

La comunicació local a Catalunya

Informe 2008

Josep Àngel Guimerà i Orts, Montse Bonet,
David Domingo, J. Vicenç Rabadán, Federica Alborch

DADES CATALOGRÀFIQUES RECOMANADES

La comunicació local a Catalunya Informe 2008 / Josep Àngel Guimerà i Orts ; Montse Bonet ; David Domingo ; J. Vicenç Rabadán ; Federica Alborch — Barcelona : Institut de la Comunicació, InCom-UAB : Diputació de Barcelona, 2009.—

ISBN 978-84-692-2793-0

- I. Josep Àngel Guimerà i Orts
- II. Montse Bonet
- III. David Domingo
- IV. J. Vicenç Rabadán
- V. Federica Alborch
- VI. Observatori de la Comunicació Local, InCom-UAB
- VII. Institut de la Comunicació, InCom-UAB (Bellaterra, Catalunya)
- VIII. Diputació de Barcelona (Barcelona, Catalunya)
 1. Mitjans de comunicació de massa locals — Catalunya — 2008
 2. Tecnologia de la informació — Catalunya

301.153.2(467.1) "2008"

(c) Del text: els seus autors

(c) De l'edició: Institut de la Comunicació
(InCom-UAB) i Diputació de Barcelona

Autors:

Josep Àngel Guimerà i Orts
Montse Bonet
David Domingo
J. Vicenç Rabadán
Federica Alborch

Edició:

Isabel Fernández Alonso
Marta Civil i Serra

Correcció i assessorament lingüístic:

Oriol Gibert i Fortuny

Disseny i maquetació:

José Luis Ayala
Ramon G. Sedó

Producció i gestió:

Miquel Gómez
David Domingo
Imma Ruano
Raquel Gómez

Primera edició: Barcelona, maig de 2009

Dipòsit legal: B-24.879-2009

ISBN: 978-84-692-2793-0

Impressió i enquadernació: Artyplan

Imprès a Espanya

Institut de la Comunicació (InCom-UAB)

Universitat Autònoma de Barcelona

Campus UAB - Edifici N, planta 1

E-08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
(Barcelona)

Tel. +34 93 581 29 07

Fax. +34 93 581 21 39

incom@uab.cat

incom.uab.cat

Observatori de la Comunicació Local InCom-UAB:

www.portalcomunicacio.cat/ocl

Portal de la Comunicació InCom-UAB:

www.portalcomunicacio.cat

Els continguts d'aquest llibre no podran ser reproduïts, ni totalment ni parcialment, en cap forma ni per cap mitjà, sense el previ consentiment per escrit dels autors.

Continguts

1	Introducció	8
2	Polítiques de comunicació i mitjans de comunicació local	8
3	Tendències en els mitjans de comunicació locals	12
4	Consum de mitjans de comunicació locals	23
5	La llengua als mitjans locals	26
6	Conclusions	27
7	Referències	28

La comunicació local a Catalunya. Informe 2008

Josep Àngel Guimerà i Orts, Montse Bonet,
David Domingo, J. Vicenç Rabadán, Federica Alborch

Observatori de la Comunicació Local de l'Institut de la Comunicació
de la Universitat Autònoma de Barcelona
(InCom-UAB)

Aquest informe és una nova edició de la feina d'anàlisi que des de 1999 desenvolupa l'Observatori de la Comunicació Local, creat per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) amb el suport de la Diputació de Barcelona. L'edició que teniu a les mans també apareixerà com a capítol de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008* de l'InCom-UAB, una obra col·lectiva, de periodicitat biennal.

La comunicació local a Catalunya. Informe 2008 incorpora, per primera vegada, les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, impulsat per la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (Fundacc), gràcies a un conveni marc entre aquesta fundació i l'InCom-UAB.

La recerca que presentem també s'emmarca dins el Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura, dirigit per Miquel de Moragas i Spà, reconegut com a grup consolidat de recerca per la Generalitat de Catalunya des de l'any 1997, amb reconeixement vigent dins el Pla de Recerca i Innovació de la Generalitat de Catalunya 2005-2008 (referència 2005/SGR-00181).

En aquest text es descriuen les polítiques i l'estructura de la comunicació local a Catalunya, i se'n subratllen aspectes com l'estancament de la premsa, la vitalitat d'Internet, la possible aparició de ràdios de proximitat privades arran de les concessions d'FM realitzades pel CAC el 2008 i la complexa transició digital que viu la televisió. S'hi recalca el procés de configuració de grups multimèdia d'àmbit local, fonamentalment a partir de les últimes concessions de TDT i d'FM.

1. Introducció

El bienni 2007-2008 apareix, per diverses raons, com un període de transició per al conjunt del sistema de comunicació local del Principat.

D'una banda, per la resolució del concurs d'atorgament de concessions d'FM feta pel CAC el 2008, que pot contribuir a modificar el mercat radiofònic català, en especial per les concessions atorgades a operadors locals. D'altra banda, perquè el procés de transició a la TDT, tot i que lent, ja ha començat a transformar el mercat televisiu local. Al seu torn, l'eclosió dels blocs dedicats a la informació i l'opinió local han modificat, de nou, la Internet local catalana, donant lloc a l'aparició de comunitats d'internautes molt vinculades al territori.

En canvi, la premsa mostra un clar estancament en la difusió i en el sorgiment de noves publicacions. Ara bé, els editors de premsa de proximitat són alguns dels principals dinamitzadors del mercat, amb el desenvolupament de televisions locals digitals i, el 2008, d'emissores radiofòniques de proximitat. En aquest sentit, la tendència a crear grups multimèdia encetada a finals dels noranta s'ha accelerat aquest bienni gràcies a la TDT i al concurs d'FM, ja que ha obert la porta d'aquests mercats a operadors provinents d'altres negocis.¹ Tot plegat, però, es desenvolupa en un context de crisi econòmica les conseqüències de la qual encara estan per veure en el sector local.

2. Polítiques de comunicació i mitjans de comunicació local²

En el bienni 2007-2008, la ràdio local ha acaparat el protagonisme en el camp de les polítiques públiques de comunicació. En l'àmbit de la ràdio privada, el més destacat és que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va repartir les 83 freqüències d'FM³ que el Pla Tècnic Nacional atorgava a Catalunya,⁴ essent el primer cop a l'Estat espanyol que una licitació depenia totalment d'una autoritat reguladora independent. Des de l'àmbit públic, la ràdio local ha fet un notable esforç de redefinició, ha buscat més complicitat amb les institucions públiques i ha fet una aposta clara pel servei públic i les noves tecnologies de la comunicació com a via de futur.

En el sector radiofònic privat, les freqüències a repartir eren originalment 105, i la majoria formaven part de l'anomenat *pla pilot*. La Resolució 3315/2006, de 17 d'octubre, de Presidència de la Generalitat de Catalunya (DOGC 4745, de 23 d'octubre de 2006) va acordar destinar-ne 22 a l'àmbit públic (COMRàdio), fent ús de l'excepcionalitat prevista a l'article 14.3 del Reial Decret 964/2006, que preveu que les comunitats autònomes poden acordar destinar algunes emissores a les corporacions locals o altres ens de titularitat pública perquè les gestionin.

D'altra banda, finalment⁵ es va modificar la Llei de l'Audiovisual de Catalunya, aprofitant l'aprovació de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais (DOGC 4990, de 18 d'octubre de 2007), en els dos articles qüestionats pel sector radiofònic privat català. Es tractava de l'article 108, que exigia regles especials de publicitat a la ràdio, i que va quedar suprimit, i de l'article 109.3, sobre l'autorització prèvia de les campanyes de publicitat institucional, que va quedar modificat, de tal manera que no cal autorització prèvia del CAC, si bé aquest segueix essent el garant del compliment dels requisits sobre publicitat institucional.

1. És precisament aquesta tendència la que ha dut els autors a fer un nou plantejament d'aquest informe i a incloure un apartat dedicat a descriure, succintament, l'aparició d'aquests grups i a apuntar la significació que tenen tant als seus territoris com al conjunt del sistema mediàtic català.

2. Vegeu, també, el capítol "Les polítiques de comunicació" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*.

3. CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2008): "El CAC adjudica 83 emissores de ràdio en freqüència modulada" [En línia]. <<http://www.cac.cat/detall.jsp?Njg%3D&MQ%3D%3D&L2RldGFsbENvb nRlbnQ%3D&MjE5>> [Consulta: novembre de 2008].

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

5. Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*.

D'acord amb la tendència detectada els anys dos mil, la ràdio local sembla quedar reduïda pràcticament al sector públic (malgrat les últimes concessions en l'àmbit privat que apunten a una certa revifada del localisme, la major part de freqüències segueix en mans de les cadenes) i és precisament aquest el que sembla haver tingut més activitat en el bienni estudiat, amb la publicació d'un document que pot facilitar l'elaboració de futures polítiques i en el qual eren presents alguns dels màxims representants de la política comunicativa de Catalunya. Ens referim al *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública*, presentat el dia 20 de maig de 2008. El *Llibre Blanc* és una iniciativa de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (2008), que ja en va fer la proposta quan es va cloure el III Congrés de la Ràdio Municipal (novembre de 2006). Entre els "principis generals irrenunciabls i consubstancials a la funció de servei públic de la ràdio" del *Llibre Blanc*, es podria destacar el català com a "eina vehicular i integradora" que han d'utilitzar aquestes ràdios; el foment de la participació ciutadana com un dels principals objectius a perseguir; la proximitat com a raó de ser, i el fet que la radiofórmula musical no es pugui considerar ràdio local pública. El document acaba amb un capítol de recomanacions, dividides en sis apartats: la gestió, el finançament, el personal, les instal·lacions, els continguts i les noves tecnologies.

Quant a futures possibles polítiques de comunicació, el *Llibre Blanc* demana que l'administració actuï amb fermesa davant aquelles emissores que no permeten que les municipals s'escoltin bé en la seva àrea de cobertura; la possibilitat de modificar el pla tècnic perquè entre el 107 i el 108 de l'FM (on són ubicades moltes municipals per llei) hi ha molt poc espai i són força les interferències, i actualitzar el pla tècnic per tal que s'ajusti a cada municipi (tenint en compte població i orografia). Tot plegat, les ràdios municipals estan en un moment important donat que els consistoris catalans estaven obligats per la Llei de l'Audiovisual a definir el tipus d'entitat que gestionarà l'emissora de la qual són adjudicatari (disposaven de l'any 2008 per fer-ho). De tota manera, a març de 2009, no tots els ajuntaments ho havien tramès i el procés continuava obert.⁶

Pel que fa a la televisió, el bienni s'ha caracteritzat per les nombroses accions del Govern espanyol i, sobretot, del Govern català i el CAC per facilitar i agilitar la implantació de la TDT local.

