de diverses poblacions i parlaven de Mataró. I en Jordi Bosch entrevistava l'Espartac Peran que s'havia format a la televisió de Mataró, per cert, i una de les queixes que feia el públic, era dir “sort en tenim dels mitjans locals –i en molts casos és la televisió pública- per saber què passa, perquè si ens hem de refiar dels mitjans grans (TV3 o qualsevol altre mitjà gran), només s'acosten a la ciutat quan passa una desgràcia”. Tampoc és ben bé així però explica molt la funció i el paper que fem.

Albert Jordana: un altre paper que fem les públiques vers les privades és de documentació i arxiu de moltes coses que passen al territori. A vegades potser de seguiment o audiència no ho faries, però tens un deure. I tot això penso que els territoris que en aquests anys han tingut televisió pública més -però privada també- o no n'han tingut cap, en la història es llegirà –d'aquí cent anys- d'una manera o d'una altra. Nosaltres dia a dia documentem i podem arxivar ara amb bones tecnologies tot un patrimoni històric del que ha passat a la ciutat i al teu entorn, a les

poblacions. Penso que això és una arxiu que ara dia a dia té una importància però quan van passant els anys en té una altra cada cop més elevada.

Pep Vinyes: Una cosa que també penso és l'ampliació de la notícia local o de proximitat. L'altre dia comentàvem un cas curiós. Des de Catalunya Ràdio o emissores estatals, a El Vendrell ara que hi ha hagut una diversitat de vot, quan hagin de fer coalicions ningú detallarà per què hi ha hagut un vot o un altre. Des de la televisió local podem detallar l'especificitat del vot perquè podràs conèixer la persona i el per què d'aquell vot. Aquest allargar-se amb l'explicació de la notícia.

Oscar Pericas: I un bon exemple d'això és que moltes vegades, segur que tots tenim exemples, als grans mitjans quan passen coses com aquestes tiben de la nostra informació. A vegades fins i tot et truquen perquè els expliquis i els posis en context, un context que moltes vegades desconeixen. I en el tema de l'arxiu és igual, a vegades et demanen imatges de fa 20 anys de les quals ells no disposen.

Pep Andreu: Dues coses importants. Una en relació a aquest servei de proximitat que fem, i que si no és per nosaltres no se sap, i és que el 99.5% de les coses que passen en una població no surten per altres gran mitjans, només per nosaltres. Nosaltres fem un informatius cada dia, de mitja hora pràcticament tothom. Totes aquestes notícies, 10-12-14-15-16, cap d'aquestes, que són molt importants per la població -pels veïns i veïnes de les nostres ciutats-, entraria en un mitjà de més gran abast. Han de fer una tria, i evidentment, no surten, no tenen tanta importància a nivell nacional. A nivell local en tenen molta, molta, molta.

Una altra cosa que és molt important és el paper de fer d'altaveu de les entitats, del món associatiu. Sense nosaltres, la gran majoria de feines de formigueta, que es fan des de les entitats de tota mena culturals, esportives, del tercer sector. Tot això si no fos pels magazins que fem, les entrevistes, les tertúlies, les notícies fent-nos ressò de les activitats que fan, tot això no se sabria. Per tant, fem una feina brutal en aquest sentit, fer d'altaveu.

Carme Ponte: A banda del que és notícies, informació, seguiment d'activitats, informació d'agendes culturals, tema d'activitats d'associacions... A banda d'això tenim una altra tipus de programació que no és només informativa, també entreteniment. En tots aquest àmbits de la programació també estem tractant el territori, d'una o altra manera. Intentem que els nostres programes tinguin a veure amb la ciutat o allò que li interessa al ciutadà del territori on estem, de la demarcació.

La nostra principal raó de ser és la informació de proximitat, bàsicament allò que no s'explica a TV3. Nosaltres expliquem coses que TV3 no pot explicar, perquè està cobrint un panorama més

gran. Però a més a més, a través d'aquesta programació intentem cobrir també la part que interessa al nostre ciutadà o que intentem que conegui o difondre o divulgar.

Xavier Abelló: He fet una cara així rara perquè dic 'no és que no pugui [referint-se a TV3], és que no vol'.

[Carme Ponte: Jo he estat políticament correcta... I segueix Abelló]

Perquè amb 2000 i pico de persones sí que poden. Una altra cosa és que els interessos de TV3 mai han estat la proximitat. I això ha fet possible que aquest país hagi hagut de teixir aquesta xarxa de mitjans de proximitat. Que jo en aquest sentit crec que és molt millor perquè en aquest país podem parlar en plural. En altres països quan parlen de televisió pública només poden parlar en singular i això fa un país més ric.

Albert Jordana: Aquest és un fenomen que passa a pocs llocs. En altres països una televisió com TV3 és la televisió de proximitat. Te'n vas a Amèrica a qualsevol territori, un tv3 ja és la televisió petita que cobreix aquests 6 milions d'habitants. La realitat que aquí tinguem TV3 i les microtelevisions, és un cas que passa en altres països com Itàlia, però no és tan habitual, perquè realment som molt petits tots. I que públicament és qüestionable –es podria posar també a debat- si aquestes microtelevisions –que n'hi hagi tantes- hagin d'existir, perquè això ho podria fer el canal més gran. Però bé, la idiosincràtica del nostre territori les ha creat. Les televisions van molt lligades al teixit associatiu.

Pep Andreu: Nosaltres abans de ser el que som vam ser la televisió de Mataró, que va néixer el '84. El que és veritat és que TV3 i les televisions locals van néixer pràcticament en paral·lel. Hem seguit treballant en camins paral·lel sense ser mai vasos comunicants. Ara se'n parla una miqueta, i hem fet alguna coseta però és molt complicat. Des de sempre són...

Pep Vinyes: interessos diferents.

Pep Andreu: no...

Pep Vinyes: Sí

Pep Andreu: [rectifica] Sí... Interessos diferents. I la veritat és que... (Aquí es pot dir tot, oi?). Sovint s'ha desprestigiada o menystingut la feina que fem els mitjans locals.

