

AGRAÏMENTS

Vull donar les gràcies a totes aquelles persones que han posat el seu granet de sorra per poder realitzar aquest treball: a Lluís Costa, tutor del treball, per les correccions pertinents i la gran ajuda. A Manel Rius, director de Televisió Costa Brava i a Lluïsa Martínez, directora de gestió i màrqueting de la televisió. També vull agrair l'ajuda que em va proporcionar Miquel Figueras, antic director de Televisió Palamós i a les noies de l'Arxiu Municipal de Palamós. Per últim vull donar les gràcies a la meva família, tant de sang com política, per recolzar-me en tot moment.

ÍNDEX DE CONTINGUTS

Hipòtesi/Plantejament del treball	2
Metodologia	5
Introducció	7
- Els orígens de la premsa a Catalunya	7
- La comunicació de proximitat: Què és i com va néixer?	9
La comunicació local de Palamós	
1. Antecedents històrics: la premsa escrita	12
- Els orígens	12
- La transició democràtica	20
- Del 2000 fins l'actualitat: la premsa escrita es va apagant a Palamós	22
2. L'època de l'audiovisual	23
- La ràdio i la televisió, nous mitjans de proximitat a Palamós	23
- Un parèntesi: entenem la història i evolució de les TVL	24
- TV Palamós, una realitat del passat	28
3. Radiografia de l'actualitat	31
- La iniciativa pública	
- Ràdio Palamós, el mitjà local més important	31
- La pàgina web oficial de l'Ajuntament de Palamós	32
- Revista del Baix Empordà, la revista cultural de casa nostra	33
Televisió Costa Brava: La imatge al servei de la Comunicació Local	
- Història i evolució	36
- Primeres emissions i l'aposta pel directe	36
- La cobertura: de l'àmbit local al comarcal	37
- Un pas important, de l'analògic al digital	38
- Les fonts de finançament de les televisions locals catalanes	42
- El cas de TVCB	43
- Internet, un món frenètic i canviant	45
- El telespectador a partir dels índex d'audiència	46
Opinió pública i comunicació local	
- Resultats de les enquestes: L'hora de la veritat	50
- Conclusions de les enquestes: Què he descobert?	57
Conclusions	59
Annex	62
Bibliografia	69

HIPÒTESI/PLANTEJAMENT DEL TREBALL

Comunicar és una de les meves passions. Des de fa molts anys tinc clar que el meu futur ha de girar al voltant de l'escriptura i la comunicació. Per aquesta raó, ja fa quatre anys, vaig triar estudiar el grau de Comunicació Cultural i, per aquesta raó, he escollit finalitzar aquesta etapa centrant-me en allò que de veritat m'interessa: la comunicació de proximitat.

Em vull centrar a fer un estudi sobre la comunicació de proximitat perquè crec que és una de les menys valorades, però alhora una de les més necessàries. Necessitem saber què passa a casa nostra, però no només al nostre país, sinó què passa al poble on vivim i, fins i tot, què passa al carrer de casa. Perquè això és el que els grans mitjans no ens donen. En pocs minuts podem saber el que acaba de passar a l'altra punta del món, però en canvi no coneixem que al barri del costat s'està construint un centre de dia per persones amb discapacitat. Aquí és on penso que falla el model de comunicació global, perquè està molt bé saber novetats de l'altre continent pocs minuts després que passin, però crec que, primer, és més important conèixer què passa a casa.

És per aquesta raó que crec que aquesta comunicació tant realista i imprescindible ha de créixer i només podrà fer-ho si tots hi posem el granet de sorra. Els mitjans locals lluiten dia a dia per sobreviure en un món on la comunicació s'ha convertit en la principal guerra. Per altra banda, els grans mitjans competeixen per ser capdavanters en donar les millors primícies que parlen de qualsevol punt del món i s'obliden que, abans que res, hem de conèixer la nostra actualitat més immediata. Per això crec que si tots ens esforcem, si tots posem més interès en saber què li passa al nostre veí tindrem la oportunitat de conèixer al cent per cent les novetats de tot el que ens envolta. Amb això em refereixo a que, si enlloc de conformar-nos a posar el telenotícies d'un gran mitjà ens interessem també per saber què expliquen els mitjans locals, serem capaços de conèixer què passa tant aquí, a casa, com allà, a fora.

Després d'aquesta breu introducció la única cosa que vull deixar clara és que aquest treball està pensat especialment per donar èmfasi a la feina que han dut fins ara i duen a terme diàriament els mitjans de proximitat i, més en concret, els mitjans del poble de Palamós i les televisions locals.

L'objectiu principal és recercar i estudiar els orígens i l'evolució tant històrica com social de la comunicació per tal d'aconseguir una visió general del periodisme palamosí. La finalitat és poder conèixer de manera senzilla algunes de les publicacions més importants i emblemàtiques que han nascut, continuat o desaparegut al llarg del temps a Palamós. Així podrem fer-nos una petita idea del que ha significat la comunicació local en les diferents èpoques escollides al meu municipi.

D'aquesta manera coneixerem la història de la comunicació local a Catalunya partint d'un cas concret, Palamós. I alhora centrarem l'interès en la història de les televisions locals de Catalunya des que van néixer fins l'actualitat i aprofundirem amb una d'elles per veure com se les empenca per donar als televidents allò que volen i també per intentar expandir-se i guanyar nous públics cada dia.

Les motivacions que m'han portat a confeccionar aquest treball han estat principalment dues. D'una banda, el fet de ser palamosina i voler conèixer i deixar constància de la història del meu poble, doncs com a bona palamosina que sóc, m'agradaria que aquesta recerca i el camí recorregut fos practicable per d'altres, és a dir, que d'altres el puguin recórrer darrere meu i puguin valorar l'interès del recorregut i dels resultats obtinguts, i si és el cas, millorar-lo.

D'altra banda, el fet d'haver fet les pràctiques pertinents al grau a TV Costa Brava que treballa per la comunicació local de Palamós, entre molts d'altres pobles, m'ha despertat l'interès de saber més coses sobre aquesta televisió local, per aquesta raó li he dedicat un capítol a part, ja que m'interessa el món de la comunicació de proximitat i, en concret, el de la televisió.

METODOLOGIA

Pel que fa a l'estructura del treball, l'he dividit en tres grans apartats. Per una banda, faré una breu introducció sobre què és la comunicació local i què ha significat per Catalunya. Després, en el primer apartat, em centraré en el cas local de Palamós, el meu poble, i veurem com ha anat evolucionant la comunicació des de la primera publicació escrita fins a l'actualitat, passant per l'època de l'audiovisual i les noves tecnologies. A partir d'aquí coneixerem els mitjans locals que han format i formen part de la comunicació local de Palamós. Aquest apartat és un dels més importants del treball i pretén ser un document informatiu sobre la premsa local del municipi de Palamós.