En aquesta línia, el Govern espanyol va aprovar el setembre de 2007 el Pla Nacional de Transició a la Televisió Digital Terrestre,⁷ que preveu l'apagada progressiva i per àrees de cobertura de les emissions analògiques, i assolir una penetració de la TDT superior al 95% de la població el 3 d'abril de 2010, data prevista per l'apagada analògica. Dins del pla, Catalunya apareix dividida en 11 zones, 2 de les quals han de cessar emissions el 30 de juny de 2009, 7 el 31 de desembre del mateix any i les dues restants l'abril de 2010.⁸

L'abril de 2007, el Govern de la Generalitat va convocar el Fòrum de la TDT a Catalunya després de mesos d'inactivitat,⁹ i aquest, abans que s'acabés l'any, aprovava el Pla d'Encesa Sincrònica de la TDT,¹⁰ que preveu que totes les demarcacions de TDT-L facin l'encesa progressivament abans de final de 2009. En aquest cas, el pla pren com a base les demarcacions locals, de manera que tots els operadors (locals, nacionals i estatals) facin l'encesa alhora. Amb aquest calendari únic, el Fòrum busca evitar un calendari específic per a la TDT-L, més endarrerida que la resta, que eviti molèsties als usuaris i problemes d'implantació als operadors locals.¹¹ Associat a aquest calendari d'encesa, el Govern català va aprovar el 4 de març de 2008 un pla per garantir la implantació tècnica de la TDT a tot Catalunya.

La ràdio local segueix reduïda pràcticament al sector públic, malgrat les últimes concessions d'FM en l'àmbit privat

6. Font: Rosa Díez, cap dels serveis jurídics del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Comunicació personal, març de 2009.

7. MINISTERI D'INDÚSTRIA, TURISME I COMERÇ (2007): "Acuerdo del Consejo de Ministros por el cual se aprueba el Plan Nacional de Transición a la Televisión Digital Terrestre" [En línia]. <<http://www.televisiodigital.es/NR/rdonlyres/D84EE7D8-24B6-499C-994E-A54616C48C9E/0/1PlanNacionaldeTransici%C3%B3nalaTDT.pdf>> [Consulta: octubre de 2008].

8. Vegeu el capítol "Les polítiques de comunicació" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*.

9. Font: COMUNICACIÓ21.COM (2007): "El Fòrum de la TDT acorda finals de juny com a límit per fixar el calendari de migració al digital" [En línia]. <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=6273> [Consulta: novembre de 2008].

10. Vegeu el capítol "Les telecomunicacions" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*.

11. DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ (2007): "Catalunya encendrà la TDT de manera sincrònica i per demarcacions entre el 2008 i el 2009" [En línia]. <<http://www20.gencat.cat/portal/site/SalaPremsa/menuitem.342fe4355e0205d607d7ed42b0c0e1a0/?vgnextoid=f60f88c0b0549010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=f60f88c0b0549010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfm=t=detall&contentid=5dbcc361d7f16110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>> [Consulta: novembre de 2008].

La comunicació local és un sector ben considerat per les subvencions de la Generalitat als mitjans de comunicació, amb un 42,2% del total d'ajuts

El CAC ha desenvolupat accions en diferents àmbits de la seva competència. D'una banda, va aprovar els *Criteris d'interpretació dels límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local*. Aquests acords fixen que el consorci no pot externalitzar del tot la gestió de la televisió i que s'ha de dotar d'una mínima estructura organitzativa. Així mateix, ha de mantenir el control i ser responsable de la línia editorial. D'altra banda, també va aprovar els *Criteris d'interpretació en relació amb 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*. De resultes d'aquest acord, els operadors locals podran computar, sota condicions especials, programació redifosa i continguts sindicats com a original. Així mateix, s'aclareix la noció de cadena i també la de sindicació, elements fonamentals en la definició del model català de TDT-L. En tots dos casos, la voluntat del Consell ha estat clarificar aspectes clau del procés considerats confosos i que frenaven actuacions dels operadors de TDT-L, tant públics com privats.

El CAC també ha actuat amb relació als operadors locals, com ara amb l'elaboració d'informes preceptius sobre contractes programa i reglaments d'operadors públics; d'incoació de procediments a operadors privats o els advertiments a ajuntaments amb acords d'emissió amb operadors privats.¹² En aquesta línia, a inicis de 2007, el CAC també va demanar al Govern català que clausurés les emissions dels prestadors de televisió local que operen sense títol habilitant.¹³

Finalment, a Internet, en el període 2007-2008 les prioritats de les administracions locals han estat la millora de les infraestructures d'accés a la Xarxa dels serveis municipals i dels ciutadans, i la consolidació de l'atenció telemàtica. Igualment, s'han seguit impulsant plans directores de la societat de la informació en localitats que encara no els havien desenvolupat, com Montornès del Vallès, Montmeló, Vilanova del Vallès i Vallromanes, que han aprofitat el seu veïnatge per apostar per solucions conjuntes.

Localret,¹⁴ que agrupa la majoria dels ajuntaments catalans per coordinar les seves polítiques d'Internet, ha apostat per instal·lar fibra òptica en tots els municipis, connectar els edificis públics entre si com a primera prioritat i, en una segona fase a llarg termini, arribar a totes les llars en el que es coneix com a *Metropolitan Area Network* (MAN, xarxa metropolitana). El consorci ITCat, participat al 60% per la Generalitat i al 40% per Localret, es va marcar com a objectiu el 2008 (després d'estar paralitzat uns anys) interconnectar totes aquestes xarxes municipals en una anella digital d'alta velocitat. Callús (Bages) ha estat el primer poble a fer proves pilot de fibra òptica fins a la llar, a partir de gener de 2008. Igualada, Esplugues de Llobregat i Alella, amb l'assessorament de Localret, van començar a desenvolupar les seves pròpies MAN el 2008.

Una altra iniciativa en la mateixa línia és la creació de xarxes sense fils (Wi-Fi) per part dels ajuntaments. Es tracta d'una iniciativa polèmica, perquè la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions (CMT) de l'Estat n'és reticent perquè xarxes municipals gratuïtes o a baix cost podrien ser competència deslleial per als operadors privats. Per aquest motiu, els municipis que han començat a estudiar la creació de xarxes públiques sense fils han adoptat estratègies prudentes: Terrassa va fer, durant el 2007, una prova pilot en barris que tenen mala cobertura de serveis de banda ampla (ADSL) per part de les empreses privades de telecomunicacions. Lleida, d'altra banda, va optar per un acord amb FON, una empresa privada que ofereix connexió gratuïta als usuaris que s'instal·len una antena per compartir la connexió amb altres usuaris del servei.

12. Totes les actuacions del CAC amb relació als prestadors de serveis de comunicació es poden trobar a l'apartat "Actuacions" del seu web: <<http://www.cac.cat>> [Consulta: novembre de 2008].

13. CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2008): "Acord 278/2007 per instar al Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació per tal que adopti les mesures que corresponguin, en relació amb les emissions de televisió local no emparades en un títol habilitant" [En línia]. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_278_televisions_il.legals.doc> [Consulta: octubre de 2008].

14. Les dades referides a les polítiques locals de societat de la informació s'han extret de l'Informatiu Localret [En línia]: <<http://www.localret.es/informatiu/localret/cat>> [Consulta: octubre de 2008].

A més de la legislació relativa al sector audiovisual i les intervencions administratives d'entitats municipalistes, des de 2005 són molt importants en el camp de les polítiques públiques sobre comunicació local els ajuts que el Govern de la Generalitat destina als mitjans de comunicació privats.

La comunicació local apareix com un sector molt ben considerat per aquestes polítiques, ja que cada any s'emporta una part significativa del total dels ajuts. Així, les subvencions atorgades als mitjans de comunicació local durant el període 2005-2008 arriben gairebé als 26 milions d'euros i representen un 42,2% del total (vegeu la taula 1). L'any 2005 va ser especialment rellevant ja que gairebé la meitat dels recursos (46,5%) van anar a parar als mitjans locals. Aquest percentatge, però, s'ha reduït en els anys posteriors. El 2006 ha estat un terç del total; el 2007, un 44%, i el 2008, un 44,1% (vegeu la taula 1).

D'altra banda, es pot veure que les partides destinades als mitjans locals han seguit una línia ascendent clara i progressiva: entre 2005 i 2008 la xifra absoluta gairebé s'ha doblat, incrementant-se pràcticament en 3.700.000 euros. Si ens fixem en la situació de cada mitjà, però, es pot comprovar que alguns, com ara la premsa i la televisió, presenten uns alts i baixos força notables en aquest període.

Pel que fa a la premsa local, el 2006 va experimentar un augment de més del doble respecte a l'any anterior. El 2007 els ajuts es van reduir en un 30%, percentatge que es va sumar de nou l'any 2008 fins arribar gairebé als quatre milions i mig d'euros, tal com es pot veure a la taula 1. La televisió, d'altra banda, presenta la situació contrària a la premsa escrita. Mentre que durant el 2006 va patir una davallada del 45%, el 2007 va viure un espectacular augment del 351,90%. Aquesta xifra, però, va disminuir un 28% en el concurs relatiu al passat any 2008. Internet és el mitjà que, en proporció, presenta un major creixement al llarg dels quatre anys. Entre 2005 i 2007, els recursos destinats a mitjans en línia han augmentat en un també espectacular 354,15%, tot i que el 2008 han sofert una lleugera davallada.

S'ha de destacar que la premsa escrita és, amb diferència, el mitjà que més subvencions ha rebut durant els quatre anys: ha sobrepassat els tretze milions d'euros, xifra que representa el 51,8% del total (vegeu la taula 1). La televisió se situa gairebé 5.800.000 euros per sota, seguit d'Internet (supera els 2.800.000 euros) i la ràdio, que no arriba als dos milions d'euros. Aquest últim mitjà és el que menys variacions ha patit durant el quadrienni, però també és el que menys diners ha rebut.

Pel que fa a les empreses que han rebut els principals ajuts,¹⁵ destaca Comercialitzadora i Editora Coordinadora de Mitjans, SL, que ha rebut gairebé 1.600.000 euros entre 2005 i 2008 per relançar el diari *El 9 Esportiu*. La segueix de molt a prop Comit Premsa BCN, promotora de l'edició barcelonina del diari *El Punt*, que ha rebut en total 1.044.500 euros entre els anys 2005 i 2006. Encara en el sector de la premsa, Hermes Comunicacions va aconseguir, en el concurs de 2006, 670.000 euros, i en el de 2008, vora els 992.000 euros, destinats a la publicació d'*El Punt*; i el Grup Cultura 03, que mitjançant la seva empresa filial Sàpiens Publicacions, ha obtingut el 2007 mig milió d'euros per posar en marxa *Time Out Barcelona*. Les empreses de televisió també han estat grans beneficiàries d'aquests ajuts, encara que en menor mesura. Així, el 2007 Prisa (a través de Collserola Audiovisual, SL) ha rebut gairebé mig milió d'euros, i l'agrupació Televisions Digitals Independents ha rebut entre 2007 i 2008 més de 700.000 euros.