Albert Jordana: I se'ns ha vist com una competència. Diversos responsables d'informatius ho han fet públic molts cops. Que les televisions locals som una competència i que si va un, no hi va l'altre.

Carme Ponte: Això no ha canviat amb l'acord que hi ha ara?

Tots: No [tots].

Oscar Pericas: Les vegades que s'ha intentat fer alguna mena d'acostament, la lectura sempre ha estat que nosaltres acabaríem sent una mena de delegacions territorials més petites que subministrarien informació.

Jordana: Que treballaríem per ells, no? [to d'indignació]. I per això aquesta autonomia no...

Pep Vinyes: I depèn de la qualitat que tinguis... [irònic].

Albert Jordana: I això s'ha dit, i s'ha dit públicament.

Pep Vinyes: En Jordi està aquí, fent els castells. I això és el màxim exemple de que ara en sabem.

Jordi Morgades: Ara en sabem i molts cops passem per davant d'ells. I estem en més places on no hi són ells.

Pep Vinyes: Però abans sabíem fer castells?

Jordi Morgades: Segons ells no!

Pep Andreu: Abans tenien un argument, que avalava el que deien, que és que ...

Xavier Abelló [interromp]: He introduït TV3 perquè sabia que era un "filon"... [tots riuen]

Aida Martori: Anava a portar la conversa cap aquí però hi heu anat sols.

Pep Andreu: L'argument que feien servir sempre perquè no hi hagués aquest *entente*, era que tècnicament nosaltres érem molt rudimentaris. Hi ha un moment en què la tecnologia permet que siguem totalment homologables.

Albert Jordana : Sí, ha sigut un pas important en aquests anys. Perquè abans tècnicament potser sí que hi havia diferències.

Pep Andreu: Per tant, aquest argument se l'han hagut de menjar, no ha estat vàlid, ja no s'aguanta. I ara se'n busquen d'altres segurament perquè no sigui possible. Hi havia situacions realment surrealistes. Sempre s'havia dit que havíem d'acabar, els mitjans locals, com a corresponsalies de TV3. La veritat és que no ha estat mai així. S'havia arribat a produir la situació –com deia- surrealista, en el cas de Mataró. La corresponsalia de TV3 la tenia una productora de la zona de Vic, que havia de baixar expressament a Mataró a cobrir els temes, una redactora nostra feia la feina periodística (perquè la productora feia només la tècnica). I era totalment surrealista. No s'entenia. El més lògic hauria estat que els del Comarques de TV3 parlessin directament amb la nostra redactora. Es produïa la paradoxa que anàvem amb dues càmeres: la mateixa redactora i dues càmeres, una per TV3 i una per nosaltres.

Carme Ponte: Això a BTV no ens passa, perquè des de sempre hem col·laborat. Però clar, hi ha un fet diferencial entre ell territori i BTV. Nosaltres sempre hem tingut un bon *entente* amb TV3. A banda de l'acord que hi ha ara amb la XAL sempre hem col·laborat i tenim un intercanvi de cobertures continuat. És un fet que BTV sigui diferent de la resta de televisions locals del territori.

[Tots assenteixen.]

Carme Ponte: Us entenc i us comprenc.

Xavier Abelló: Hi ha diversos models: teles més petites, mitjans, més grans.

Pep Andreu: Igual que l'entreteniment.

Xavier Abelló: Sí, perquè entreteniment en fan ells.

[Riuen]

Pep Andreu: És molt complicat fer entreteniment.

Xavier Abelló: Al final el fet que sigui tan complicat que es col·labori TV3 amb les altres públiques, que arribin a acords, en el fons hi ha un problema de costos.

Carme Ponte [interromp]: Aquí és on volia arribar jo.

Xavier Abelló: Nosaltres estem produint una televisió amb uns costos més baixos que TV3 i això els propis treballadors de tv3 no ho accepten. Perquè és lògic, ells estan en un procés complicat i ells no volen cedir en absolut a cap tipus de condicions, que són –aquestes condicions- les que encareixen el producte.

A partir d'aquí, és molt difícil. És a dir cada vegada que hi ha hagut un intent de col·laboració, tret d'alguns aspectes molt especials com pot ser esports o amb algun aspecte de retransmissions com pot ser ara castells –que sembla que farem alguna cosa conjunta- pel demés t és molt complicat. I és això, és un problema de costos.

Carme Ponte: De costos i de manera de fer

Xavier Abelló: Clar, nosaltres produïm molt més barat.

Carme Ponte: I som molt més àgils.

Xavier Abelló: Que amb la tecnologia es pot fer. Els paràmetres dels anys 90 no són els mateixos del 2015.

Carme Ponte: una càmera que tenim nosaltres és similar a la que tenen ells.

Xavier Abelló: I tv3 encara està funcionant amb paràmetres del segle passat, dels anys 90.

Carme Ponte: En qüestions organitzatives i de manera de fer.

Pep Andreu: I segurament també podríem parlar de productivitat. Un redactor d'una televisió local sap que ha de fer 2, 3, 4, 5 notícies al dia. I un equip ENG de la Corporació de TV3 doncs segurament cobrint aquella notícia al dia ha cobert aquella productivitat.

[Assenteixen]

Xavier Abelló: Tot són costos.

Vinyes: Més barat.

Xavier Abelló: I la nova tecnologia ha permès, que abans això es notava en l'estàndard de qualitat, és a dir hi havia un estàndard de TV3 i un altre.

Carme Ponte: També la formació és molt més gran

Xavier Abelló: Les noves tecnologies ara fan que els estàndards de qualitat siguin gairebé igual.

[Assenteixen]

Albert Jordana: I el model també dels professionals. Que potser va néixer tot amb una gent més amateur que eren tècnics de televisió i gent amb ganes de fer coses, i avui en dia la majoria de televisions locals són professionals els que hi estem treballant.

[Assenteixen]

Xavier Abelló: Si, també és veritat que hi ha hagut un procés de professionalització.