La segona part del treball ens endinsa en el món d'un mitjà de comunicació local de Palamós: Televisió Costa Brava. Una televisió local privada del Baix Empordà que, com totes les altres teles i mitjans locals, s'esforça per competir en un món difícil. Aquesta, és un mitjà privat que treballa per Palamós des de fa molts anys i que està consolidat com a un mitjà de comunicació més de Palamós. En aquest apartat entendrem de quina manera funciona una televisió local i, entre d'altres coses, quines són les seves fonts de finançament, com va ser el canvi al TDT o com s'ho han fet per sobreviure amb la revolució d'Internet i les xarxes socials. També faré una lectura aprofundida de l'últim estudi d'índex d'audiència de TV Costa Brava i així coneixerem quin és el *target*¹ de població d'aquest mitjà local que treballa pels pobles de la Costa Brava centre. Així, coneixerem la història i evolució de TV Costa Brava i descobrirem l'exemple de superació i ganes de tirar endavant tot i viure moments tan difícils com l'actual crisi econòmica amb les retallades de les subvencions i la davallada de la publicitat.

Per arribar fins aquí faré un estudi dels orígens i antecedents de les televisions locals de Catalunya, amb els quals coneixerem la història i evolució de la comunicació de proximitat de les televisions locals. Doncs sense entendre el context del tema no serà possible entendre la segona part del treball.

Per últim veurem els resultats de l'enquesta popular que he realitzat a peu de carrer per conèixer si els ciutadans i ciutadanes de Palamós estan molt vinculats o no amb la

¹ Paraula provinent de l'anglès que fa referència al públic destinatari, en aquest cas, d'un mitjà de comunicació.

comunicació local del municipi. L'enquesta està feta a partir del model de mostreig probabilístic aleatori simple i hi ha participat cent palamosins i palamosines.

Per a fer possible aquesta recerca el primer que vaig haver de fer va ser adreçar-me a l'espai de l'Arxiu Municipal de Palamós on he pogut recopilar gran part de la informació necessària pel treball. L'hemeroteca de l'Arxiu ha estat la font principal d'informació de l'apartat del treball en què parlo de la comunicació local de Palamós, ja que tots els documents que he consultat són propietat del poble i, per tant, la gran majoria no es poden trobar enlloc més. Per a complementar-ho i, sobretot, per tenir les imatges que tot seguit veureu al treball, també he utilitzat l'eina que em va facilitar en Lluís Costa: la pàgina web del Ministeri de Cultura anomenada Biblioteca Virtual de Premsa Històrica en la qual he trobat les còpies d'algunes de les publicacions més importants de Palamós de tots els temps. Així doncs, puc dir que he consultat les publicacions tant en persona i amb les meves pròpies mans com des de l'ordinador de manera virtual.

Les noves tecnologies i Internet m'han servit per a estudiar la pàgina web de Ràdio Palamós, en la qual hi he trobat tota la informació necessària per a dur a terme el treball i el web de l'Ajuntament que he inserit en l'apartat de l'esquema actual local. Internet també m'ha servit per consultar les pàgines web de la Generalitat i alguns documents en PDF com el del Consell Audiovisual Català d'on gairebé he tret tota la informació sobre la història de la comunicació local a Catalunya i sobre les televisions locals.

Pel que fa al marc teòric he llegit i consultat alguns llibres de referència que parlen sobre la comunicació local, tant en àmbit general com més particular, en el cas de Palamós. M'han servit de gran ajuda ja que m'han donat una visió sobre el tema que desconeixia i m'han situat en aquest. Els trobarem tots citats a la bibliografia.

Una altra font d'informació molt important han estat les fonts orals. A partir de les entrevistes que he fet a Manel Rius, director de Televisió Costa Brava, i a Lluïsa Martínez, directora de la gestió i publicitat de la televisió, he pogut redactar i entendre tota la història de TVCB², des dels seus inicis fins a l'actualitat. Miquel Figueras, l'antic director

² Sigles de Televisió Costa Brava

de Televisió Palamós, també em va proporcionar tota la informació necessària per completar la història de la televisió local de Palamós.

Les enquestes també m'han ajudat a traçar el treball, ja que estudiant els resultats he entès quina és la visió que té el poble de Palamós vers la comunicació local i m'he pogut fer una idea dels índex d'audiència que tenen els mitjans de Palamós.

INTRODUCCIÓ

Els orígens de la premsa a Catalunya

Abans d'aprofundir en el tema principal del treball que és la comunicació local, crec que és necessari fer un repàs dels antecedents i orígens de la premsa catalana per posar-nos en situació i entendre el context.

Al llarg del segle XIX, la premsa catalana es va convertir en un mitjà de comunicació de masses amb la proliferació de capçaleres. Aquestes, però, no van ser les primeres publicacions que es van fer a Catalunya, doncs tenim mostres que ja al segle XV, just després de la invenció de la impremta va haver-hi una proliferació dels correus informatius durant el segle següent. Com que el comerç de Catalunya s'estenia per tot el Mediterrani, va sorgir la necessitat de conèixer què passava a altres territoris i, en aquest moment, va ser quan es van començar a redactar articles que informaven sobre esdeveniments polítics o econòmics d'arreu del món.

Entre els anys 1890 i 1920 es va concebre el que coneixem com l'edat d'or de la premsa catalana, ja que durant aquest període es van consolidar els diaris que adoptaven els conceptes moderns d'objectivitat i imparcialitat. Doncs va ser entre 1920 i 1930 quan a Catalunya existien mig centenar de diaris en una desena de ciutats com Girona, Tarragona o Lleida.

El fenomen general de la premsa regional i provincial com a complement dels grans diaris nacionals, que havia estat desplegat als principals països europeus al darrer quart del segle XIX, té la particularitat catalana d'un mercat propi i autosuficient. Però tot això no va trigar gaire temps en canviar amb l'arribada de les tropes franquistes a Espanya. El franquisme va reprimir, suprimir i es va apropiat de la premsa local i de la gran majoria dels periòdics comarcals, com també de la identitat del poble català. El règim va crear

una premsa basada en la desinformació i les mentides i va passar a publicar només un diari per comarca.

Després de la dictadura, a finals dels anys setanta amb la transició i l'arribada de la democràcia, la comunicació local a Catalunya va anar canviant progressivament. Va ser un procés de transformació política i social que va afavorir que els ciutadans participessin en la vida pública i reivindicessin la llibertat d'expressió que tants anys havien tingut prohibida. Les bones expectatives de futur van afavorir el naixement de nous canals de comunicació.