15. A l'hora de considerar els principals ajuts atorgats s'han tingut en compte solament els propers o superiors als 500.000 euros.

Taula 1. Subvencions als mitjans de comunicació d'àmbit local atorgades pel Govern de Catalunya (2005-2008)^A

	2005	2006	2007	2008	TOTAL
Premsa	1.967.400,00€	4.112.530,91€	2.939.916,00€	4.405.850,71€	13.425.697,62€
Ràdio	408.022,00€	467.329,00€	567.969,00€	520.533,92€	1.963.853,92€
Televisió	1.581.447,16€	859.448,00€	3.022.774,00€	2.174.613,02€	7.638.282,18€
Internet	331.081,00€	446.329,00€	1.172.542,00€	911.790,97€	2.861.742,97€
Total (local)	4.287.950,16€	5.885.636,91€	7.703.201,00€	8.012.788,62€	25.889.576,69€
TOTAL	9.219.475,00€	16.365.000,00€	17.631.657,00€	18.131.647,35 €	61.347.779,35€

^A La taula recull els ajuts atorgats entre els anys 2005 i 2008 pel Departament de la Presidència, el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació i l'Institut Català de les Indústries Culturals.

Font: Elaboració pròpia a partir de l'anunci pel qual es dona publicitat a la concessió de subvencions durant l'any 2007 (DOGC 5091, de 14 de març de 2008); DEPARTAMENT DE LA PRESIDÈNCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2006): *Dades de la convocatòria d'ajuts del Departament de la Presidència als mitjans de comunicació* [En línia]. <<http://www20.gencat.cat/docs/Sala%20de%20Premsa/Documents/Arxius/8097.pdf>> [Consulta: octubre de 2008]; DEPARTAMENT DE LA PRESIDÈNCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2005): *Els ajuts del Departament de la Presidència als mitjans de comunicació per a l'any 2005* [En línia]. <http://www10.gencat.net/gencat/binaris/subvencions_mitjans_tcm32-28232.pdf> [Consultes: octubre de 2008]; INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (2006): *Ajuts de l'ICIC a la premsa* [document cedit per Gemma Barberan Bergós, de l'àrea del llibre i les arts audiovisuals de l'Institut Català de les Indústries Culturals], i dades de la Direcció General de Comunicació i Mitjans Audiovisuals facilitades per Martí Porter per a l'any 2008.

3. Tendències en els mitjans de comunicació locals

3.1. La premsa: difusions estancades o a la baixa, tot esperant la incidència de la crisi econòmica

Els diversos sectors de la premsa de proximitat han estat estables o lleugerament a la baixa quant a difusió i distribució fins el 2008, just abans d'una crisi econòmica que enfosqueix el futur de les carteres publicitàries, sobretot dels mitjans gratuïts, entre els quals hi ha hagut desaparicions i baixades en els tiratges. La nova perspectiva pot afectar la conformació dels grups multimèdia liderats per empreses comarcals, com el Grup Segre o el Grup 100% Comunicació, o per grups estatals, com Editorial Prensa Ibérica.

L'estancament de les difusions i les distribucions, i les dificultats d'expansió territorial palesades els últims anys¹⁶ potencien l'aposta per la diversificació de suports comunicatius, amb la combinació de publicacions de pagament i gratuïtes o la inversió en ràdios i, sobretot, en la TDT de proximitat.

3.1.1. Els diaris comarcals semblen haver tocat sostre

L'estancament o la davallada des de 2005 s'ha consolidat els últims anys, excepte a les comarques gironines (vegeu la taula 2): *Diari de Girona* inverteix la tendència i augmenta la difusió més d'un 3%, mentre que *El Punt* frena la baixada i remunta mig punt la seva difusió, gràcies sobretot a l'edició gironina. *La Mañana* (9%) i *Diari de Tarragona* (gairebé 5%, després del 6% entre 2004 i 2005) són les capçaleres que baixen més, mentre que *Segre* i *Regió 7* perden al voltant del 2%, i una mica més *Diari de Terrassa*. *Diari de Sabadell* baixa molt poc, però per sota dels cinc mil exemplars diaris, i busca comprador per problemes de relleu generacional. Finalment, *El Punt* s'ha decidit a treure una nova edició, en aquest cas a les comarques de Ponent, en el seu projecte de diari català per edicions.

16. Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*.

Taula 2. Diaris i bisetmanals locals i comarcals (2006-2008)

Capçalera	Empresa	Lloc d'edició	2006	2007-2008	Diferència
<i>El Punt</i> ^A	Hermes Comunicacions, SA	Girona	25.460	25.607	0,57%
<i>Diari de Tarragona</i>	Promicsa	Tarragona	14.096	13.393	-4,98%
<i>Segre</i> ^B	Diari Segre, SL	Lleida	13.270	13.009	-1,96%
<i>Regió 7</i>	Edicions Intercomarcals, SA (Prensa Ibérica)	Manresa	8.545	8.351	-2,27%
<i>Diari de Girona</i>	Diari de Girona, SA	Girona	7.991	8.253	3,27%
<i>La Mañana</i>	Diari de Ponent, SA	Lleida	5.515	5.018	-9,01%
<i>Diari de Sabadell</i>	Vallesana de Publicacions, SA	Sabadell	5.018	4.983	-0,67%
<i>Diari de Terrassa</i>	Julián Sanz Soria, SL	Terrassa	5.433	5.284	-2,74%
<i>El 9 Nou</i> ^C	Prensa d'Osona, SA	Vic/Granollers	13.761	14.005	1,77%
<i>Hora Nova</i>	Noves Edicions Altempordaneses, SLU	Figueres	1.630	2.171	33,10%

^A Edicions del diari *El Punt* i la seva difusió (2006 i 2007-2008): Girona (15.502 i 15.507), Tarragona (1.862 i 1.949), i Barcelona, dividida en cinc edicions (8.096 i 8.151).

^B Edicions del diari *Segre* (2006 i 2007-2008): en català (6.560 i 6.572) i en castellà (6.710 i 6.437).

^C Edicions del periòdic bisetmanal *El 9 Nou* (2006 i 2007-2008): Osona i el Ripollès (9.318 i 9.447) i el Vallès Oriental (4.443 i 4.558)

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

3.1.2. L'absorció de setmanaris sembla donar fruits

L'estabilitat de difusió i tiratges dels setmanaris locals i comarcals segueix sent una constant d'aquest sector (vegeu la taula 3), tot i que els casos de *Setmanari de l'Alt Empordà* (del grup Prensa Ibérica), que creix més d'un 6%, i *El Pati* (del grup Segre), que puja gairebé un 11%, poden indicar que la pertinença a grups comunicatius solvents pot potenciar la difusió d'aquestes capçaleres. El cas de *La Veu de l'Ebre*, fusió de dos setmanaris de la zona, i que conforma un grup multimèdia amb interessos a la ràdio i la TDT, també pot ser orientatiu. Tanmateix, desapareixen com a publicacions de pagament *Més Ebre* i *La Proa*, malgrat que es mantenen en el sector dels gratuïts. Les davallades més fortes són les de *La Veu de l'Anoia* (8,7%), *El 3 de Vuit* (7%) i *Diari de Vilanova* (6,9%).

3.1.3. Premsa gratuïta: distribucions més realistes i algunes desaparicions

El sector de les publicacions gratuïtes locals i comarcals ha viscut els últims dos anys algunes desaparicions significatives i uns ajustaments de tiratges més realistes. El grup de capçaleres *Més* (Manresa, Terrassa, Sabadell), del Grup 100% Comunicació i socis locals de cada zona, i *Espais-7*, a Reus, han abandonat, mentre que *Punt de Venda* s'ha centrat i consolidat a les comarques de Girona i Tarragona i el grup *Flash* torna a les 6 edicions perdent exemplars (vegeu la taula 4). El Grup Anuntis Segundamano es consolida amb els seus setmanaris (*Claxon*, *El Mercat*, etc.) i *El Pregó* és editat per una nova empresa, tot i que el desembre tancava l'edició del Vallès. La periodicitat diària sembla qüestionada amb les baixades de *Bon Dia Lleida* i *Aquí*.

D'altra banda, l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta va celebrar el 2007 el desè aniversari, quan ja integra més de 100 capçaleres, entre setmanaris, quinzenals i mensuals. A més, va organitzar amb èxit les III Jornades de Premsa Gratuïta el novembre de 2008, amb uns 350 participants.

L'estancament de les difusions i les dificultats d'expansió territorial potencien l'aposta per la diversificació multimèdia de les editores de premsa

Taula 3. Setmanaris i quinzenals locals i comarcals (2006-2008)

Capçalera	Lloc d'edició	2006	2006	2007-	2007-	Diferència
		OJD	ACPC	2008	2008	
<i>Revista del Vallès</i>	Granollers		9.100		9.100	0%
<i>Nas de Barraca</i> (quinzenal)	Sant Boi de Llobregat		8.000		8.000	0%
<i>Diari de Vilanova</i>	Vilanova i la Geltrú	6.663		6.200		-6,90%
<i>La Veu de l'Ebre</i>	Tortosa		6.000		6.000	0%
<i>El 3 de Vuit</i>	Vilafranca del Penedès	4.587		4.262		-7%
<i>El Vallenc</i>	Valls		4.500		4.500	0%
<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	Figueres	4.398		4.692		6,60%
<i>La Veu de l'Anoia</i>	Igualada	4.329		3.949		-8,70%
<i>La Comarca d'Olot</i>	Olot	3.448		3.334		-3,30%
<i>Diari de Sant Cugat</i>	Sant Cugat del Vallès		2.500		2.500	0%
<i>Osona Comarca</i>	Vic	2.457		2.399		-2,30%
<i>El Pati</i>	Valls		2.300	2.651		10,90%
<i>L'Eco de Sitges</i>	Sitges	1.879		1.950		3,50%
<i>Diari del Baix Penedès</i>	El Vendrell		1.800		1.800	0%
<i>Nova Conca</i>	Montblanc		1.400		1.400	0%
<i>Nova Tàrraga</i>	Tàrraga		1.359		1.359	0%
<i>Celso Informació</i>	Solsona		1.350		1.350	0%
<i>El Ripollès</i>	Ripoll	1.322		1.349		2%
<i>Som Garrigues</i> (quinzenal)	Les Borges Blanques		1.150		1.250	8,60%
<i>La Veu de la Segarra</i>	Cervera		1.200		1.200	0%
<i>Àncora</i>	Sant Feliu de Guíxols	1.131		1.122		-0,70%
<i>Forja</i>	Castellar del Vallès	1.101			1.144	3,90%
<i>Setmanari de Montbui</i>	Caldes de Montbui	1.100			1.100	0%
<i>Crònica de Súria</i>	Súria		1.000		1.000	0%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD i de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC). Publicacions amb difusió o distribució igual o superior a mil exemplars.