Albert Jordana: Ja no és el pas aquell que havia passat fa uns anys, que el professional d'un poble que estudiava periodisme començava els seus inicis a la televisió local i després el seu objectiu era passar a TV3 o anar a Barcelona. Ara hi ha hagut vaivé, de gent que ha continuat tota la seva vida professional i ha desenvolupat la carrera professional en televisió local, gent que ha estat en mitjans grans a BCN ha tornat a la TV local. Vull dir hem passat, dins el que és el sector professional que et vas intercanviant de llocs. I això és un pas que ha passat en els darrers anys. I per tant això ha enriquit i professionalitzat els mitjans.

Aida Martori: Ara volia introduir com us sentiu les televisions del territori en relació a TV3 pel que fa a l'intercanvi de continguts informatius.

Tots: Intercanvi? No hi ha intercanvi. Riuen. No hi ha intercanvi. [assenteixen tots]

Oscar perico: L'intercanvi va sempre en la mateixa direcció.

Pep Andreu: Es pot donar algun cas. A vegades hem demanat alguna cosa i també se'ns ha servit. Ha costat una mica però també se'ns ha servit. No és el mateix gestionar-ho des d'un mitjà

assequible com som nosaltres que gestionar-ho amb un monstre que té molts departaments i abans no arribes on has d'arribar tardes molt.

Xavier Abelló: Ja d'entrada és na col·laboració que nosaltres ens hem queixat sempre. Una altra cosa és que estàs al ball, com diu la dita, i balles. Però d'entrada no és una col·laboració on les dues parts posin el mateix. D'entrada nosaltres els hi facilitem el dia abans totes les previsions dels que tenim previst cobrir l'endemà i ells s'han negat sistemàticament a fer aquestes previsions.

Carme Ponte: Abans d'una hora determinada eh. [Amb to d'indignació i tots assenteixen]

Xavier Abelló: Això era suficient jo crec, i de fet ens hem queixat reiteradament que si això seguia d'aquesta manera deixaríem de col·laborar. Entenem que una col·laboració és això: si tu apostes un deu i l'altre també ha d'apostar un deu. Si l'altre només aposta un 5, doncs també apostaré un 5 o deixaré de col·laborar. Bé, han estat sempre pals a les rodes per tal d'arribar a aquest punt d'equilibri a nivell de col·laborar l'una i l'altra part. Això els hi està costant molt. I si han acceptat ells a nivell de redacció informativa és perquè han +hagut de reduir les delegacions territorials. Més que les delegacions territorials, que era gent en plantilla que els mantenen, les productores que subcontractaven des de les delegacions territorials.

Albert Jordana: Realment això ha sigut una moguda important.

Xavier Abelló: Ara, no ha canviat el seu xip. Ells segueixen pensant que tenen productores subcontractades al seu servei. Llavors clar, mmmm.

Albert Jordana: Però bé, van ser molt crítics tot el personal. Perquè a una productora TV3 els hi manava què volien. I amb una tele, han volgut reproduir els sistema però no ha funcionant igual i per això la queixa. Se fet no els hi ha semblat bé perquè a una productora els hi manava i la productora està lligada i fa el que diu al client. I en aquest cas la relació televisió local com a client de TV3 no ho som, perquè tu et deus primer a fer el teu informatiu i afer coses que és el principal.

Carme Ponte: Nomes cal mirar la relació de notícies que es penegen a l'XN. No n'hi ha de Tv3.

[Tots assenteixen]

Carme Ponte: Hi ha totes les dels mitjans locals, però les de tv3 no hi son. I llavors dius: bé, això és un intercanvi? De fet, jo ho vaig plantejar des del principi que no entenia aquesta col·laboració perquè no era bidireccional.

[Tot sassenteixen]

Carme Ponte: Es va començar el tema dient que a la llarga s'aniria canviant. I quants anys portem? Tot segueix igual.

Xavier Abelló: Jo ho he dit claríssimament i ho segueixo pensant. Ara parlo personalment. Jo ho vaig acceptar, tot i que vaig tenir fins i tot alguna enganxada amb la delegació de Tarragona, perquè la Xarxa ho havia acceptat. I quan foment part d'un conjunt doncs tampoc t'agrada ser la nota discordant. Però és un tema que s'haurà de replantejar al setembre.

Carme Ponte [interromp]: El cas de BTV és diferent, no sé si ho sabeu. Jo al menys com a TAC12 ho replantejaré. Diré que si no es compleixen les condicions deixem de col·laborar amb Tv3. Fer de productora barata... [Donant a entendre que no hi estan disposats].

Carme Ponte: Nosaltres des del principi vam dir que les nostres produccions i notícies no podien anar amb Tv3. Perquè nosaltres des de fa, potser no són 20 anys però diré 15, que tenim un acord directe –verbal eh, no hi ha res escrit- a través del qual intercanviem realment notícies. O sigui, cada dia les nostres redaccions estan en contacte i sí que tenim aquest intercanvi. A Barcelona és més fàcil perquè ells ens passen les notícies per exemple del que passa al Parlament i nosaltres passem les notícies de l'Ajuntament .

Jordi Morgades: Perquè teniu una necessitat d'intercanvi vosaltres. [Assentiments].

Carme Ponte: És una col·laboració molt fàcil. Aquesta col·laboració no la vam voler trencar, perquè valorem que ens beneficia. Per això quan es va plantejar la col·laboració de l'XN vam dir, nosaltres ja tenim un acord. Seguirem aportant a l'XN tot allò que les televisions locals de la resta del territori vulguin o necessitin, però amb TV3 ja teníem un acord que no volíem perdre. Som diferents, sempre som diferents.

Albert Jordana: El cas dels esports, potser sí que ha funcionat tradicionalment diferent. Millor. [assentiments generals]. Des dels inicis la col·laboració dels mitjans locals amb TV3 ha tingut més bona entesa. En el cas d'aquí, per exemple el handbol.

Xavier Abelló: Sí, però per necessitat també.

Pep Andreu: Sí, també, perquè no arriben a tot arreu.

Xavier Abelló: Clar, perquè la capacitat que tenim nosaltres de cobrir coses el cap de setmana ells no la tenen, perquè la seva maquinària és -el que dèiem abans- dels anys 90.

Carme Ponte: A BTV també els esports és una de les principals...

Xavier Abelló: Perquè no arriben.