En aquell moment hi havia una gran voluntat popular de fer comunicació amb la llengua pròpia: el català, que havia estat més de quaranta anys reprimat, però les iniciatives periodístiques populars es diluïen per falta de finançament o per manca de professionalitat. Entre la dècada de 1975 i 1985, va haver-hi una recuperació i el primer creixement de la premsa comarcal catalana just en el moment en què la premsa diària de Barcelona patia una profunda crisi econòmica i estructural. L'arribada de la tecnologia va provocar que molts diaris no tinguessin diners per innovar i, per tant, haguessin de tancar.

Tot això va fer un tomb quan l'any 1978, després d'uns anys de progrés i bones expectatives però també algunes caigudes, la xarxa de comunicació local de Catalunya va obtenir un complement important: les Ràdios Lliures. A partir de l'any 79, gràcies al decret que els va donar llibertat i amb l'ajuda dels ajuntaments democràtics, les ràdios van començar a elaborar els seus propis informatius. Les emissores sorgien amb pocs recursos econòmics però amb moltes ganes d'incidir en la societat del moment.

Va ser a principis de la dècada dels vuitanta quan van néixer les primeres televisions locals que, com els altres mitjans, tenien la necessitat d'oferir una realitat més propera al ciutadà i, per tant, tancar els forats que les grans televisions nacionals no cobrien.

D'aquesta manera, durant els anys vuitanta es consolidava la comunicació local que provava que la informació de proximitat tenia un pes específic molt gran en la societat catalana.

La comunicació de proximitat: Què és i com va néixer?

La creació d'uns mitjans que donessin a la societat una comunicació de proximitat va fer-se totalment necessària en el moment en què els grans mitjans de comunicació nacionals només aportaven informacions generalistes i regides per la universalitat. D'aquesta manera creixien amb força els canals de comunicació local amb l'objectiu de crear una informació basada amb l'aproximació entre el públic, el territori i el periodista. Així, van sorgir una gran quantitat de col·lectius, associacions i, fins i tot, persones soles que, amb la única voluntat d'apostar per la comunicació local del seu poble, es van atrevir a muntar un mitjà. Aquest és el cas de molts dels mitjans de comunicació local que tenim avui dia a Catalunya i, en concret, també el de Televisió Costa Brava. Una televisió que va començar amb l'empenta de quatre joves voluntaris amb ganes d'informar als ciutadans dels seus municipis i que més endavant, en el treball, veurem la seva estructura històrica i funcional.

Aquesta forta vocació comarcal i de proximitat és la que caracteritza la tradició periodística catalana. Després de la dictadura va néixer en els catalans unes ganes immenses d'expressar allò que sentien i, per tant, també de voler-ho donar a conèixer als demés. Així va ser com es va començar a escriure la història de la comunicació de proximitat de Catalunya que ja té gairebé mig segle de vida. Des de l'arribada de la democràcia a l'estat espanyol, la comunicació local ha esdevingut un actor social i comunicatiu de gran importància a Catalunya ja que ha donat la oportunitat als ciutadans de poder participar en la comunicació dels seus pobles, per tant, ha aconseguit una major pluralitat de veus en un mateix mitjà.

Els mitjans de comunicació de proximitat treballen amb la intenció d'ajudar a la societat a conèixer el dia a dia del seu municipi i dels municipis veïns. Perquè en els últims temps, la globalització ha fet que sapiguem més coses del que passa a fora que al nostre poble. Per explicar això, m'agradaria destacar una frase que diu el doctor Lluís Costa al seu llibre *La comunicació local* i, que ell mateix, ho defineix com la major contradicció de la humanitat: "tenir notícia d'allò que passa a l'altre cantó del planeta de forma instantània, mentre que som incapaços de saber què preocupa el nostre veí; acostumem a tenir moltes dificultats per conèixer la realitat més propera, la del nostre territori, la

del nostre àmbit més quotidià”³. I tots aquests conceptes esmentats a la frase són els que la comunicació local més treballa.

Els mitjans de comunicació local són un instrument d’expressió ideal per donar a conèixer una gran part de sectors de la societat que mai abans havien tingut la oportunitat de comunicar-se en algun mitjà. Les televisions de proximitat garanteixen que aquells territoris i col·lectius d’àmbit local puguin ser presents als mitjans de comunicació audiovisual. D’aquesta manera es donen a conèixer moltes associacions, grups o petits col·lectius locals que mai s’haurien pogut lluir davant un mitjà de grans dimensions.

Un dels trets que per mi són més rellevants i que caracteritzen la comunicació local és que aquesta treballa amb un objectiu clar: la proximitat. És per aquesta raó que, tot i que en les últimes dues dècades del segle XX s’hagi debilitat per culpa de la globalització, amb les noves tecnologies i Internet que han fet que es deixés enrere la tradicional relació entre emissor i receptor i han donat pas a una nova manera d’entendre i consumir la comunicació, la comunicació local segueix tenint gran protagonisme ja que la premsa comarcal, a banda de fer una funció complementària de la premsa general, té una relació directa amb el territori i, per tant, és capaç de conèixer-lo a fons socialment i políticament. Aquesta comunicació local és la base de la societat local.

Les bases de la naturalesa de la premsa de proximitat són que treballa amb una dimensió petita, és a dir, treballa arrelada al seu territori més proper, al seu poble o, com a molt, als pobles veïns o de la comarca. D’aquesta manera la informació local només fa referència a uns continguts que afecten de manera especial als ciutadans d’aquest territori i que estan definits en termes socials, culturals i geogràfics. A més, la proximitat del públic és la clau de l’èxit, el públic no només fa la funció de públic com a tal sinó que al mateix temps pot ésser protagonista de la notícia, ja sigui perquè és un testimoni, perquè té la oportunitat de donar la seva opinió, etc. Per tant, dóna la oportunitat perquè les veus petites també puguin participar i, per tant, és una informació més descentralitzada, més diversificada. Per això mateix la comunicació de proximitat té una funció social i cultural, perquè els periodistes que hi treballen tenen una relació directa

³ Fragment extret textualment del llibre *La comunicació local* de Lluís Costa

tant amb el territori, com amb les persones i les tradicions i són capaços d'arribar més enllà de donar simple informació generalitzada.

La comunicació local es basa en una informació que, per sobre de tot, dóna servei i és directa i propera al ciutadà. Aquests trets són els que busca el públic de la comunicació local: informació precisa que detalli i concreti el que ha passat al poble, sense ser necessària una visió més generalista o una amplitud panoràmica ja que l'àmbit de recepció també es concret.

En aquest moment és quan ens adonem que entre els mitjans locals i els grans mitjans hi ha algunes diferències importants. Com he dit, el mitjà local té un públic molt definit i, per tant, la seva feina és satisfer a aquest públic amb la informació local que demana. En canvi, els grans mitjans han d'atendre a públics més universals, per tant, també han de donar una informació més generalitzada i una visió del món més àmplia.