3.2. La ràdio: reforçament del sistema analògic en l'era digital

La ràdio local pública catalana, quant a xifres i a nombre de 2008, no ha variat excessivament respecte al bienni 2005-2006.¹⁷ Tal com es veu a la taula 5, hi ha 261 emissores municipals en FM i 1 en OM (Ràdio Sabadell-COMRàdio), i s'hi poden afegir al voltant d'un centenar d'emissores de signe divers (associatives, culturals, pirates, educatives, etc.). Les emissores de COMRàdio són 120 consorciades, i 100 en té d'associades la Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya (108 i 96, el 2006).

D'altra banda, en l'àmbit privat, existien fins a octubre de 2003 94 freqüències en FM i 12 en OM fins que va aparèixer el pla pilot. Ja llavors,¹⁸ l'octubre de 2004, les freqüències que no formaven part de cap cadena eren: Segre Ràdio, que tenia dues freqüències a Lleida, vinculades al diari lleidatà *Segre*; Ràdio Aran; Ràdio Marina, de Blanes, i Ràdio Club 25, que comptava amb una freqüència a Terrassa (i que va ser comprada per Blas Herrero el 2007 per emetre-hi Kiss FM). El pla pilot havia permès el naixement de tres petites cadenes musicals locals: Styl FM, que partia de la freqüència que, a Manresa, estava associada a Flaix FM, i que va llogar aquesta freqüència manresana perquè s'escoltés Radio Intereconomía (quan ja havia abandonat Flaix FM i s'havia convertit en Styl FM); Gum FM, que partia de les emissores que el grup Catalana i Aranese de Telecomunicacions va tenir associades a Ona Catalana de la Vall d'Aran i l'Alta Ribagorça, i Pròxima FM, del grup andorrà R7P (que va comprar la freqüència de la Seu d'Urgell a Ràdio Valira). A més a més, després que el grup Prisa comprés Ona Catalana (2005), algunes de les emissores que hi van estar associades van preferir quedar-se com independents, amb programació pròpia. Aquest va ser el cas de Ràdio Vic (comprada el desembre de 2005 per Osona Comarca de Mitjans de Comunicació), Ràdio Olot, Imagina Ràdio (de l'empresa editora de *La Veu de l'Ebre*, projecte iniciat a principis de 2006) o Ràdio Ripoll (tot i que passa algun programa d'Ona FM) i l'esmentada Gum FM (amb dues freqüències).

17. Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*.

18. Vegeu el capítol "La ràdio" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*.

Taula 4. Diaris, setmanaris i quinzenals gratuïts locals i comarcals (2006-2008)

Capçalera	Empresa	Periodicitat	Distribució		Diferència
			2006	2007-2008	
<i>Més Tarragona Reus Costa Dauada</i>	Tamediaxa, SA	Diari		26.589	
<i>Aquí</i>	Editorial Baix Camp, SL	Diari	21.821	17.248	-20,9%
<i>Bon dia Lleida</i>	Bon dia Lleida, SL	Diari	20.000	14.387	-28%
<i>Punt de Venda^A</i>	Promoc. i distrib. Premsa, SL	Setmanal	95.798	150.448	56,80%
<i>Flash (6 edicions)^B</i>	Dis Flash	Setmanal	150.907	125.322	-16,95%
<i>El Mercat de...^C</i>	Anuntis Segundamano, SL	Setmanal	111.000	104.791	-5,50%
<i>Claxon...^D</i>	Anuntis Segundamano, SL	Setmanal	80.000	68.655	-14,20%
<i>Claxon...^D</i>	Anuntis Segundamano, SL	Quinzenal	78.000	76.649	-1,70%
<i>Aquí</i>	Aquimas Multimedia, SL	Setmanal	75.000	74.881	=
<i>El Pregó de...^E</i>	Publicity Newspaper, SLU	Setmanal	69.000	67.007	-2,90%
<i>El Pregó de...^E</i>	Publicity Newspaper, SLU	Quinzenal		14.765	
<i>Revenda (Girona)</i>	Anuntis Segundamano, SL	Setmanal	55.000	53.509	-2,70%
<i>Tribuna Maresme</i>	Gram Pres, SL	Setmanal	30.000	34.732	15,70%
<i>Cap Gros</i>	Cap Gros	Setmanal	32.000	32.028	=
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	El Tot Mataró, SL	Setmanal	32.000	32.019	=
<i>Cafè & Llet</i>	Nou Paper Editors, SL	Setmanal	23.000	20.813	-9,50%
<i>Guiaosona.net</i>	Osona Comarca de Mitjans De Comunicació, SL	Setmanal	30.000	31.701	5,60%
<i>La Fura</i>	Penedès Edicions, SL	Setmanal	27.226	27.477	0,90%
<i>Sabadell Press</i>	Sabadell Comunicació, SL	Setmanal	25.000	25.000	=
<i>No t'ho perdís (Andorra)</i>	La Veu del Poble, SL	Setmanal	24.000	24.000	=
<i>El Tot Badalona, Montgat, Tiana</i>	Subirats & Subirats Editors, SL	Setmanal	23.000	23.000	=
<i>Reclam Osona-Rip.-Selva</i>	Reclam Publicitari, SL	Setmanal	23.147	22.439	-3%
<i>Calaix de Sastre (Penedès i Garraf)</i>	Calaix de Sastre	Setmanal	21.500	21.500	=
<i>Tot Sant Cugat</i>	Premsa Local Sant Cugat, SL	Setmanal	20.025	22.143	10,50%
<i>La Clau (Maresme)</i>	La Clau	Setmanal	20.000	20.000	=

^A *Punt de Venda* té dues edicions: Comarques gironines (77.093), que engloba dues subedicions (Gironès, Selva i Pla de l'Estany, d'una banda; i Alt i Baix Empordà, Garrotxa i Ripollès, de l'altra), i Comarques meridionals (73.356), que engloba també dues subedicions (Reus i Tarragona). Les tres edicions que abans s'editaven a les comarques de Barcelona han deixat de funcionar.

^B *Flash* té 6 edicions, una menys que el 2006 (difusions de 2007): Barcelonès Nord (20.426 exemplars), Gironès-Empordà-Costa Brava (22.049), Vallès Occidental (26.879), Vallès Oriental (17.566), Alt Maresme i Selva (16.886) i Mataró i Baix Maresme (21.516).

^C *El Mercat de...* ha mantingut 3 edicions territorials amb control de PGD: Lleida (42.453), Girona (35.052) i Terrassa (27.286). No hi ha constància de l'edició de Sant Boi.

^D *Claxon* ha mantingut dues edicions setmanals (distribució de 2006 i 2007-2008): Tarragona (50.000 i 43.932) i Vilanova (30.000 i 24.723), abans denominada Garraf-Penedès; i dues edicions quinzenals: les de Lleida (48.000 i 45.622) i Manresa (30.000 i 31.027).

^E *El Pregó* ha mantingut les tres edicions vallesanes (distribució de 2006 i 2007-2008): la de Sabadell (25.000 i 23.774), la de Terrassa (22.000 i 21.232) i la del Vallès (22.000 i 22.001). Es constata un canvi en l'empresa editora: abans, Editors de Revistes Gratuïtes; ara, Publicity Newspapers, SLU, que ha decidit editar una edició quinzenal: *El Pregó de Cerdanyola*.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD-PGD i de l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG).

Taula 5. Nombre de freqüències de ràdio local pública a Catalunya (2008)

Emissores	OM	FM	Totals
Municipals	1 (COM) ^A	261	262
Altres ^B		100	100

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

^B Les emissores qualificades d'altres són iniciatives radiofòniques de signe divers (associatives de tota mena i lliures/pirates, així com algunes educatives). Estrictament, no són emissores públiques perquè darrere sol haver-hi una associació (o un centre educatiu). Ara bé, a les que anomenem associatives o culturals no les guia l'ànim de lucre i poden rebre subvencions públiques. Insistim que la terminologia varia i elles mateixes poden autodenominar-se de formes diverses.

Font: Elaboració pròpia a partir dels capítols "La ràdio" i "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*; emissores localitzades a Guia de la Radio [En línia]: <<http://www.guiadelaradio.com>>; contacte personal amb COMEmissores i la Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya; Ministerio de Industria, Turismo y Comercio [En línia]: <<http://www.mityc.es/Telecomunicaciones/Secciones/Espectro/Radio/1-Frecuencias/2FrecuenciaModulada/>> [Consultes: octubre de 2008]. Les xifres poden variar una mica perquè sempre hi ha algunes petites emissores municipals que tenen greus problemes econòmics i/o tècnics que sovint les obliguen a tancar.

Així doncs, en el moment de la concessió de les freqüències derivades del Reial Decret 964/2006, hi havia a Catalunya 95¹⁹ emissores privades en FM i 12 en OM. A partir de la nova concessió, el sector radiofònic privat català passa a tenir 178 freqüències en FM i segueix amb les 12 OM de sempre. El repartiment fet pel CAC el novembre de 2008 va concedir 83 freqüències, 17 de les quals van anar a parar a cadenes d'àmbit estatal; 48, a cadenes, més o menys grans, d'àmbit estrictament autonòmic català, i 18 a l'àmbit estrictament local²⁰ (vegeu la taula 6).

Taula 6. Freqüències d'FM aconseguides per operadors locals privats i nombre total per concessionari (novembre de 2008)

Empresa	Freqüències atorgades	Localitat	Passa a tenir-ne
Ràdio Marina	1	Calella	2
La seva llar el seu món	1	Manresa-Bufalvent	1
Edicions Intercomarcals (<i>Regió 7</i>)	1	Manresa-Bufalvent	1
Publicacions Penedès (<i>El 3 de viuit</i>)	1	Sant Pere de Ribes-Mongròs	1
Metropolitana Audiovisuals	1	Terrassa-Martines	1
Prensa d'Osona (<i>El 9 Nou</i>)	1	Vic-Tavèrnoles	1
D-9 Comunicació (TV Costa Brava)	1	Castell d'Aro	1
Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat	1	Girona-Rocacorba	1
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió (Ràdio Valira)	1	Puigcerdà-Tossa l'Alp	1
Mola TV	1	Puigcerdà-Tossa l'Alp	1
Grupo Simalro (<i>Bon dia</i>)	1	Lleida-Alpicat	1
La Veu de l'Ebre (Imagina Ràdio)	1	Tortosa-Coll Redó	2
Ràdio Terraferma (Segre Ràdio)	3	Lleida-Alpicat, Sort-Tornafort i Vielha-Eth Aro	4
Llegeix, Escriu i Escolta (<i>La Mañana</i>)	3	Sort-Escobedo, Vall de Boí i Vielha-Eth Aro	3

Font: Elaboració pròpia a partir de la llista oficial d'adjudicataris extreta del CAC [En línia]: <<http://www.cac.cat/web/apartatscomuns/destacats/detall.jsp?ODI%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9hcGFydGF0c2NvbXVucy9kZlXN0YWNhdHMvZGV0YWxzQ29udGVudA%3D%3D&Mjc%3D>> [Consulta: novembre de 2008].