[Assenteixen]

Oscar Pericas: En el cas de l'Albert amb el handbol, en el cas nostre del hoquei o amb el waterpolo.

Xavier Abelló: O en el cas dels castells.

Pep Andreu: A mi em passa en el waterpolo, l'hoquei, el futbol.

Xavier Abelló: En el cas dels castells, és clar, entre gairebé dues televisions...

Jordi Morgades: Ens ho mengem tot.

Xavier Abelló: Estem cobrint més de 100 sortides l'any. Això no s'ho poden permetre.

Aida Martori: Estem d'acord en què la relació no és simètrica [assenteixen]. Cap on creieu que ha d'anar aquesta relació?

Xavier Abelló: Jo personalment penso que si fos simètrica entre televisions públiques seria positiu. Una altra cosa és la titularitat privada. Aquí ja no hi entro, no sé si pensen igual o no. Per què? Això seria ideal en aquests moments que les administracions tenen veritables problemes per arribar a final de mes, optimitzar recursos. El que no té sentit... El que ja no tenia sentit abans és que alguns que teniu televisió i ràdio, anàveu amb el micròfon de televisió i amb un de ràdio. Això ja no tenia sentit.

Pep vinyes: Ara ja no s'hi va així.

Xavier Abelló: Ningú va així. Doncs ara el que no té sentit -o el que no ha tingut sentit en aquests últims anys- és anar a una roda de premsa de Vilafranca i que veiéssim el micròfon de TV de Vilafranca i el de TV3 al costat. No té sentit.

Jordi Morgades: O de l'ACN, que també tels trobes a tot arreu.

Xavier Abelló: O de l'ACN. I el que tampoc té sentit és anar a una retransmissió castellera i trobar la unitat mòbil de TV3, la unitat mòbil de Vilafranca... No té cap tipus de sentit. Llavors, a veure, amb acords simètrics, jo crec que ara fins i tot seria molt recomanable. Però hi ha d'haver aquest principi que totes les parts volen col·laborar amb la mateixa força, perquè sinó no té sentit.

Albert Jordana: Fa 3 anys, quan va sortir el tema, totes les teles ens ho vam creure. La Xarxa ens va vendre un projecte i jo vaig anar-lo a explicar al consell d'administració i a tothom li va semblar bé, que féssim aquesta relació simètrica. Després de l'experiència de més de tres anys veus que les coses no han funcionat.

Pep Vinyes: Però a mi em dóna més la sensació que si fos simètrica, segurament no la fariem servir. Perquè TV3 s'ocupa de tot el territori i nosaltres del nostre. Però aquesta sensació de que quan tu necessites alguna cosa que no ho tens, no t'ho faciliten, és el que empenya. Al menys

a mi. Si al menys ho diguessin, quan necessiteu algo, ens ho demaneu, segur que demanaríem menys. Perquè nosaltres no fem la feina de TV3.

[Tothom assenteix]

Pep Andreu: De fet el que hauria de ser és que el Comarques l'haurien d'omplir amb informacions nostres, del territori, directament.

Xavier Abelló: Directament no haurien de fer Comarques.

Jordi Morgades: Bé, perquè a casa teva l'informatiu ja és Comarques.

Carme Ponte: Però a TV3 també li estan demanant proximitat.

Xavier Abelló: Però és que amb els diners que dediquem a la proximitat podríem fer proximitat.

Carme Ponte: Amb la nostra.

[Assentiments, clar]

Pep Vinyes: Sí, exactament. Podríem fer proximitat, amb la nostra.

Albert Jordana: Clar, aquí també hi ha el fet econòmic, perquè ens paga, teòricament les peces que havíem de vendre a TV3, ho assumeix La Xarxa. Vull dir que aquí hi ha la Diputació de Barcelona que ha destinat uns diners. Perquè clar TV3 no paga res d'això.

Pep Andreu: A la Corporació li ha sortit de franc.

Albert Jordana: Be, va ser la Diputació en aquest cas que amb les ganes d'adjuntar d'alguna manera. Que també és qüestionable.

Oscar Pericas: El que dic és que és un problema econòmic. Tot gira al voltant econòmic. Si no hi hagués hagut una crisi, una retallada, seguiríem com als anys 90. Nosaltres seguirem fent i sempre hem fet el mateix. El problema el tenen els demés.

Aida Martori: Us sentiu valorats com a prestadors del territori?

Pep Vinyes: Aquesta és la història. Que nosaltres som la última...

Xavier Abelló: Jo no entenc gaire la pregunta... Jo quan m'aixeco cada matí em sento valorat.

Pep Vinyes: Valorat pels altres. Per TV3, et sents valorat?

Xavier Abelló: Jo no ho necessito.

Carme Ponte: Nosaltres hem de fer la nostra feina.

Xavier Abelló: Em veig tan capacitat de fer la feina que fan les 2000 persones en plantilla. És més, escolta jo al setembre si això no ho arreglen ja s'ho faran.

Pep Vinyes: Però la sensació és aquesta. Home, si s'haguessin posat una mica a valorar la nostra feina, segurament ens sentiríem valorats i no tindríem cap problema per dir al setembre, continuem.

Carme Ponte: Jo crec que nosaltres ens hem de sentir super ben valorats. Perquè hem sigut capaços, les teles locals, de superar la crisi.

Xavier Abelló: Millor que ells.

Carme Ponte: Estem aquí, hem superat una crisi, ens hem adequat en els nostres pressupostos. Seguim fent tele de proximitat, la fem molt bé en uns costos molt ajustats. En canvi TV3 encara està en crisi.

Oscar Pericas: A mi si la feina que faig me la valora TV3... Però a mi el que m'interessa és que la feina me la valori el ciutadà del territori.

Pep vinyes: Però aquesta no és la pregunta.

Pep Andreu: Quina era la pregunta?

Aida Martori: Jo volia saber d'on ve el malestar amb TV3, i per què la relació no és simètrica.

Carme Ponte: La relació amb TV3 ve d'aquí, però també pot passar amb BTV, perquè és el gran.

Oscar Pericas: No, perquè el que es parlava abans, perquè la relació no ha estat mai simètrica.