Aquestes diferències, però, no haurien de fer-nos pensar que la informació local i la informació general són com el blanc i el negre, sinó tot el contrari. Al meu entendre, els conceptes de local i global són totalment complementaris ja que junts donen al ciutadà el total de la informació que necessita saber. Per una banda, veient un mitjà global el ciutadà pot conèixer allò que passa al seu país i també al món sencer i, per altra banda, essent receptor d'un mitjà local completarà la informació coneixent allò que passa al seu poble, és a dir, al seu àmbit més quotidià.

És per aquesta raó que en el món en què vivim, el millor és poder "pensar localment i actuar globalment" com bé afirma Lluís Costa a *La comunicació local*. El concepte "glocalització"⁴ és la fórmula que dóna sentit a la comunicació actual. La societat digital ha representat un element molt valuós per al desenvolupament de la comunicació local perquè li ha permès tenir accés a les dades que, fins el moment, només podia accedir-hi la comunicació global. D'aquesta manera el concepte local ha evolucionat i avui, el comunicador no només ha de centrar-se en termes locals sinó que el millor és que sàpiga relacionar aquesta informació local amb contextos més amplis i, per tant, tingui la capacitat d'interrelacionar conceptes locals amb conceptes generals.

⁴ Concepte extret del llibre *La comunicació local* de Lluís Costa

L'arribada de les noves tecnologies, sobretot en les últimes dècades del segle XX, va fer que la comunicació en general hagués de reinventar-se. Internet, com he explicat més amunt, ha sigut de gran ajuda pels mitjans de comunicació local que han tingut la oportunitat d'expandir-se, però també ha afectat aquesta comunicació ja que amb les noves tecnologies el protagonisme de la comunicació més propera va, gairebé, desaparèixer.

D'aquesta manera sabem que les noves tecnologies han afectat el periodisme en tots els àmbits de comunicació, tant general com local. I tant en l'obtenció d'informació com en la difusió d'aquesta. La possibilitat que qualsevol persona pugui rebre i emetre informació desvirtua la imatge tradicional del procés de la comunicació. Per aquesta raó avui més que mai el periodisme ha de lluitar per no perdre l'essència que el defineix.

Internet està provocant uns canvis socials i d'hàbits de consum de la informació. Avui dia, la relació clàssica emissor-receptor s'ha transformat, el receptor esdevé indispensable com a partícip de la comunicació local a les xarxes. En el procés de globalització, la comunicació local s'aferra a seguir donant continguts socials i culturals propis d'un territori perquè és la única manera de desmarcar-se de tot allò que la comunicació global equipara. D'aquesta manera la comunicació local dins el context global representa, en l'època de les noves tecnologies, la vertebració i la conservació de les identitats locals i nacionals.

LA COMUNICACIÓ LOCAL A PALAMÓS

1. Antecedents històrics: la premsa escrita

Una vegada hem entès què és la comunicació local i quina és la seva història a Catalunya, crec que és moment d'entrar a veure el cas concret de Palamós i conèixer, així, un cas local de comunicació de proximitat. Per no perdre el fil, aquest apartat del treball està dividit en tres capítols i, cadascun d'ells, inclou diferents èpoques. En la primera època s'hi inclou des de l'origen de la comunicació local de Palamós, l'any 1883, fins l'any 1939, és a dir, el final de la Guerra Civil Espanyola. La segona fase històrica s'emmarca en els anys de la transició democràtica, entre el 1975 i el 2000 i, la tercera, recull l'actualitat, del 2000 fins avui. A cada apartat he inserit les publicacions de Palamós dins el context històric, tant de Catalunya com d'Espanya, al que pertanyen.

Els orígens

Des dels seus orígens la premsa palamosina ha intentat reflectir de manera verídica i des de diversos punts de vista la realitat de cada moment. Així doncs, amb més o menys intensitat depenent del mitjà comunicador, s'ha anat construint una crònica de la realitat en cada situació històrica que avarca totes les transformacions que ha patit Palamós. A més, cal remarcar que sempre ho ha fet intentant que les publicacions fossin formals i pròximes als ciutadans ja que aquest és el principal objectiu de la premsa local.

Tot i que no és possible conèixer totes les publicacions que s'han dut a terme durant la història de la premsa palamosina, des de la primera fins la última, podem estar orgullosos del que disposem en l'inventari ja que les capçaleres conegudes ens ofereixen un ampli ventall de models i orientacions que es poden agrupar en cinc blocs diferenciats: literaris, d'informació general, satírics, obreristes i òrgans d'entitats amb projecció ciutadana. Així, a Palamós comptem amb un patrimoni documental de gran valor i insubstituïble que serveix per a l'estudi de la vida local.

Per conèixer l'origen de la primera publicació redactada a Palamós i per Palamós, ens hem de remuntar a l'any 1883. El *Semanario de Palamós* va ser el primer diari il·lustrat del municipi i amb ell es va iniciar una rica tradició periodística que compta ja amb més d'un segle d'existència.



Imatge: Publicació núm. 1, 4/10/1883

Font: Web Ministerio de Cultura

El *Semanario de Palamós*, patrocinat per l'escriptor i polític Narcís Pagès i Prats, es va constituir com a defensor i portaveu de la companyia del tren petit. Era un setmanari en llengua castellana redactat per voluntaris de Palamós que aportava notícies referents al poble i també informació de les poblacions veïnes de la comarca. Dins d'aquest, i en un context on el port de Palamós era l'eina de treball del municipi més preuada, hi havia un apartat que parlava dels vaixells de mercaderies que havien entrat i sortit del port durant la setmana. Un altre apartat, per exemple, parlava dels naixements i les defuncions setmanals del poble. Aquest primer diari il·lustrat de la població es publicava cada dijous amb un preu de venda de 50 pessetes. Una part de la subvenció d'aquest era a partir d'anuncis i comunicats, la gran majoria d'ells de comerciants que anunciaven els seus productes, però sobretot remeis farmacèutics per a tot tipus de malalties, a més de molts anuncis de doctors del poble i rodalies.

A banda del noticiari setmanal, anomenat 'La gacetilla', el *Semanario* tenia un apartat de poesia i un d'art, en el qual s'exposava un gravat antic i es feia una crítica d'aquest.

El seu principal objectiu era el progrés moral i material de la vila que l'havia vist néixer, un objectiu assolit del tot si tenim en compte les 235 publicacions que es van fer des de l'inici fins l'any 1888.

Després del tancament del *Semanario*, Palamós va viure uns anys de transició informativa local ja que no va sorgir cap publicació setmanal més fins l'any 1891.

El eco de la redención va ser un butlletí de publicació única i temàtica de lògia maçònica que, al costat de *La labor corchera*, diari del 92 defensor dels interessos de la classe treballadora d'aquell moment en què Palamós i els taps de suro anaven agafats de la mà, van trencar el gel d'aquells anys. Malgrat tot, no va servir de gaire ja que, altra vegada, fins l'any 98 no va aparèixer un diari amb cara i ulls com ho havia estat el *Semanario*.