No han aconseguit cap nova freqüència ni Styl FM ni Gum FM, i això les deixa en una situació prou delicada, donat que les freqüències del pla pilot que tenien han anat a parar a altres mans. Styl FM només es nodria d'elles, donat que la freqüència que ja tenia abans del pla pilot la va llogar a Radio Intereconomía. D'altra banda, l'empresa gestora de Gum FM té dues freqüències també anteriors al pla pilot que havien estat associades a Ona Catalana, però perd totes les altres.

Entre els guanyadors, trobem empreses que ja tenien experiència en el mitjà (unes més que altres), com Ràdio Marina, Ràdio Valira,²¹ Segre Ràdio i Imagina Ràdio. Per la banda dels nouvinguts, empreses de premsa i/o televisió que disposen també de llicència per a la TDT local, com ara Edicions Intercomarcals, Publicacions Penedès o Premsa d'Osona.²² Sembla, doncs, que podem parlar d'una certa revifada de l'àmbit radiofònic local privat, però caldrà estar amatents i veure com evoluciona.

3.3. La televisió: avenços lents en la transició digital

Com en el bienni anterior, la televisió local (TVL) catalana es troba en mig del procés de transició cap a la TDT. Aquest pas comporta una transformació que durant el bienni ja s'ha deixat sentir en l'estructura del sector amb la desaparició d'operadors històrics, la transformació d'altres i el naixement d'emissores que ja emeten solament en digital.

19. La diferència entre les xifres que citem (94 i 95 emissores existents en FM abans d'aquest nou procés concessional) es remunta a quan el govern central va aprovar un increment de freqüències en FM per a gestió indirecta l'any 1997. De les 39 emissores que sortirien a concurs el 1998, 17 eren llicències de freqüències ja existents que caducaven. El 4 de maig de 1999, el govern català va aprovar l'adjudicació de 33 concessions i en va deixar pendents 6 (5 que ja existien i una de nova) que havien de ser sotmeses, segons deia la Generalitat, a una anàlisi tècnica. Aquesta nova és la que, en el temps en què no va ser adjudicada, marca la diferència numèrica que apuntem.

20. No hi inclouem les 3 que va guanyar Ens de Comunicacions, SL, (Ràdio Principat) perquè les ha tingudes associades a Ràdio Estel.

21. A dir veritat, Ràdio Valira ja no emet al Principat: a la seva freqüència de la Seu d'Urgell ara s'hi pot escoltar Onda Rambla-Punto Radio.

22. Vegeu, en aquest mateix informe, l'apartat 3.5, "Concentració empresarial i multimèdia: els grups de proximitat els anys dos mil".

3.3.1. El sector analògic: emissions en difusió simultània i resistents de l'era analògica

El novembre de 2008 emetien a Catalunya 118 televisions analògiques locals (vegeu la taula 7), de les quals 66 eren privades i 50 públiques. A més, n'hi ha 2 que tenen accionistes privats i públics. El nombre és lleugerament menor a les 123 de 2006 i confirma la tendència al tancament d'emissores analògiques detectada llavors (vegeu la taula 7).

Entre les analògiques es troben tres grups de televisions. D'una banda, emissores que van guanyar concessió de TDT i emeten en règim de difusió simultània fins l'apagada analògica. D'altra banda, un grup majoritari format per televisions que han obtingut la concessió però encara no han encès en digital. Finalment, un grup de televisions que no van aconseguir una freqüència digital i que mantenen les emissions malgrat tot.

La transició a la TDT canvia l'estructura del sector amb la desaparició d'operadors històrics, la transformació d'altres i el naixement de noves emissores digitals

Taula 7. Distribució de les TVL analògiques per comarques i demarcacions provincials (2002-2008)

Comarca	TVL 2002	TVL 2004	TVL 2006	TVL 2008
<i>Demarcació de Barcelona</i>	66	81	77	73
Alt Penedès	3	3	3	3
Anoia	7	6	7	6
Bages	7	7	6	5
Baix Llobregat	8	9	9	8
Barcelonès	7	15	17	18
Berguedà	5	5	5	5
Garraf	4	4	2	2
Maresme	6	7	7	7
Osona	4	5	4	4
Vallès Occidental	6	9	8	8
Vallès Oriental	9	11	9	7
<i>Demarcació de Lleida</i>	4	6	7	7
Alt Urgell	0	1	1	1
Segrià	3	4	5	5
Solsonès	1	1	1	1
<i>Demarcació de Tarragona</i>	22	23	22	22
Baix Camp	5	5	6	6
Baix Ebre	3	3	3	3
Baix Penedès	1	1	1	1
Montsià	5	5	4	4
Priorat	1	1	1	1
Ribera d'Ebre	5	6	5	5
Tarragonès	1	1	1	1
Terra Alta	1	1	1	1
<i>Demarcació de Girona</i>	16	18	17	16
Alt Empordà	3	3	3	3
Baix Empordà	3	3	3	2
Garrotxa	1	1	1	1
Gironès	2	2	2	2
Pla de l'Estany	1	2	2	2
Ripollès	2	2	2	2
Selva	4	5	4	4
Total	108	128	123	118

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

En aquest sentit, la reducció de 5 televisions entre 2008 i 2006 es deu, en bona mesura, a la desaparició de 6 TVL privades i 3 públiques que han deixat d'emetre, bé perquè no han obtingut concessió, en el primer cas; bé perquè els seus ajuntaments s'han integrat als consorcis digitals i han tancat les TVL analògiques, en el segon. De fet, el 2008 el Govern de la Generalitat ha adreçat un requeriment de cessament d'emissions a 25 gestors de televisions per l'ocupació sense títol habilitant de 27 freqüències. D'aquests, 3 han cessat les emissions.

Un quart les va aturar per un canal però va tornar a arrencar amb una freqüència diferent. Entre les TVL que han estat requerides n'hi ha de molt diferents, com la pionera RTV Cardedeu, històriques com l'associativa TV Vilassar o privades com TV Ulldecona. També n'hi ha que emeten sobretot porno i/o tarot, com Telemàgik, Canal 53 TV o Teletrébol, totes tres a l'àrea de Barcelona.²³

3.3.2. El sector digital terrestre: un fenomen poc estès

El desembre de 2008, el sector de la TDT-L està format per 25 televisions, 4 de públiques i 21 de privades, que representen el 26,9% de les 93 televisions digitals terrestres locals amb concessió a Catalunya (vegeu la taula 8). Aquesta xifra, però, pot variar al llarg de 2009, ja que el grup Prisa ha anunciat el tancament de totes les emissores de la xarxa Localia TV de les quals és soci majoritari. És el cas en què es troben les 3 que gestiona Collserola Audiovisual a les demarcacions de Barcelona, Cornellà i Granollers.²⁴ Aquestes 21 privades són el 37,5% de les 56 que s'han de posar en marxa. És entre les públiques on hi ha més televisions pendents d'engegar: solament 4 de les 37 que s'han de crear estan emetent, tot just un 10,8%.

Taula 8. Operadors de TDT-L amb emissions (desembre de 2008)

Titularitat	Demarcació	Concessionari	Nom Comercial
Pública			
	Barcelona	Ajuntament de Barcelona	Barcelona TV
		Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat	Televisió de L'Hospitalet
		Ajuntament de Badalona	Televisió de Badalona
	Mataró	Consorci digital Mataró-Maresme	Maresme Digital TV
Privada			
	Barcelona	Avista Televisió de Barcelona, SL	Urbe TV
		Smile Advertising, SL	Canal Català Barcelona
		Gibson Time, SL	25 TV
		Collserola Audiovisual, SL	Localia
Cornellà		ETV-Llobregat TV, SL	ETV-Llobregat TV
		Collserola Audiovisual, SL	Localia
		Justo Molinero Calero	TeleTaxi TV
Girona		Televisió de Girona, SL	TV Girona
		Dracvisió, SL	Canal Català Girona Pla
Mataró		Col·lectiu de Mitjans Audiovisual de Mataró	Televisió de Mataró
		Wai Entertainment, SL, i Vallès Serveis de Televisió, SL (UTE)	Canal Català Maresme
Olot		Televisió del Ripollès, SL	Televisió del Ripollès
		Olot Televisió, SL	Olot televisió
Reus		Associació Amics del Mare Nostrum Televisió i Tarraco Visió, SL	Canal Català Reus
		Iniciatives de Televisió, SL	Canal Reus Televisió
Tarragona		Tarraco Visió, SL	Canal Català Tarragona
		CAT 4 TV, SL	Canal 4
		Justo Molinero Calero	TeleTaxi TV
Vic		Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Canal Taronja Osona
		Produccions de la Llum, SL	Canal Català Osona
		Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	El 9 TV

Font: Elaboració pròpia a partir de dades facilitades per la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya.

24. Font: PRISA: "Localia TV cesa en su actividad" [En línia]: <<http://www.prisa.com/sala-prensa/notas-prensa/noticia/276/localia-tv-cesa-en-su-actividad/>> [Consulta: desembre de 2008].

Les raons de l'estancament dels consorcis van de l'elevat cost de la TDT-L a la falta de tradició en televisió pública a zones del país, passant pels desencontres entre ajuntaments o la falta d'interès dels consistoris implicats (GUIMERÀ;

SANMARTÍN; ALBORCH, 2008). De tota manera, un dels principals problemes per l'engegada és la falta del projecte tècnic que cada múltiplex necessita per emetre. Dels 24 que ha d'aprovar el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, solament 13 han rebut el vistiplau i 8 estan encesos²⁵ (vegeu la taula 8). Així mateix, la crisi econòmica general que afecta Catalunya i el conjunt de l'Estat el 2008 està contribuint a l'estancament de la TDT al Principat, com mostra el mateix cas de Localia.

3.3.3. Un fenomen emergent: la televisió local difosa per web

A més de la implantació de la TDT, el bienni 2007-2008 també ha vist un creixement notable d'un fenomen que va prenent força: l'emissió de continguts audiovisuals locals –normalment amb format de programa televisiu– a través de webs.

El 2008, concessionaris públics de TDT, com l'Ajuntament de Barcelona o el Consorci Teledigital Mataró-Maresme i concessionaris privats, com TV Girona, Canal Català Osona o Canal Reus TV, ofereixen part dels seus programes a través dels seus webs i/o del portal YouTube. Així mateix, alguns ajuntaments amb televisió històrica que ha d'integrar-se en un consorci, com ara Matadepera, Maçanet de la Selva o les Franqueses del Vallès, també han optat per obrir aquesta finestra d'emissió. També consistoris que fins ara no havien fet televisió, com el del Prat de Llobregat, han engegat un canal. Aquesta tecnologia també ha permès el naixement d'iniciatives privades de proximitat, com Tramuntana TV a l'Empordà o Teveon a les Terres de l'Ebre i el nord de Castelló.

Es tracta d'un fenomen encara en conformació i molt complex, ja que hi conflueixen actors de molt diversa natura i és difícil preveure'n la implantació a curt termini, tant en termes d'oferta com de consum. En tot cas, s'ha de considerar com una nova forma de televisió local que contribueix a augmentar la complexitat d'un fenomen històricament heterogeni com és la TVL catalana.