Pep Andreu: El que passa és que hi ha dues coses. Jo crec que hauríem d'analitzar que en el tema de la Corporació, som el David i el Goliat. Però un Goliat amb dos caps. Hi ha dues coses que dificulten l'*entente*. Per una banda, valorar el paper que hi fan els directius però per altra banda la gent de base. Amb una cosa q topem també –una mica s'ha insinuat o s'ha dit- és amb la gent que treballa a TV3, amb els propis professionals, que –em sembla que l'Abelló ho ha dit- se'ns veu com una amenaça. Alguna vegada se'ns ha dit que érem uns esquiroles, i que fem mà d'obra barata.

Albert Jordana: Sí, públicament es va dir això, al comitè d'empresa.

Jordi Morgades: Però aquí no deixem de ser, al menys des del meu punt de vista, que tenim un intermediari que és La Xarxa també. Jo molts cops en l'època del Quarts de nou quan el portava en Xavier Capdevila, m'entenia més trucant directament al programa de TV3...

Xavier Abelló: Però era productora externa eh...

Carme Ponte: Clar, clar, però és diferent.

Jordi Morgades: Bé, però bé continua sent productora externa el que s'està fent.

Xavier Abelló: Sí, però el tema retransmissions s'està parlant directament amb TV3. No, no. La productora externa és un altre món, amb la productora externa aquests problemes no els tenim.

Carme Ponte: De totes maneres estem centrant molt la conversa en TV3 i no ens treu la son.

Xavier Abelló: No ens treu la son.

Carme Ponte: No és tan important.

[Assenteixen]

Jordi Morgades: Jo és que en un any només els hi he hagut de demanar dues coses a ells.

Carme Ponte: Jo crec que nosaltres hem passat una ciris i estem més forts que mai.

Xavier Abelló: Estem superant.

Carme Ponte: Sí, però l'estem superant bé.

Xavier Abelló: Se'ns ha notat poc, encara que tots hem hagut de redimensionar moltes coses. I en canvi se'ns ha notat poc respecte d'altres que se'l ha notat molt bé.

Carme Ponte: Nosaltres tenim un repte, que és els canvis tecnològics, incorporar-los. Jo crec que tots aquests canvis tecnològics ens poden beneficiar molt. És molt més fàcil ensenyar el que fem a través d'Internet, les apps o les xarxes socials... som flexibles i àgils en incorporar aquests coses. Podem ser-ho perquè no tenim unes estructures tan grosses que ens compliquin la vida a l'hora de prendre decisions. Això és molt important dins de les teles locals. Que és fàcil prendre decisions mentre no siguin econòmicament molt important.

Aida Martori: Estaríeu d'acord en què el canvi tecnològic s'està donant?

Pep Andreu: S'està donant però de manera molt irregular depèn del mitjà, dels pressupostos.

Pep Vinyes: I de la comarca que estiguis.

Pep Andreu: De la comarca i de la gent que hi tinguis.

Xavier Abelló: De totes maneres, ens acabarà arribant a tots. El que marquen els pressupostos són les velocitats. És a dir aquell que té més pressupost les coses li arriben abans. Però com que la tecnologia té aquest procés: Avui hi ha un que costa 3000 euros, l'any que ve costarà 2000 i d'aquí a 4 anys costa 500. Jo crec que això ha estat un procés de finals de segle passat i principis d'aquest en què nosaltres tenim els estàndards de qualitat entre altres coses perquè hem sabut adaptar-nos a aquesta tecnologia, sinó hagués estat impossible. Mireu la tecnologia que es podia fer als anys 80 i 90 i la que fem ara.

[Assenteixen]

Aida Martori: I creieu que hi hauria d'haver més transferència tecnològica, a través de La Xarxa o fins i tot de TV3.

Xavier Abelló: S'està fent, La Xarxa ho està fent [assenteixen]. Per exemple ara hi va haver una experiència el dia de les eleccions en què va fer sessió d'equipaments per tal que els típics programes de al nit electoral poguessin tenir més connexions en directe de les que tenim normalment. En aquest sentit sí que la xarxa darrerament ha canviat i està donant més suport. La majoria també tenim la web amb el Xiptv que no ens ho podríem permetre o ens costaria molts diners... En aquest sentit La Xarxa sí que ho està fent molt bé.

Pep Andreu: El que passa que després tenim altres reptes. Hem de ser mitjans multiplataforma. Ja hi anem, estem caminant cap aquí. Alguns ho són més, altres menys i alguns no ho són gens. I estan pensant només en televisió, sinó que l'important ja no és per on surts, sinó que surti per tot arreu. L'important és la notícia. I amb això sí que hem d'apostar-hi, perquè tenim públics joves als quals ens costa molt d'arribar. I cada vegada aquest públic anirà creixent i ja creixerà amb aquestes noves tecnologies.

Aida Martori: A mi m'agradaria acabar amb una mirada cap al futur, sobre com veieu el futur del model audiovisual públic de proximitat i del model audiovisual català públic.

Albert Jordana: El futur que apuntava en Pep va molt cap aquí. El tema de les noves tecnologies ens obre un ventall que hi hem de ser molt presents perquè les dinàmiques de consum televisiu estan canviant. I per tant hi hem de ser. Treballant a través de La Xarxa o de qui sigui. Si estem anem junts i en un mateix carro doncs podem estar fer més coses. Aquest punt és vital, de les noves tecnologies, ara que ve la televisió intel·ligent, doncs ja hi estem posats i hi hem de ser molt més.

Pep Andreu: Hem de ser molt immediats. No podem esperar a passar la notícia a l'informatiu vespre o al telenotícies migdia i guardar-la fins que sigui el moment de... No, no, a la que passa una cosa -contrastant i tot plegat- però has de poder-la explicar. D'aquí a una estona explicaran un sistema des de Lavínia un sistema per explicar coses des del mòbil o la tablet... Que no sé quins costos té això eh...

Carme Ponte: Nosaltres vam fer un informatiu en directe des del Mobile World Congress només amb tecnologia mòbil.

Pep Andreu: Sí? I la qualitat?