Imatge: Publicació núm. 228, 9/02/1888 Font: Web Ministerio de Cultura

Així, el 20 de gener de l'any 1898 naixia *La Senyera*, el primer diari setmanal escrit en català. Tot i que, com els altres, es va veure obligat a tancar poc després d'un any de la primera publicació, va aportar uns aires nous a la població de Palamós que va rebre amb gran pena la pèrdua del diari.

Amb *La Senyera* Palamós semblava que començava a guanyar terreny en el camp de la comunicació local, doncs, a partir de l'any 1900, fa pensar que els palamosins van despertar les seves ganes de comunicar al poble ja que van aparèixer diversos periòdics que, tot i ser de curta durada, no deixaven indiferents els seus lectors. L'any 1900, per exemple, sortien a la palestra *La redención obrera*, un diari òrgan dels obrers suro-tapers, que en aquell moment era, juntament amb la pesca, la feina amb més treballadors palamosins, i *La manguera*, un setmanari local de temàtica satírica. Però després d'aquests dos, van haver de passar onze anys més perquè la premsa local de Palamós tornés al carrer.

L'abril de 1911 va néixer *L'estudiant*, un setmanari literari català que pretenia arribar als palamosins a partir de temes literaris i locals. A més, tenia un apartat dedicat a les festes i celebracions del moment, per exemple, en l'exemplar del mes de juny van fer una edició especial dedicada a la Festa Major del poble. La seva durada va ser fins el juliol del mateix any.

Tres anys més tard, concretament l'any 1914, va néixer el que és un dels diaris més importants en la història de la premsa local de Palamós. No només pel nombre de publicacions i pels anys d'existència, sinó també per la qualitat informativa. Així doncs, *Marinada* naixia de la il·lusió dels joves emprenedors palamosins amb ganes de comunicar les novetats del poble.

Marinada va ser una font d'informació molt gran per Palamós. Es publicava una vegada al mes i la seva temàtica era literària i d'informació local. S'escribia en català i era redactada per joves del poble. En l'apartat de notícies s'hi explicaven totes aquelles novetats que havien succeït al llarg del mes tant a Palamós com a les rodalies.

Som conscients que la mentalitat de l'any 1914 no té res a veure amb la mentalitat d'avui dia, doncs he trobat un bon exemple que deixa clar per a qui anaven dirigits els diaris del moment i amb quina mentalitat, segurament involuntària, s'escrivien. En l'exemplar número 31 de l'1 de juny de 1916, per tant, del tercer any de publicació, i en l'apartat d'informació local es diu: “Vingué de La Bisbal un gran vol de col·legiales”. A part d'aquest petit exemple, no hem de deixar



Font: Web Ministerio de Cultura

de banda que *Marinada* va ser el mitjà més influent de Palamós durant disset anys, ja que va arribar a publicar un total de 204 exemplars fins el desembre de 1930, moment en què va haver de tancar.

L'any 1921, quan *Marinada* ja portava vuit anys publicant, l'Església de Santa Maria del Mar amb la Fundació de l'Església Parroquial de Palamós va estrenar publicació amb una fulla setmanal de temàtica religiosa i de vida parroquial. Aquestes publicacions no van durar gaire temps, però l'any 1928 van fer una publicació extraordinària en commemoració als 500 anys d'existència de la fundació.

El 1922 neix *Seny*, una revista mensual d'un any de durada portaveu de l'Agrupació Catalanista. En aquesta s'hi podia trobar tota la informació relativa a l'agrupació i tots els moviments socials que es duïen a terme dins i fora de la població.

L'any següent, el 1923, va sortir a la llum *El drac*, un periòdic quinzenal de redacció i administració palamosina que valia 15 cèntims. La seva principal finalitat era comunicar als ciutadans de tot el que passava al poble però volien fer-ho d'una manera més innovadora de com s'havia fet fins llavors. Com els mateixos redactors expliquen a la portada de la primera publicació: “estem cansats d'aquesta aplanadora monotonia, d'aquest terrible sempre igual de la vida quotidiana” amb això es refereixen que *El Drac* aportarà novetats, tant en la manera de fer com en el que es dirà, que divergiran dels periòdics existents en el moment.

A banda d'això, també aportava informacions d'art, teatre i notícies de fora de Catalunya. Aquest últim apartat del diari ens fa veure que la comunicació global cada vegada era més fàcil d'aconseguir doncs, a *El Drac*, trobem notícies provinents d'arreu d'Espanya i

algunes d'Europa, per tant, va ser un diari que començava a obrir les portes a allò internacional. Es subvencionava amb els anuncis dels comerciants i estava escrit en el català antic de l'època.

Podem concloure que l'any 1923, tot i ser l'inici de la dictadura de Primo de Rivera, va ser un bon any ja que van aparèixer diversos periòdics. Va sorgir *L'avi Muné*, el primer setmanari popular Independent que tampoc va durar més d'un any. Però quatre anys més tard es va tornar a intentar i va néixer *Costa Brava*, un altre setmanari popular Independent que, amb sort, va poder publicar fins el 29.

El mateix any 23 també va provar d'entrar al mercat de la comunicació *El Programa*, orgue de la democràcia federalista del Baix Empordà que no va tenir èxit però que va aconseguir-ho deu anys més tard, el 1933, reestructurant les edicions gràcies al nou Comitè Comarcal Federalista del Baix Empordà, editat des de Sant Feliu de Guíxols però amb redactors de Palamós.

Els anys anaven passant i molts mitjans florien amb ganes d'informar els palamosins i palamosines però només *Marinada* seguia al peu del canó. Això va canviar un xic quan l'any 1930 els joves de Palamós van fer renèixer *La Senyera*. La van ressuscitar amb l'objectiu d'innovar: fer-lo amb caràcter més jove i més adient a les aspiracions i ideals d'aquells temps. Els redactors eren joves palamosins catalanistes que apostaven per una política catalanista i, amb aquest diari, manifestaven la cultura catalana. El preu per al públic era de 15 cèntims de pesseta i les edicions eren pagades gràcies a la gran quantitat d'anuncis de què gaudia el diari. Era molt complet ja que tenia diversos apartats com el

de ciutadania, el d'esport, el de joventut, el de notícies i el de temes socials. A més, al final del diari es l'apartat “remarques” els redactors reivindicaven fets del moment, per exemple en un exemplar que vaig consultar a l'inventari Municipal hi manifestaven que els comerciants encara tinguessin els rètols de les seves botigues en castellà i demanaven que els canviessin al català. Aquest petit exemple ens mostra clarament la ideologia del diari i del moment que vivia la societat.