3.3.4. L'associacionisme televisiu català:

un fenomen també en redefinició

Al mateix temps que es transforma l'estructura, també canvien les formes d'associació entre televisions. El 2007 es va fundar l'Associació Catalana de Concessionaris de TDT Local (ACCTDTL), que el novembre de 2008 integra 40 empreses que gestionen 46 concessions (el 86,8% de les 56 privades catalanes).²⁶ D'altra banda, un grup de 10 empreses concessionàries no vinculades a grans grups de comunicació van crear l'associació Televisions Digitals Independents (TDI). Així mateix, un grup de 20 televisions públiques catalanes van fundar a primers de 2008 la Coordinadora de Televisions Locals Públiques.²⁷ En canvi, la pionera Federació Pro Legalització de les Televisions Locals de Catalunya (nascuda el 1985 i refundada els anys dos mil com a Televisions Locals de Catalunya-TLC) es va dissoldre el juny de 2008.

Els canvis també estan afectant l'intercanvi de continguts, que els anys dos mil s'havia basat en les dues grans xarxes públiques, la XTVL i Comunicàlia, i a partir de 2005 en Canal Català TV, amb un format més propi de cadena. El 2008, les associades a TDI van formar l'associació d'interès econòmic Televisions Digitals de Proximitat, que té per objectiu l'intercanvi i la coproducció. Al seu torn, les cinc privades associades TVlocal.cat han començat a compartir continguts. D'altra banda, la XTVL està redefinint el seu model i se centrarà en les televisions públiques, tot i que sense deixar de col·laborar amb televisions privades.

25. Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya. Comunicació personal, novembre de 2008.

26. Font: ASSOCIACIÓ CATALANA DE CONCESSIONARIS DE TDT LOCAL (ACCTDTL): "Socis". Barcelona: ACCTDTL. [Text mecanoscrit].

27. Xavier Abelló, president de la Coordinadora de Televisions Públiques Locals. Comunicació personal, desembre de 2008.

La creació de xarxes locals i comarcals de blocs ha fet augmentar el volum d'informació i opinió disponible a Internet sobre l'actualitat més pròxima

3.4. Internet: consolidació amb incertesa

El bienni 2007-2008 ha estat molt intens en la creació de nous projectes de mitjans digitals locals, comparat amb períodes anteriors, però acaba amb l'ombra de la crisi econòmica planant sobre un sector que encara no està plenament consolidat i en el qual moltes empreses periodístiques de proximitat segueixen sense dissenyar una estratègia decidida de producció de continguts per a Internet. L'increment dels ajuts del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat i iniciatives de cooperació entre mitjans són dos dels factors més destacables en l'evolució del periodisme digital local. En paral·lel, la creació de xarxes locals i comarcals de blocs ha fet augmentar de forma exponencial el volum d'informació i opinió disponible a Internet sobre l'actualitat política i social més pròxima.

El bienni anterior²⁸ ja es van observar crides fetes per diferents actors del sector per la cooperació com a estratègia de consolidació dels mitjans digitals locals. L'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG) ha donat passes decidides en aquesta direcció, amb la creació d'una "Àrea Digital" que acull webs informatius gratuïts, tant si són purament digitals com si estan vinculats a mitjans tradicionals. Entre la trentena de socis digitals incorporats des del desembre de 2007 hi ha principalment edicions web de publicacions gratuïtes ja associades a l'ACPG, però també de revistes de pagament, com *Revista Cambrils*; de televisions locals, com la de Sant Cugat, i nous mitjans, com ElDebat.cat o Crònica.cat. L'ACPG ofereix al seus socis l'ús gratuït d'un sistema de gestió de continguts desenvolupat per la revista *Capgròs* de Mataró per tal de facilitar al màxim la incorporació a Internet.

El fet que el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura finalment no hagi incorporat dades d'audiència de mitjans digitals impedeix que es visualitzi el pes real que tenen en el consum d'informació a la Xarxa. Mentre que les publicacions impreses han pogut corroborar el seu lideratge en molts territoris, els mitjans digitals segueixen patint una certa invisibilitat que els afecta especialment per captar publicitat generalista. L'ACPG treballa com a central de compres per als mitjans digitals socis, de la mateixa manera que ho fa pels impresos, per mirar de compensar aquesta mancança. Però la gran batalla dels mitjans digitals de proximitat és fer-se amb el mercat publicitari de la seva àrea geogràfica. Diversos directores de mitjans locals van coincidir a apuntar²⁹ que la crisi econòmica farà que els classificats passin de forma definitiva a Internet en els propers anys i consideraven que esdevenir referent de la informació a Internet d'una comarca o ciutat era l'estratègia clau per aconseguir uns ingressos que permetin consolidar qualsevol projecte digital.

El 2007 les subvencions de la Generalitat de Catalunya als mitjans digitals locals van augmentar considerablement respecte al 2006 (vegeu la taula 1), i durant el 2008 es van estabilitzar. Les subvencions han propiciat l'aparició de nous webs informatius, vinculats a publicacions impreses, com *Vivre als Pirineus*, o a mitjans audiovisuals, com e-digital.cat (iniciativa d'Esplugues Televisió), o purament digitals, com DiariMaresme.com.

Altres novetats locals a la Xarxa que no han rebut ajuts de la Generalitat són Gironainfo.cat, que s'afegeix als portals comarcals del Grup Nació Digital; Cugat.cat, el portal multimèdia de Ràdio Sant Cugat, gestionat per una redacció integrada que també produeix vídeo; ReusDigital.cat, impulsat per dos veterans periodistes locals, i AnoiaDiari.cat, un diari purament digital creat l'octubre de 2008. També destaca l'aposta de mitjans d'abast nacional per crear edicions de

27. Xavier Abelló, president de la Coordinadora de Televisions Públiques Locals. Comunicació personal, desembre de 2008.

28. Vegeu el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*.

29. En trobades com Infolocal (Terrassa, 18 de novembre de 2008) i les Jornades de Comunicació (Reus, 24-28 de novembre).

proximitat: laMalla.cat va posar en marxa una secció en aranès, mentre que el diari *Avui* va crear ATerrassa.cat en paral·lel al gratuït imprès bisetmanal.

Si el 2005 va ser l'any de l'eclosió dels blocs a Catalunya i el 2006 el de la consolidació del fenomen, entre el 2007 i el 2008 els diaris digitals personals s'han anat articulant al voltant de xarxes locals que funcionen com a veritables comunitats de debat. Inspirats en el concepte *catosfera*, proposat per l'escriptor Toni Ibàñez per referir-se al conjunt de blocs en català,³⁰ moltes d'aquestes xarxes tenen com a centre neuràlgic un web (Bagesfera.cat, Penedesfera.cat) que ofereix una llista dels blocs de la ciutat o la comarca i acostuma a destacar els articles més recentment publicats. En la vintena de comunitats existents hi ha més de 4.000 blocs indexats (vegeu la taula 9).

No tots els blocs publiquen exclusivament sobre temes locals, però la voluntat d'afegir-se a les blocosferes locals genera dinàmiques de relació que arrelen els seus autors a un referent geogràfic molt concret en un context com Internet que és de difusió global per definició. Aquest sentiment de pertinença local es reforça amb les diverses trobades fora de la Xarxa que la majoria de blocosferes locals han organitzat.³¹ La relació entre les comunitats blocaires locals i els mitjans digitals de la mateixa àrea geogràfica aparenta ser molt intensa, ja que els blocaires són participants actius en els espais de debat i comentari de les notícies dels webs informatius.³²

Taula 9. Comunitats blocaires comarcals i locals a Catalunya (2008)

Comarcals	Adreça web	Nombre de blocs
Comarques tarragonines	Blocs.tinet.cat	542
Terres de l'Ebre	Ebresfera.cat	393
Vegueria del Penedès	Penedesfera.cat	391
Camp de Tarragona	Blogs.del.camp.googlepages.com	255
Osona	Osonosfera.cat	249
Maresme	Maresmesfera.blogspot.com	266
Pirineus	Blocairesdelpirineu.com	101
Bages	Bagesfera.cat	70
Comarques gironines	Girosfera.net	46
Anoia	Anoiadiari.cat/anoiасfera	41
Vallès Oriental	Vallesfera.org	10
<i>Total</i>		2.364
Locals		
Arenys de Mar	Arenyautes.cat	454
Terrassa	Blocs.terrassa.com	367
Mataró	Capgros.com/weblogs	210
Sant Boi	Xarxasantboiana.cat	208
Cerdanyola del Vallès	Blocsdecerdanyola.com	132
Rubí	Rubiplanet.org	117
Vila de Gràcia	Blocs.gracianet.cat	93
Tarragona	Indexdelatarracosfera.blogspot.com	75
Calella	Llopassfera.blogspot.com	42
Horta-Guinardó	Hortaguinaldo.org	37
<i>Total</i>		1.735

Font: Elaboració pròpia a partir dels directoris disponibles als webs llistats.

30. El concepte és una adaptació de l'anglès *blogosphere*. Va ser proposat inicialment el 2005 al bloc Tros de Quòniam [En línia]: <http://trosdequoniam.blogspot.com/2005/01/qualitat_06.html> [Consulta: desembre de 2008].

31. DOMINGO, D. (2008): "Creix la catosfera" [En línia]. Barcelona: Comunicacio21.com. <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=10458> [Consulta: desembre de 2008].

32. Cal recerca més sistemàtica sobre aquesta relació per entendre fins a quin punt els blocs condicionen l'agenda mediàtica local.

3.5. Concentració empresarial i multimèdia: els grups de proximitat els anys dos mil³³

Un dels fenòmens que ha caracteritzat la comunicació local des de finals dels anys noranta és la progressiva aparició, i consolidació, de diverses formes de concentració que han donat lloc a grups multimèdia privats que anomenarem de proximitat: gestionen diversos mitjans en un mateix o en diferents territoris i han convertit els continguts locals difosos en diferents suports en la clau del seu model de negoci. El procés de concessió de la TDT-L privada tancat el 2006 i el concurs d'FM de 2008 han fet, però, que els darrers tres anys s'hagi accelerat aquesta tendència, al mateix temps que han permès la consolidació dels projectes més antics.

Probablement, el cas paradigmàtic és el Grup Segre.³⁴ Nascut al voltant de Prensa Leridana, SA, editora de *Segre*, els anys noranta ja va entrar a la ràdio amb Segre Ràdio. El 2001 entra en la TVL analògica i, arran del concurs de la TDT-L, es consolida com un dels grans operadors de Catalunya, en aconseguir 4 concessions que li permeten cobrir tot Lleida. El 2006 entra en la premsa gratuïta amb un edició local del diari *ADN* i el 2008 es consolida en la ràdio ampliant de 2 a 3 les freqüències d'FM.