Carme Ponte: No, no, la qualitat... és que és una altra cosa. I crec que hem d'anar cap aquí. Ara m'agradaria que hi hagués el meu nou director, que és un visionari de tot això. Ell sempre diu

que hem de deixar de pensar en la graella lineal i hem de començar a pensar en continguts, únicament en continguts. I s'han de poder adaptar a qualsevol de les finestres.

Xavier Avelló: De totes maneres això ja ho sentia fa 15 anys.

Carme Ponte: Però ara ja es fa.

Xavier Abelló: Les coses no són tan ràpides.

Carme Ponte: Però ara diguéssim que es pot.

Pep Andreu: Hem de pensar en això sense deixar de pensar en lo altre. Hem de seguir fent el que fem, perquè clar, la majoria del públic encara el segueixes tenint al la butaca.

Carme Ponte: Segueixes tenint la tele lineal.

Xavier Abelló: Als MAC's [referint-se als Mercats de l'Audiovisual de Catalunya] de fa 15 anys, la TDT estava morta. La TDT, naixia morta. Us recordeu d'això, oi? Això ho vaig sentir 50.000 vegades, us sona oi?

Carme Ponte: Sí, però sí que hem de començar a pensar que el contingut serà el rei. I deixarem, bé, començarem a pensar contingut per explotar.

Xavier Abelló: Però això no ens va malmenat.

Carme Ponte: No.

Xavier Abelló: Jo crec que hi haurà un camí més cap a l'especialització. I si algú és especialista en especialització som nosaltres. La proximitat no deixa de ser una especialització en què els mitjans generalistes no són capaços per fer-ho.

Albert Jordana: I com a model econòmic. El que apuntaves, cap on ha d'anar. Clar, TV3 té un ampli pressupost, i aquesta dedicació a la proximitat, l'experiència darrera hem vist que no ha funcionat. Aquests diners que aportava la diputació i que TV3 se'n beneficiava i nosaltres en certa manera també. Si veiem que no ha tingut bon resultat s'han de buscar altres models. No sé si aquesta proximitat que fa TV3 l'ha de seguir fent, o ens ha de considerar que tenim un paper aquí, o viure d'esquenes els uns als altres.

Xavier Abelló: No sé com aniran les coses, però a veure... Si tu dediques uns diners a un objectiu i aquest objectiu no l'estàs complint, val més que dediquis els diners a una altra cosa.

Pep Andreu: Directament a qui ho està fent.

Xavier Abelló: Per exemple.

Pep Andreu: Que som nosaltres. O sigui aquesta partida, el contracte programa que pugui tenir

el govern amb la Corporació, o una part d'aquesta partida que seria per la proximitat, hauria de revertir directament en els mitjans que fem proximitat, i així som comentarís.

Xavier Abelló: Mira, una delegació territorial –que n'hi ha a Lleida, Girona i Tarragona- més o menys té els mateixos treballadors que pot tenir TAC12. La producció que pot tenir TAC12, que podria estar en la producció que qualsevol de vosaltres esteu realitzant en aquests moments, és el triple que la producció d'aquesta delegació, el triple. Estem parlant d'informatius només eh.

Pep Andreu: Sí. I els costos, segurament molt menors.

Xavier Abelló: I aquí ja no m'hi poso, però segurament que els costos deuen ser molt menors, clar.

Carme Ponte: El que passa que aqueta estructura TV3 ja la té.

Xavier Abelló: Sí, sí, però...

Pep Andreu: Però l'ha de dedicar a altres coses, que potser voldrien fer. Potser voldrien créixer en nous formats...

Albert Jordana: O com un país on la televisió pública no costés tants diners.

Xavier Abelló: I més enllà jo crec que és fonamental també... Des de segons quins estaments ens volen fer creure que ha de ser al revés. Que nosaltres hem de fer el 3/24... No sé quantes coses he sentit. I jo segueixo en el primer que he dit: jo crec en un país plural. I si tots els processos que ens inventem han d'anar cap al pensament únic tenim un problema. Un país plural no pot tenir només una televisió pública. És incompatible. Un país plural ha de tenir més d'una veu. Des dels plantejaments públic. En aquets sentit penso que si hi ha d'haver alguna transformació és per enfortir els més febles d'aquesta cadena, i no al revés. Perquè si enfortim només al més fort d'aquesta cadena és pensament únic.

Carme Ponte: Jo us dic... No sé, no tinc tan clar que TV3 sigui la forta. La que té més diners sí.

Xavier Abelló: Home sí, audiències...

Albert Jordana: També, també.

Pep Andreu: També, però jo deia... A part del pensament únic... Hi ha una altra cosa. Les teles locals hi hem de ser no només perquè hi hagi diversitat o pluralitat sinó també per explicar de veritat les coses que passen i que el públic les pugui seguir. Perquè en el moment que només fóssim 3/24 i prou, automàticament les notícies, el que passa a casa nostra, tornarien a quedar diluïdes en un magma en el qual l'espectador del meu territori diria, ostres per veure una notícia que a mi m'afecta me n'he hagut d'empassar no sé quantes més que no sé de què em parlen. O

que sí que sé de què em parlen però no m'interessa.

Pep Vinyes (reforça): No m'interessa.

Pep Andreu: Per tant, nosaltres continuem sent imprescindibles per l'audiència.

Albert Jordana: Portem aquets anys, 15-20-25 anys que han de conviure d'alguna manera aquests dos models. I per tant és difícil que convergeixin. Després també clar l'espectador local perd el cul per sortir a TV3. L'alcalde... Li encanta que TV3 en faci ressò. Per tant hi ha uns interessos també... que nosaltres complim un paper més d'aixopluc, del dia a dia, i quan hi ha una cosa més important ja hi ha la televisió nacional. I això ha de conviure sense fer-nos mal uns als altres, i buscar aquest model de conviure els dos.

[Tothom hi està d'acord]

Pep Andreu: Però conviure bé. Vull dir que si fem una feina, aquesta feina sigui reconeguda i recompensada. Perquè no haguem d'anar com anem tots amb l'aigua al coll. Que també ens passa.