Imatge: Publicació núm. 1, 22/09/1930
Font: Web Ministerio de Cultura

Després del tancament de *Marinada* l'any 30, fins l'any 33 només va haver-hi una sola publicació a Palamós que seguís vigent, *El Programa*. Va haver de passar un any perquè la comunicació local de Palamós tornés a donar els seus fruits. Així, el 17 d'agost del 1934 va començar a publicar *Albada*. Un fulletó quinzenal que valia 20 cèntims (5 cèntims més car que tots els demés) subvencionat amb els anuncis de comerciants i escrit en català. El seu principal objectiu era arribar a tot el públic palamosí. Per aquesta raó tenia diverses seccions amb diferents temes: art, ciències, esport, municipals, una part destinada a política en la que el seu lema era la imparcialitat, i una secció femenina que intentava buscar un nou camí per a la dona que fugís de la rutina tradicional.

Amb *Albada* ens adonem que la mentalitat que hi havia en les publicacions de *Marinada* l'any 1916 havia canviat bastant. Des de 1931 amb la instauració de la Segona República Espanyola, el sufragi femení a Espanya i a Catalunya va començar a tenir els seus fruits, les dones tenien un paper més important en la societat i ja no es sentien tan lligades als homes. Per aquesta raó el fulletó *Albada* ens mostra el canvi de mentalitat que van fer els ciutadans de Catalunya i, en el nostre cas, els de Palamós.

L'any 1935 de la mà de l'Associació El Cau de la Costa Brava del Museu de Palamós va aparèixer als quioscos *Terra nostra*, un butlletí semestral que va acabar el 36, just amb l'inici de la Guerra Civil.

Amb la Guerra, a Palamós només va haver-hi una sola publicació: *Nostre ideal Club*, que va durar fins l'any 1937.

A partir d'aquest moment les coses van canviar del tot. Com a territori de rereguarda, Catalunya va patir bombardeigs per part de l'aviació italiana, cosa que va fer necessari la construcció de refugis antiaeris. L'arribada de refugiats d'altres indrets de l'Estat que escapaven de la presència dels nacionals, l'escassetat d'aliments, el racionament, el mercat negre i, sobretot, la repressió de la FAI i la Falange van ser fets remarcables avui.

A Catalunya tot acabava sent rutinari, la gana, la sirena estrident que avisava de perill, les bombes, que Palamós també va patir, les corredisses als refugis i la cerca d'informació en la premsa, els comunicats per ràdio i les notícies del front portaven a tots els ciutadans a viure amb l'ai al cor.

Un cop la guerra va estar perduda, Catalunya va perdre tot allò que tant li havia costat aconseguir. Franco va abolir l'Estatut d'Autonomia del 1932 i també la Generalitat i tota la seva obra. La democràcia va deixar pas a una dura dictadura presidida pels guanyadors de la guerra. Els anys que van venir després van ser totalment foscos per a Catalunya. A Palamós, de l'any 1937, amb el tancament del butlletí *Nostre ideal Club*, fins l'any 1955 no va sortir cap més publicació. El franquisme va reprimir, suprimir i es va apropiat de la premsa local i de la gran majoria de diaris i periòdics comarcals. Van crear una premsa del règim en el qual hi havia un diari per comarca, els quals enlloc d'informar, desinformaven, mentien a la població.

Per sort, a Palamós l'any 1955 es va fer possible, amb el consentiment del *generalísimo*, la publicació del diari més important de la vila: *La Proa*. Aquest diari va néixer vint anys abans de la transició democràtica, per aquesta raó queda col·locat enmig de diferents èpoques del treball: entre els principis de la dictadura i entre la transició democràtica, fins a l'actualitat. Perquè quedés clara la història de la *Proa* he cregut necessari explicar-la tota d'una tirada deixant de banda, per uns instants, tots els mitjans que van sorgir durant la transició al costat d'aquesta. Ho he fet perquè he pensat que si hagués partit per la meitat aquesta història, potser no s'hauria entès de la mateixa manera.

La *Proa Palamós* va néixer el desembre de 1955. En la seva primera època, més de temàtica cultural sota la vigilància franquista, va ser una revista escrita en llengua castellana òrgan de la Casa de Cultura de Palamós. Tenia diferents apartats dels quals destaco: un apartat en el qual escrivien un missatge depenent de l'època de l'any en què estaven, per exemple, en el primer exemplar hi ha un 'mensaje de Navidad'. Un altre apartat és el noticiari, amb notícies tant internacionals com locals. També dedicaven un apartat a la Mistela i als mots encreuats i un altre a parlar d'Arte y artistas' en el qual es parlava tant de pintura com d'escultures i música i, al final, de remeis medicinals i curiositats interessants per a la població.

En la segona època de la *Proa*, que va començar l'any 1965, les publicacions seguien en castellà però s'hi van afegir fotografies fetes per fotògrafs palamosins, encara en blanc i negre. Aquesta segona època deixa veure una clara millora en la organització de la revista pel que fa als apartats d'aquesta. Cada exemplar costava 8 pessetes i l'objectiu de la

revista era acostar als palamosins al món exterior i, alhora, assabentar-los de tot allò que passava a la vila.

Després de la mort de Franco, l'any 1975, amb l'inici de la transició democràtica, Espanya i Catalunya van començar a viure un procés de canvi i noves expectatives sobretot gràcies al turisme dels anys 60. La comunicació va anar canviant progressivament i van néixer nous canals de comunicació com els butlletins d'associacions de veïns, de partits polítics i de centres cívics. La vida s'havia encarit, així ens ho demostra la tercera època de la *Proa* en què cada exemplar costava 125 pessetes.

El març de 1986, la revista estrenava portada en color. Aquesta era una continuació de la segona època que aportava millores i una mentalitat més moderna. Els objectius que tenien eren convertir la revista en una galeria de fets, costums, festes, representacions i opinions, aportant noves idees i essent oberta a tots els ciutadans. La redacció estava formada per gent del poble de diferents edats que apostaven per la revista amb



Imatge: Publicació març de 1986 Font: Pròpia - Arxiu Municipal de Palamós

novetats com un noticiari diari del mes en qüestió, un apartat dedicat als oficis d'abans a Palamós, un apartat anomenat "Set per cinc", en el qual s'entrevistaven set persones destacables de Palamós que haguessin fet quelcom d'interès per al poble, i també un apartat en el qual s'hi seleccionaven els llibres més venuts o amb més bona crítica del mes. També hi havia una plana d'esports i de notícies de les escoles del poble.

De l'any 1993 al 2001, no trobem cap més exemplar de la revista ja que l'any 93 hi va haver un canvi en la direcció d'aquesta i els que ho portaven, en veure que tenien tants subscriptors i col·laboradors de les rodalies de Palamós, com Palafrugell, van decidir canviar la revista local i fer-ne un diari comarcal. Així doncs, la *Proa* va passar a dir-se *Setmanari del Baix Empordà*, i ja no parlava només de Palamós sinó de tota la comarca.