Els anys dos mil, aquest model es reproduïx en altres llocs. Edicions Intercomarcals, editora de *Regió 7* i en mans d'Editorial Prensa Ibèrica des de 2006, entra primer en la TVL analògica, obté una concessió de TDT el 2006 i el 2008 n'obté una d'FM. Exactament el mateix procés segueixen Premsa d'Osona (editora d'*El 9 Nou*) i Publicacions Penedès (*El 3 de vuit*), tant pel que fa a la televisió com a la ràdio. Una mica diferent és el cas de La Veu de l'Ebre, SL, que entra primer en la ràdio i després accedeix a la TDT-L sense haver passat per la televisió analògica.

Hi ha actors, però, que han tingut problemes per consolidar un projecte multimèdia. A mig camí del procés de diversificació es queda Diari de Girona, SL (en mans d'Editorial Prensa Ibèrica), en obtenir solament una concessió de TDT-L a Palafrugell i no assolir cap emissora d'FM el 2008. També queda curt el grup editor de *La Mañana* de Lleida, que va obtenir una freqüència d'FM el 2008 però no en va aconseguir de TDT, cosa que deixa la seva televisió analògica sense gaires sortides legals per poder continuar emetent. D'altra banda, el Grup 100% Comunicació ha tancat algunes de les publicacions *Més* que tenia a Catalunya i té problemes per mantenir les emissions d'algunes de les seves televisions, com Canal Català Ebre, que va aturar emissions la primavera de 2008.

La comunicació local, però, presenta processos de concentració poc freqüents, com ara la concentració horitzontal de televisions o l'expansió cap a altres mitjans des de l'audiovisual i no pas des de la premsa, com ha estat històricament el més habitual a nivell nacional, estatal i internacional. Així, Vallès Serveis de Televisió, SL, presenta la major concentració de TDT-L al Principat (participa en l'accionariat de 7 concessionàries) i és la matriu de Canal Català TV. Des del negoci televisiu s'ha estès cap a la premsa (és accionista de l'editora d'*A Sabadell+* i *A Terrassa+*) i ha intentat entrar en el sector radiofònic amb Sensació FM, que va presentar 83 sol·licituds al concurs d'FM de 2008 sense aconseguir-ne cap.

També es diversifiquen des de la televisió D-9 Comunicació (propietària de TV Costa Brava i amb una concessió d'FM obtinguda el 2008). Mola TV, Esplugues TV i CAT 4 TV ho fan compartint accionariat en empreses de ràdio. Les dues primeres tenen concessió de TDT des del 2006 i participen en Metropolitana Audiovisual, que ha obtingut una concessió d'FM el 2008. Al seu torn, Esplugues

33. El gruix d'aquest apartat es basa en els resultats de recerca obtinguts en l'elaboració de les quatre edicions anteriors de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*. Per a més detall en el procés de diversificació, vegeu els capítols titulats "La comunicació local" d'aquestes edicions.

34. Font: GRUP SEGRE: "Qui som" [En línia]: <<http://www.segre.com/index.php?id=277>> [Consulta: desembre de 2008].

TV i CAT 4 TV (propietat d'Antoni Llorens, del grup Lauren) participen en l'accionariat d'Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat (ECAP), que també ha obtingut una concessió d'FM. Aquestes tres empreses de televisió, al seu torn, formen part de la xarxa Televisions Digitals Independents de Proximitat.

Des de la ràdio han diversificat la seva activitat empreses com el Grup Taelus (primer, ràdio; després, premsa; finalment, televisió) o el Grup TLB (primer, ràdio, amb Styl FM; després, televisió; en tercer lloc, premsa), tots dos des de Manresa i tots dos amb concessions de TDT el 2006 i d'FM el 2008, en el primer cas. També ho va fer els anys dos mil Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió. Comunicacions del Ripollès (Corisa) ja havia desenvolupat aquest model a finals dels noranta provinent de la ràdio.³⁵

En tot cas, sembla clar que a partir de 2005, i especialment a partir de 2008, no es pot explicar la comunicació local catalana sense fer referència als grups multimèdia de proximitat i les diverses formes de concentració observades. En aquest sentit, el sector ha canviat substancialment des dels primers anys dos mil, quan les formes de concentració eren escasses i els grups multimèdia es reduïen a casos gairebé aïllats.³⁶

4. Consum de mitjans de comunicació locals

L'aparició de les primeres dades de consum de mitjans de comunicació del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura ha aportat un primer coneixement sobre l'audiència de mitjans locals a totes les comarques de Catalunya. Les dades disponibles, que es basen en enquestes de record de consum del dia anterior, ens permeten observar quins mitjans locals tenen major audiència al Principat.

Les dades sobre consum de premsa ofertes pel Baròmetre (vegeu la taula 10) indiquen que la de pagament, de qualsevol periodicitat, gaudeix de més lectors per exemplar que la premsa gratuïta. Els bisetmanals *Hora Nova* i *El 9 Nou* lideren aquesta classificació amb 10 i 9 lectors per exemplar, respectivament, seguits per *Diari de Tarragona*, *La Mañana* i *Diari de Terrassa*, que en tenen 8. Amb 7 lectors per exemplar se situen *Segre*, *Diari de Sabadell* i el setmanari *El 3 de Vuit*, seguits per *El Punt* (6,5), *Diari de Girona* (6) i *Regió 7* (5,5).

Entre els setmanaris, *Diari de Vilanova* (6 lectors per número), *Setmanari de l'Alt Empordà* (5,5) i *Revista del Vallès* (5) s'acosten als consums de la premsa diària. La premsa gratuïta es mou entre els 3 lectors per exemplar del *Tot Cerdanyola* i els 2,5 de *Reclam Osona Ripollès*, fins a les dades de *Punt de Venda* (comarques gironines), que equilibra exemplars i lectors. La resta de publicacions només tenen 1,5 o 2 lectors per exemplar, fins i tot els diaris. Una interpretació plausible seria que les enquestes prioritzen la memòria del consum de premsa informativa convencional i molt menys la comercial o de serveis.

Durant els anys 2007 i 2008, a 25 comarques catalanes no consta que s'escolti cap emissora de ràdio local, ni pública ni privada.³⁷ Només de 5 emissores en surten dades els dos anys estudiats, i tenim dades d'un sol any d'11 emissores més (1 del 2007; la resta, del 2008). Com es pot observar a la taula 11, l'estudi del Baròmetre detecta un major consum de mitjans locals per província durant el 2008 (destaca el cas de Lleida, que gairebé quadruplica l'audiència). Per àmbits, a la província de Barcelona, d'un total de 3, hi ha 2 emissores públiques i 1 de privada (si bé Grama Ràdio és gestionada per l'empresa de Justo Molinero); a Girona, ambdues són privades; a Lleida, de 4, 3 són privades; i a Tarragona, totes 6 emissores són públiques.

El Baròmetre ha aportat per primera vegada dades específiques sobre l'audiència de mitjans locals a totes les comarques de Catalunya

35. Font: CORISA [En línia]: <<http://www.radioripoll.com>> [Consulta: desembre de 2008].

36. Sobre les formes de concentració els primers anys dos mil, vegeu, especialment, el capítol "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2000*.

37. Per elaborar aquest apartat, s'han considerat ràdios locals les ràdios municipals, en l'àmbit públic, i aquelles que no pertanyen a cap cadena estatal o autonòmica, en l'àmbit privat. Tot i que alguna d'aquestes estava constituïda com a petita cadena, com és el cas de Gum FM, l'arrelament al territori ha pesat en el moment de triar-la. En aquest sentit, doncs, les dades no tenen en compte si l'oient estava escoltant alguna desconnexió local o l'emissió en cadena d'una emissora determinada.

Taula 10. Lectors de diaris, bisetmanals i setmanaris locals i comarcals (2007-2008)

Capçalera	Empresa	Periodicitat		Lectors 2007	Lectors 2008
<i>El Punt</i> ^A (Girona)	Hermes Comunicacions, SA	Diari	Pagament	154.000	136.000
<i>El 9 Nou</i> ^B	Prensa d'Osona, SA	Bisetmanal	Pagament	108.000	117.000
<i>Diari de Tarragona</i>	Promicsa	Diari	Pagament	90.000	103.000
<i>Segre</i> ^C (Lleida)	Diari Segre, SL	Diari	Pagament	96.000	95.000
<i>La Fura</i> (Vilafranca)	Penedès Edicions, SL	Setmanari	Gratuït	70.000	81.000
<i>Punt de Venda</i> (comarques gironines)	Hermes Comunicacions, SA	Setmanari	Gratuït	74.000	71.000
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	El Tot Mataró, SL	Setmanari	Gratuït	66.000	67.000
<i>Capgròs Mataró i Maresme</i>	Capgròs Mataró i Maresme	Setmanari	Gratuït	65.000	62.000
<i>Reclam Osona Ripollès</i>	Reclam Publicitari, SL	Setmanari	Gratuït	54.000	56.000
<i>Diari de Girona</i>	Diari de Girona, SA	Diari	Pagament	49.000	50.000
<i>Revista del Vallès</i> (Granollers)	Tarafa Editora de Publicacions, SL	Setmanari	Pagament	53.000	47.000
<i>Regió 7</i> (Manresa)	Edicions Intercomarcals, SA	Diari	Pagament	58.000	46.000
<i>La Mañana</i> (Lleida)	Prensa d'Osona, SA	Diari	Pagament	49.000	41.000
<i>Diari de Terrassa</i>	Julián Sanz Soria, SL	Diari	Pagament	53.000	41.000
<i>Diari de Vilanova</i>	Edicions del Garraf, SL	Setmanari	Pagament	38.000	39.000
<i>Diari de Sabadell</i>	Vallesana de Publicacions, SA	Diari	Pagament	34.000	36.000
<i>Més Tarragona</i>	Tamediaxa, SA	Diari	Gratuït	25.000	36.000
<i>Tot Cerdanyola</i>	Tot Cerdanyola, SL	Setmanari	Gratuït	24.000	35.000
<i>Bon Dia Lleida</i>	Bon Dia Lleida, SL	Diari	Gratuït		31.000
<i>El 3 de Vuit</i> (Vilafranca del Penedès)	Publicacions Penedès, SA	Setmanari	Pagament	25.000	30.000
<i>Cafè & llet</i> (Maresme)	Noupaper Editors, SL	Setmanari	Gratuït		29.000
<i>El Cargol Magaz. del Penedès</i>	El Cargol Publicacions, SL	Setmanari	Gratuït	24.000	28.000
<i>Més Ebre</i> (Tortosa)	Comunicació Efectiva Ebre, SL	Bisetmanal	Gratuït	14.000	25.000
<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	Editorial L'Empordà, SLU	Setmanari	Pagament	19.000	25.000
<i>Més! Osona</i> (Vic)	Gratuït El Més! Osona, SL	Setmanari	Gratuït	25.000	22.000
<i>La Veu de l'Ebre</i>	La Veu de l'Ebre, SL	Setmanari	Pagament	14.000	21.000
<i>Hora Nova</i> (Figueres)	Noves Edicions Altempordaneses, SLU	Bisetmanal	Pagament	12.000	20.000

^A Edicions del diari *El Punt*: Girona, Tarragona i Barcelona (dividida en cinc edicions).