Jordi Morgades: El que està clar és que hem de fer la nostra feina de casa, seguir parlant del nostre esport, del nostre hoquei i de les entitats. Perquè si no arriba un moment que l'Ajuntament et diria: noi, xapem la tele i ens estalviem uns euros a finals d'any.

Carme Ponte: I de la política local.

Pep Vinyes: I de la política local.

Carme Ponte: Plenaris.

Albert Jordana: I després veus que interessa. Quan fas un directe, quan fas coses més locals, la gent et ve a buscar a tu. A les eleccions municipals. La gent devia mirar TV3 i proporcionalment devia tenir més audiència que nosaltres. Però nosaltres tenim unes audiències molt altes. Perquè estàs parlant aquell dia, de si volen informar-se d'aquell poble.

Pep Vinyes: El 24M de les màximes audiències les vam tenir nosaltres. TV3 també, però...

Pep Andreu: En el territori de cadascú, cadascú va ser referent.

Pep Vinyes: En el territori de cadascú, cadascú va ser el guanyador.

Xavier Abelló: A mi el que em sap greu és que en aquesta taula per exemple no hi hagi gent de Lleida o gent de Girona.

Albert Jordana: Però és que no hi ha televisions públiques...

Xavier Abelló: Aquí està.

Albert Jordana: Això és un altre fenomen, no?

Xavier Abelló: Amb la meua filosofia d'un país plural... Aquí tenim un problema. Ni a Lleida ni a Girona s'ha desenvolupat. A Girona n'hi ha una que és L'Escala, però és molt petita i molt plural... I jo crec que és un handicap. I que al final l'acabarem notant, perquè el sistema comunicatiu hauria d'estar més equilibrat també territorialment.

Aida Martori agraeix la participació als assistents.

Annex 2. Fitxa de les visites als prestadors per a les entrevistes semi-estructurades

Persona entrevistada		Data		Lloc	
Origen del canal i estat del Consorci					
Finançament					
Personal					
Equipaments					
Producció pròpia					
Rutines de producció informativa					
Cobertura informativa					
Relació amb La Xarxa					
Estratègia on-line					
Valoració del model TDT-L					
Compliment de les funcions de servei públic					
Independència del poder públic					

Annex 3. Fitxes de les televisions públiques de proximitat

A continuació se sintetitzen les característiques dels prestadors de proximitat i s'exposa, mitjançant taules que s'han elaborat per a treballar la informació, el contingut que s'ha desenvolupat de manera extensa en el treball. Les taules posen de manifest els trets més significatius dels prestadors a partir de l'anàlisi dels casos.

BTV

Un municipi lidera el projecte?	Sí, es tracta d'un projecte unimunicipal de Barcelona
El consorci ha perdut membres adherits?	No és un consorci
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí. Les televisions de districte inicialment, i el canal BTV que les aglutinava ja emetien en analògic
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, BTV Ràdio està integrada al projecte de BTV en una redacció convergent ¹⁶⁴
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	Sí, amb la universitat Pompeu Fabra i amb empreses emergents a través del projecte BTV Lab. BTV també és membre del Clúster de la Indústria Audiovisual de Catalunya.
La producció d'informatius està externalitzada?	Sí, a Lavínia, tot i que el Ple de l'Ajuntament de Barcelona ha iniciat un procés per a la internalització de la plantilla ¹⁶⁵
Relació amb TV3	BTV ha establert bones relacions bilaterals amb TV3

¹⁶⁴ De fet, el febrer de 2017 el prestador ha presentat una nova marca Betevé, que integra el mitjà televisiu i el radiofònic.

¹⁶⁵ El ple de l'Ajuntament de Barcelona va aprovar el desembre de 2016 una modificació del Contracte-programa per la contractació directa de 177 treballadors dels serveis informatius i tècnics fins ara subcontractats per BCN Audiovisual (filial del grup Lavínia). Hi van votar a favor BComú, PSC i ERC, mentre que la resta de l'oposició s'hi ha abstingut.

Televisió Badalona

Un municipi lidera el projecte?	Sí, es tracta d'un projecte unimunicipal de Badalona
El consorci ha perdut membres adherits?	No és un consorci
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, el canal ja emetia en analògic
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, el canal funciona com una redacció integrada amb la ràdio local
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	No se'n coneixen
La producció d'informatius està externalitzada?	Sí, a Lavínia
Relació amb TV3	La relació s'estableix a través de La Xarxa. La direcció entre 2012 i 2015 no veia amb bons ulls el sistema d'intercanvi informatiu amb TV3 mitjançant La Xarxa

Televisió L'Hospitalet

Un municipi lidera el projecte?	Sí, es tracta d'un projecte unimunicipal de L'Hospitalet de Llobegat
El consorci ha perdut membres adherits?	No és un consorci
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, el canal ja emetia en analògic
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	La ràdio i la televisió s'ubicaven en el mateix edifici (tot i que no treballaven de manera convergent) fins que el 2012 la ràdio va tancar després d'una gran reestructuració. En va resultar una redacció integrada per televisió i web

El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	No se'n coneixen
La producció d'informatius està externalitzada?	No
Relació amb TV3	La relació s'estableix a través de La Xarxa.

Vallès Oriental Televisió

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Granollers.
El consorci ha perdut membres adherits?	Sí, tot i que no de forma massiva
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, entre elles Granollers TV, del municipi que lidera el projecte
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	No, en el cas de VOTV les redaccions de televisió i ràdio no estan integrades.
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	Sí. La televisió s'ubica en un espai on treballen empreses del sector audiovisual -amb qui es comparteixen equipaments- i on hi ha infraestructures culturals, com una biblioteca o un espai d'exposicions. Al recinte Roca Umbert també s'hi fa formació, en alguns casos relacionada amb l'àmbit audiovisual, i és l'espai que acull anualment el Mercat de l'Audiovisual de Catalunya. VOTV també col·labora amb l'altra televisió pública de la comarca, Vallès Visió, en l'intercanvi de continguts que afecten les dues zones o en retransmissions d'esdeveniments que tenen repercussió en les dues àrees
La producció d'informatius està externalitzada?	Sí, la major part de la plantilla està contractada per una productora externa, Lavínia