L'any 2001, però, els ciutadans de Palamós van demanar i fer reivindicacions perquè volien que tornés la revista *Proa*, especialitzada en temes locals del poble. Així doncs, a principis d'any va renéixer la revista *Proa de Palamós* i, amb ella, una quarta època. Aquesta última època pretenia recuperar l'esperit nostàlgic dels antics redactors que

aportava informació local i alhora anècdotes i històries que, ni la televisió ni la ràdio locals tocaven.

Actualment però, la revista local ja no existeix, només en queda la revista comarcal anomenada *Revista del Baix Empordà* que intenta seguir amb l'estil de la *Proa* però ho fa introduint més temes ja que parla de tots els municipis de la comarca. Aquesta revista es pot aconseguir als quioscos dels diferents pobles amb un preu per número de 7 euros i s'edita tres vegades al mes. També hi ha la possibilitat de fer-se subscriptor en la seva pàgina web per rebre-la directament a casa. A més, els números antics es penjen allà mateix, per tant, es poden consultar sempre que es vulgui de manera gratuïta.

Després d'aquest parèntesi, tornem a on estàvem, just en els anys de la transició democràtica.

La transició democràtica

Aquí comença el segon capítol d'aquest apartat d'història de la premsa de Palamós que comprèn els anys de la transició democràtica entre 1975 i 2000.

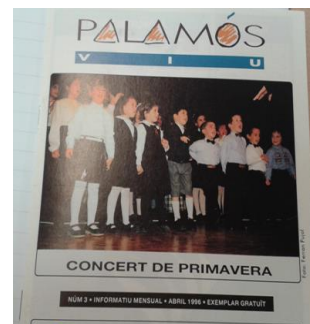
Passada la mort del dictador, fins l'any 1983 no va sorgir cap altre mitjà de comunicació a Palamós que no fos la *Proa*. A partir de la transició el procés de canvi va néixer sobretot a partir de publicacions fetes per associacions de veïns, partits polítics i centres cívics. En aquest apartat he agrupat les publicacions de la mateixa temàtica i, de cada grup, només n'he explicat una, la que he trobat més important, ja sigui per la qualitat informativa o per la quantitat de publicacions que ha fet.

El 10 de gener de l'any 1983 va sortir la primera publicació de la primera revista escolar de Palamós escrita en català, *Calaix de Sastre*. Era i és una revista gratuïta redactada i editada per l'escola Vedruna de Palamós, subvencionada pels anunciants. Lògicament, va començar amb totes les planes impreses en blanc i negre i només la portada en color, però actualment, és tota en color, molt moderna i actualitzada. Explica les anècdotes i actes rellevants viscuts a l'escola Vedruna de Palamós. Com aquesta, durant tota la història de la premsa local de Palamós, podem trobar-ne moltes altres referents a les escoles de la vila, però cap que hagi durat fins l'actualitat i durant tants anys. Per exemple, l'any 1988 va sortir *Sac de notícies*, la revista de l'escola Ruiz Jiménez. O l'any

1989, en què el col·legi La Salle va treure el *Full informatiu La Salle Palamós*. L'any 1992 també trobem *Inquietud*, la revista de l'escola pública Vila-Romà o el 95 la primera publicació de la revista de l'IES Palamós, *Institut Ensenyament Secundari Palamós*.

A partir de la transició, l'Ajuntament de Palamós va començar a publicar, en diferents formats, les informacions que anaven apareixent a cada moment. Així, just un any després de l'aparició de la primera revista escolar palamosina, el desembre de l'any 1984 l'Ajuntament de Palamós va posar en marxa un butlletí informatiu gratuït per a la població anomenat *Ajuntament de Palamós*, que pretenia arribar a la població informant de totes les accions que es portaven a terme des de l'Ajuntament. Així doncs, informava als ciutadans de les novetats que vivia el poble. Estava escrit per una banda en català i per l'altra en castellà, ja que tenia dues cares de full.

Des de l'Ajuntament l'any 89 també es va publicar una Agenda Cultural en la qual sortien totes les activitats d'oci i cultura programades trimestralment a Palamós. A més, l'any 1996 i 1998 l'Ajuntament també va subvencionar dos informatius mensuals, el primer anomenat *Palamós viu* i el segon, *Palamós*. Eren exemplars gratuïts per a la població que tenien diversos apartats: el noticiari, una galeria de fotos, l'agenda cultural d'interès general amb les activitats programades pel mes, un reportatge, dietètica, psicologia, jardineria, la taula, els vins, l'horòscop, cinema, música, esports i, fins i tot, els horaris de la Sarfa – el transport públic del poble-, poesia i la borsa de treball.



Imatge: Publicació núm. 3, abril de 1996 Font: Pròpia – Arxiu Municipal de Palamós

Aquests butlletins no van durar gaire temps, però el temps que van anar-se publicant van ser de gran utilitat per als palamosins i palamosines.

Durant la transició, com ja he explicat, van néixer una gran quantitat de butlletins a Palamós. L'abril de 1988, per exemple, va sortir el butlletí informatiu municipal de la UPM, Unitat i Progrés Municipal, de Palamós. Estava escrit en català i era gratuït. En aquest butlletí es parlava dels pressupostos i de tot allò que havia fet bé o que s'havia de millorar des de l'Ajuntament. Era una crítica cap a la feina que feia l'Ajuntament.

Com aquest, uns anys més tard, el 92, també va aparèixer *L'estadi*, el butlletí d'informació futbolística del Palamós Club de Futbol.

I dos anys més tard, durant el novembre i desembre del 1994, va publicar-se la revista soci-sanitària de l'Hospital de dia de Palamós, anomenada *Coses nostres*. Estava escrita en castellà i formava part de dues entitats: de l'antiga residència geriàtrica de Palamós i de l'Hospital. Valia 100 pessetes i tenia diversos apartats. Les portades eren en color, però per dins era en blanc i negre. El mateix hospital i geriàtric eren els que pagaven les edicions.

Els últims exemples de butlletins informatius publicats a Palamós abans d'arribar a l'any 2000 són el de l'Associació d'Amics de la Fosca i el de l'Associació Salvem Castell. El primer, *La Fosca* va publicar-se entre els anys 1995 i 2005. I el segon, *Sa Cobertera* va néixer també el 1995, però va morir el 2000. *Sa Cobertera* tenia diversos apartats com el de l'editorial, les coses de Palamós (en el qual s'explicava, per exemple, el Carnaval), notícies sobre salvar el patrimoni de Castell, i d'altres com informació interna diversa en relació al patrimoni. Estava escrit en català.

Del 2000 fins l'actualitat: la premsa escrita es va apagant a Palamós

Després de la segona època d'aquest apartat del treball, en la qual hem pogut trobar publicacions de temàtiques molt diferents, arribem a l'últim capítol de l'apartat: estudi de la premsa local palamosina dels dos mil fins l'actualitat.