^B Edicions del periòdic bisetmanal *El 9 Nou*: Osona i Ripollès, i Vallès Oriental.

^C Edicions del diari *Segre* en català i en castellà.

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Taula 11. Audiència de la ràdio local per províncies (2007-2008)^A

Emissores	Barcelona		Girona		Lleida		Tarragona	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Segre Ràdio					4	10		
Gum FM						7		
Èxits FM						6		
Gram Ràdio		6						
R. Olot				5				
R. Marina			6	4				
R. El Vendrell								4
R. Igualada		4						
Tarragona Ràdio							5	3
Styl FM	5	2						
Ràdio Ràpita								3
Ràdio Flix							2	2
Ràdio Tarrega					2			
L'Espluga Ràdio								1
Ràdio Falset								1
TOTAL	5	12	6	9	6	23	7	14

^A Dades en milers d'oients, de dilluns a diumenge.

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Les xifres de consum de TVL posen de manifest que les televisions que obtenen una audiència acumulada diària més gran estan ubicades a comarques de fora de l'àrea metropolitana de Barcelona. Així mateix, les quatre televisions amb major audiència mitjana no tenen competència a les comarques on obtenen les millors dades. En aquest sentit, també crida l'atenció que les sis restants tampoc tenen competència o en tenen ben poca (tot just una altra televisió local a la comarca). Pel que fa a la titularitat, solament Vilafranca TV és pública, mentre que la resta són de titularitat privada o mixta (com el cas d'Olot TV) (vegeu la taula 12).

Taula 12. TVL catalanes amb major audiència acumulada comarcal (2007-2008)

Televisió	Comarca	Audiència acumulada 2007	Audiència acumulada 2008
TV Ripollès	Ripollès	20,9%	23,8%
Pirineus TV	Cerdanya	0,5%	15,7%
Pirineus TV	Alt Urgell	26,6%	15,0%
Olot TV	Garrotxa	11,0%	13,0%
Lleida TV	Segrià	6,6%	12,0%
Canal Reus TV	Baix Camp	3,4%	7,2%
TV Girona	Gironès	3,0%	7,2%
Lleida TV	Pla d'Urgell	0,3%	6,3%
Lleida TV	Garrigues	1,4%	5,1%
Vilafranca TV	Alt Penedès	s.d.	5,0%

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Anys naturals 2007 i 2008.

Finalment, i en termes generals, també es pot afirmar que totes 10 televisions aposten per oferir programació de proximitat i no n'hi ha cap de vinculada a les grans xarxes privades de televisió estatals –Localia o Punto TV, l'antiga xarxa de Vocento– o catalana –Canal Català TV. En canvi gairebé totes estan vinculades o ho estaven en el moment a què es refereixen les dades a una de les dues xarxes públiques catalanes (XTVL i Comunicàlia). Al seu torn, les tres primeres són membres de TDI.

En el cas d'Internet, l'única referència disponible sobre consums de mitjans digitals són els controls de l'OJD³⁸ (vegeu la taula 13). Entre els vuit mitjans locals que disposen de mesurament de les audiències hi ha una gran disparitat de xifres, que no necessàriament tenen relació amb les dimensions del públic objectiu de les publicacions. El cas més evident és el dels webs de Barcelona TV i Diari de Barcelona, tots dos mitjans públics del mateix àmbit geogràfic.

Taula 13. Audiències de mitjans digitals locals (2007-2008)^A

	Desembre 2007	Desembre 2008
Diari de Girona	n.d.	93.155
Osona.com	34.906	36.171
Barcelona TV	28.615	36.889
Regió 7	n.d.	31.080
Lleida.com	n.d.	20.973
L'Empordà	n.d.	13.838
Més Osona	5.217	7.299
Diari de Barcelona	6.483	6.606

^A Usuaris únics mensuals.

Font: OJD Interactiva.

38. Per a una explicació més detallada, vegeu el capítol "Internet" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*.

Pel que fa a la presència del català als mitjans, es detecten situacions ambivalents en la televisió local, mentre que a Internet es reforça

5. La llengua als mitjans locals

El català ha estat històricament un dels trets distintius de la comunicació local, i les dades recollides apunten que continua sent així en el bienni 2007-2008. De tota manera, es detecten situacions ambivalents en la televisió local, mentre que en els tres altres mitjans la presència es manté, si no es reforça, com en el cas d'Internet.

Els indicis recollits aporten dades contradictòries sobre la presència del català a la televisió local catalana. D'una banda, el tancament de Mira'm TV o TV Mollet-Xat TV apunten a una reducció del castellà a l'àrea metropolitana, ja que emetien habitualment en castellà. En la mateixa línia, la reducció de programes de teledevinació (emesos en castellà) pot haver comportat una reducció a l'àrea metropolitana de Barcelona i també a la de Tarragona, on operen les televisions que més n'emeten (TeleTaxi TV, Canal Català TV, 25 TV, TV Igualada, urBe TV, Localia TV). En aquesta línia, cal veure com es resol el tancament de Localia TV i el seu impacte sobre la presència del castellà. La reducció trenca la tendència dels anys dos mil, quan es va donar un creixement constant del castellà lligat a la creació d'emissores vinculades a grups espanyols (GUIMERA, 2007).

D'altra banda, la vinculació de les emissores del grup Taelus de les demarcacions Igualada, Manresa i Vic a Localia ha permès una major penetració de programació en castellà a zones on fins ara era molt minoritària. Així mateix, el 2007, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va obrir expedients sancionadors a 17 operadors per no haver acreditat el compliment de les quotes de català el segon semestre de 2006, dels quals tres van acabar en sanció.³⁹

Pel que fa a la ràdio local, l'ampla majoria de les emissores municipals empra el català, sobretot si connecten amb COMRàdio, però també és cert que ha calgut recordar-ho i promoure-ho, tal com consta al *Llibre Blanc* ("eina vehicular i integradora" que han d'utilitzar aquestes ràdios). Català també és el que se sent a les emissores privades locals Ràdio Vic, Ràdio Olot, Ràdio Ripoll, Imagina Ràdio, Segre Ràdio, Gum FM i Styl FM. En aquest sentit, cal veure com afectarà a la presència del català a la ràdio local la posada en marxa de les noves concessions d'FM i, en especial, en els casos de les obtingudes pels actors locals.

Internet, d'altra banda, és un espai on l'ús del català en l'àmbit local està plenament normalitzat i és la llengua per defecte en la totalitat de mitjans digitals professionals. La creació de xarxes de blocs locals i comarcals accentua la preeminència del català entre els internautes més actius, els que publiquen continguts. En les múltiples comunitats de blocs (vegeu la taula 9) un dels trets comuns és l'ús del català com a llengua vehicular: en la majoria de xarxes més del 90% dels blocs són escrits en català. Això no implica que no hi hagi blocs que viuen en aquests territoris i que s'expressen en altres llengües, però les seves temàtiques i connexions no estan tan vinculades al món local.

Pel que fa a la premsa, el manteniment de les opcions lingüístiques de la gran majoria de les publicacions segueix sent una constant fins el 2008. Les capçaleres diàries que van optar per l'ús del castellà, tant a l'àrea metropolitana de Barcelona (*Diari de Terrassa* i *Diari de Sabadell*) com a les comarques tarragonines (*Diari de Tarragona*), segueixen defensant que els hàbits de lectura són difícils de canviar. Tanmateix, a les comarques de Lleida, la difusió de les dues edicions de *Segre* s'ha capgirat segons les dades de l'OJD fins a mitjan 2008. L'edició en català constata una difusió diària de 6.752 exemplars, mentre que la castellana ha baixat fins els 6.436.

39. Cal tenir present que aquestes sancions són per no aportar les dades que permetin al CAC verificar el compliment de les quotes, no pas per no haver-les complert. Font: CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA: "Llengua i cultura catalana i aranesa" [En línia]. <<http://www.cac.cat/web/actuacions/index.jsp?NzQ%3D&MQ%3D%3D&L3diYi9hY3R1YWNpb25zL2xsaXN0YXRDb250ZW50&MTA%3D>> [Consulta: novembre de 2008].

Pel que fa a la premsa gratuïta, les dades de les publicacions integrades a l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta constaten la progressió de les publicacions que opten pel català, tot i que es manté un percentatge significatiu (al voltant d'un 30%) que manté un volum de continguts en castellà que va del 10 al 50%. Aquestes publicacions, moltes d'elles mensuals, es concentren a comarques metropolitanes, com el Vallès Occidental i el Baix Llobregat, a més del Barcelonès i el Maresme.

6. Conclusions

Els anys 2007 i 2008 s'han donat una sèrie de moviments, tant en el camp de les polítiques públiques de comunicació local com entre els actors del sector, que semblen orientats a establir les bases sobre les quals s'ha de fonamentar el sistema comunicatiu local del Principat els propers anys.

Certament, les accions en el camp de les polítiques (tant del Govern de la Generalitat com del CAC i de les administracions locals) semblen fixar el marc normatiu que ha de regir, en especial, els mitjans audiovisuals. Així mateix, l'extensió de la banda ampla promoguda sobretot per algunes administracions locals i la implantació de la TDT amb l'impuls de la Generalitat busquen la universalització d'aquests serveis.

La resolució dels concursos d'FM sembla reforçar una de les línies encetades en la resolució del concurs de TDT de 2006, que buscava explícitament la creació de grups de comunicació catalans. En aquest sentit, l'obtenció de concessions de TDT, d'FM el 2008 i els eventuals ajuts econòmics rebuts en el bienni estudiat poden ser determinants en la consolidació de les empreses i, en especial, la tendència a esdevenir grups multimèdia. El bienni 2007-2008, de fet, es pot considerar el del naixement de nous grups d'aquest tipus i la consolidació d'altres ja existents.

Així doncs, els anys considerats en aquest informe poden esdevenir clau en la (re)configuració a curt termini del sistema comunicatiu local. Primer, perquè s'estan fixant les regles legals que han de regir el sistema audiovisual. Després, perquè estan naixent nous grups empresarials cridats a tenir un paper rellevant en aquest nou escenari.

7. Referències

FEDERACIÓ DE RÀDIOS LOCALS DE CATALUNYA (2008): *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública* [En línia]. Barcelona: Federació de Ràdios Locals de Catalunya.

<http://www.radiolocal.cat/pub2/livre_blanc/Llibre_blanc.pdf> [Consulta: octubre de 2008].

GUIMERÀ I ORTS, J. À. (2007): *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2006)* [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Televisi_Local_Catalunya_XIX_Premis_CAC.pdf> [Consulta: desembre de 2008].

GUIMERÀ I ORTS, J. À.; SANMARTÍN, J.; ALBORCH, F. (2008): *Televisions públiques locals i migració a la TDT. Segona Fase*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB). [Text mecanografiat].