Relació amb TV3	S'inicia fruit de l'acord amb La Xarxa, sempre a través d'aquesta entitat i de manera més aviat esporàdica
-----------------	--

Vallès Visió

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Mollet.
El consorci ha perdut membres adherits?	Sí, tot i que no de forma massiva
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, és el cas de Canal Mollet
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Vallès Visió comparteix edifici amb la ràdio pública de Mollet del Vallès, però les redaccions no estan integrades
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	Sí, té un conveni amb Vallès Oriental Televisió per compartir continguts que afecten les dues zones de la comarca
La producció d'informatius està externalitzada?	Sí, tota la plantilla treballa per una productora externa, excepte el gerent i l'administrativa que treballen pel Consorci
Relació amb TV3	S'inicia fruit de l'acord amb La Xarxa, sempre a través d'aquesta entitat i de manera més aviat esporàdica

MaresmeDigital TV

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Mataró.
El consorci ha perdut membres adherits?	Sí. Progressivament. El canal m2, que agrupava municipis de l'Alt Maresme, va haver de tancar

<p>El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?</p>	<p>Sí. A Mataró, la privada (que s'ha acabat integrant en el projecte). A Vilassar de Mar, Arenys de Munt i Calella també n'hi havia, i aquests municipis han acabat impulsant projectes de televisió local en solitari per Internet</p>
<p>El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?</p>	<p>Sí, la redacció de MaresmeDigital TV i de Mataró Ràdio estan integrades</p>
<p>El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?</p>	<p>Sí. La televisió s'ubica al Tecnocampus de Mataró, un espai on hi conflueixen empreses i la universitat, amb qui es comparteixen els platós</p>
<p>La producció d'informatius està externalitzada?</p>	<p>Ho estava, fins que es va acabar el contracte amb la productora externa Lavínia, el 2011, i la plantilla es va reduir a la meitat¹⁶⁶</p>
<p>Relació amb TV3</p>	<p>Tradicionalment Televisió de Mataró (televisió privada ara integrada al projecte de televisió pública) col·laborava amb TV3 a través d'una productora privada, que contactava amb el canal local en casos puntuals. Actualment, té relació amb TV3 a través de La Xarxa però, menys que abans. Per la proximitat del Maresme amb la seu de TV3 els periodistes es desplacen sovint fins al Maresme</p>

Canal Terrassa Vallès

<p>Un municipi lidera el projecte?</p>	<p>Sí, Terrassa</p>
--	---------------------

¹⁶⁶ El 2017 s'ha observat una certa recuperació amb la contractació de dues persones, que ja treballaven pel prestador com a autònoms.

El consorci ha perdut membres adherits?	No, tot i que hi ha dos municipis que en formen part de manera poc activa
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, Televisió de Terrassa.
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, la redacció de Canal Terrassa Vallès i de Ràdio Terrassa funciona de manera integrada. De fet, la televisió emet programes de ràdio amb la imatge enregistrada per una <i>webcam</i>
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	No de manera permanent, tot i que de manera puntual s'han establert vincles amb negocis locals per aconseguir rebaixes en el material que s'havia d'adquirir
La producció d'informatius està externalitzada?	No
Relació amb TV3	S'inicia fruit de l'acord amb La Xarxa, sempre a través d'aquesta entitat i de manera més aviat esporàdica. Antigament un periodista <i>freelance</i> i més tard una productora audiovisual feien notícies per TV3 del Vallès Occidental

Canal Blau

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Vilanova i la Geltrú
El consorci ha perdut membres adherits?	Sí, en destaca la sortida de Sitges que aportava personal al canal
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, a diversos municipis (Vilanova i la Geltrú i Sitges els més grans), fet que en va dificultar l'entesa

El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, amb Canal Blau FM, l'emissora local de Vilanova i la Geltrú
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	Poques. El canal s'ubica a l'edifici Neàpolis, un espai destinat a albergar projectes un viver d'empreses de base tecnològica, i un espai de la Universitat Politècnica de Catalunya que s'utilitza per a fer recerca. Tot i així, hi ha poques sinergies amb aquests actors
La producció d'informatius està externalitzada?	No
Relació amb TV3	Es vehicula a través de La Xarxa

Penedès TV

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Vilafranca del Penedès
El consorci ha perdut membres adherits?	A la pràctica, es tracta d'un projecte unimunicipal tot i que El Vendrell hi ha participat de manera puntual
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí, a Vilafranca del Penedès
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, amb Ràdio Vilafranca
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	No consta
La producció d'informatius està externalitzada?	No
Relació amb TV3	Es vehicula a través de La Xarxa

Televisió El Vendrell

Un municipi lidera el projecte?	Sí, El Vendrell
El consorci ha perdut membres adherits?	No és un consorci
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, amb Ràdio El Vendrell
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	No consta
La producció d'informatius està externalitzada?	No
Relació amb TV3	Es vehicula a través de La Xarxa

TAC 12

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Tarragona
El consorci ha perdut membres adherits?	No
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	No
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	No, les redaccions de ràdio i televisió no estan integrades
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	Sí, amb la Universitat Rovira i Virgili

La producció d'informatius està externalitzada?	Sí, la producció de continguts està adjudicada a una Unió Temporal d'Empreses (UTE), formada per les productores del territori Iniciatives de Televisió (que gestiona Canal Reus), Procrea Propostes Creatives (una productora de Valls) i Mediaframe Productions (de Tarragona)
Relació amb TV3	S'inicia fruit de l'acord amb La Xarxa, sempre a través d'aquesta entitat i de manera més aviat esporàdica. Antigament un periodista <i>freelance</i> i més tard una productora audiovisual feien notícies per TV3 del Vallès Occidental.

Canal 10 Empordà

Un municipi lidera el projecte?	Sí, Canal 10 Empordà
El consorci ha perdut membres adherits?	No és un consorci
El projecte comptava amb experiències de televisió en analògic?	Sí
El projecte de televisió s'integra amb algun projecte de ràdio?	Sí, amb la ràdio local de L'Escala
El canal ha establert sinergies amb altres actors territorials?	No consta
La producció d'informatius està externalitzada?	No
Relació amb TV3	Es vehicula a través de La Xarxa