Per començar, destaco el butlletí informatiu local d'ERC Palamós i Sant Joan que va sorgir l'any 2001 i que va durar fins el 2003. Es deia *A babord* i s'editava de forma trimestral per parlar sobre les novetats que succeïen al partit polític d'Esquerres, ja fos de Catalunya en general o de Palamós en particular. A banda d'aquest butlletí d'Esquerra Republicana també en van sorgir d'altres com el de Convergència i Unió o el del Partit Socialista. L'any 2001 també podem trobar el butlletí que editava el Club de Futbol La Salle Palamós que només va durar un any i que parlava sobre les novetats futbolístiques de l'escola de futbol.

El maig de l'any 2005 va néixer *Palamós comerç t'informa*, una revista informativa sobre les novetats en els comerços palamosins a càrrec de l'Associació Fecotur de comerciants de Palamós.

Durant aquests anys, com es pot comprovar, no va haver-hi gran aflluència de mitjans escrits a Palamós i els que hi havia eren de temàtica molt concreta. La gran majoria

formaven part d'associacions, de clubs esportius i d'escoles. Cal remarcar, però, que el juliol de l'any 2009 va aparèixer *El blet i el blat*, un espai d'opinió del municipi de Palamós. Era i dic era perquè va morir el 2012, un fulletó de quatre cares impreses en color que parlava del patrimoni tant històric com cultural de Palamós. També comentava la feina endarrerida de l'Ajuntament en alguns carrers o projectes i tenia un apartat de 'Coses de Palamós' en el qual s'hi tractaven temes d'interès per a la població. A banda d'aquestes publicacions escrites, cal recordar que *La Proa* era el mitjà escrit de més influència a Palamós i l'únic que actualment, tot i que de manera diferent, encara lluita per fer que la cultura i història de Palamós no es perdin i arribin cada vegada més lluny.

2. L'època de l'audiovisual

La ràdio i la televisió, nous mitjans de proximitat a Palamós

Hem vist que a partir de la mort de Franco i l'arribada de la democràcia la societat va anar-se recol·locant i, de la mateixa manera, també van fer-ho els mitjans de comunicació. Amb l'arribada de la tecnologia, el 1979, tot va canviar. La xarxa de comunicació local de Catalunya va obtenir un complement important: les ràdios lliures. A partir d'aquest moment, les ràdios van començar a elaborar els seus informatius gràcies a un decret dels ajuntaments democràtics que ho va permetre. Així doncs, el 28 de gener de l'any 1982 va néixer el mitjà de comunicació més important de Palamós: Ràdio Palamós.

Un grup d'estudiants de l'Escola Vedruna del municipi palamosí va posar en antena Ràdio Estudiantil de Palamós, l'emissora de ràdio local que amb el temps es convertiria en l'actual Ràdio Palamós. Després d'uns primers mesos d'emissions espontànies, a finals de 1982, els llavors col·laboradors de l'emissora local decidien constituir-se en assemblea per tirar endavant un projecte més organitzat. Així es van redactar els primers estatuts de Ràdio Estudiantil de Palamós. D'aquells estatuts en sortiria la primera Junta directiva que endegaria l'emissora local que més tard passaria a ser emissora municipal, un cop reconeguda pel Ple de l'Ajuntament.

Un any després de l'aparició del mitjà de comunicació més important de la població, va néixer TV Palamós que va començar oficialment les seves emissions puntuals el 15 d'agost de l'any 1983. Però abans de saber la seva història crec que és necessari fer un

petit parèntesi per veure quina ha estat la història i evolució de les televisions locals a Catalunya.

Un parèntesi: la història i evolució de les TVL⁵

Com ja hem anat veient, va ser durant el llarg de la segona meitat dels anys setanta del segle XX quan es van començar a configurar els mitjans de comunicació local de Catalunya. A partir d'aquell moment, la televisió també va fer la seva aparició promoguda per col·lectius socials especialment actius. Naixia, com tots els altres mitjans, amb ganes d'abordar aquells temes que les televisions nacionals deixaven de banda. Naixia amb ganes de donar als ciutadans catalans allò que, fins el moment, havien tingut oprimint: la llengua i la cultura catalanes. D'aquesta manera, la primera televisió local de Catalunya i de tot l'Estat Espanyol va ser Ràdio-televisió de Cardedeu que el 7 de juny de l'any 1980 va fer la seva primera emissió experimental. Aquesta experiència positiva es va veure repetida en altres localitats i comarques al cap de poc temps. Així, en pocs anys Catalunya va esdevenir un territori en el qual aquest nou fenomen comunicatiu es va consolidar com un dels mitjans de comunicació local que apareixia amb més embranzida.

RTVC⁶ es va convertir en un referent i la gran majoria de les televisions locals que van arrencar després d'aquesta ho feien seguint el seu model, com si fos l'escola de les TVL. Cardedeu era l'exemple d'un model de televisió local amb èxit per això les noves iniciatives es fixaven en el seu funcionament per arrencar els seus projectes i després anar millorant. A més, en aquests anys el tret comú de totes les TVL era l'ús de continguts de producció pròpia en català que treballaven amb un fort component informatiu i divulgatiu.

En aquella època la gran majoria de televisions locals emetien només en dies importants pel seu poble com la Festa Major o algun acte multitudinari i, la resta de l'any, estaven tancades ja que no hi havia prou recursos per a poder-la tirar endavant de manera periòdica. És per aquesta raó que la televisió va ser l'últim mitjà de comunicació en aparèixer, perquè la seva complexitat tècnica i els costos de producció i emissió

⁵ Sigles de Televisió Local o Televisions Locals

⁶ Sigles de Ràdio Televisió de Cardedeu

dificultaven la seva aparició. Però al llarg dels anys vuitanta la il·lusió i les ganes de construir aquest mitjà local a Catalunya van donar pas a una època d'optimisme i de plena activitat.

RTV Cardedeu va trencar la monotonia que hi havia a l'Estat Espanyol amb l'únic canal vigent, Televisió Espanyola, i alhora va estrenar un model de comunicació que no existia i que tampoc estava previst en el marc legal vigent. Aquella primera emissió va donar els seus fruits i dies més tard Granollers i Figueres, o l'any següent, Solsona, Tordera, Sabadell, l'Anoia, Girona, Mataró, Badalona i el Baix Llobregat van estrenar les seves televisions locals. En acabar el decenni dels anys vuitanta a Catalunya ja hi havia 46 televisions locals vigents, dues d'elles les nostres: Televisió de Palamós i Televisió Costa Brava.

Malgrat que les televisions locals emetessin sense por, és ben cert que anaven amb peus de plom a l'hora de fer les publicacions, ja que com que no hi havia cap llei estatal que regulés el seu projecte, si feien alguna cosa que el govern central no acceptava, eren tancades d'immediat. Manel Rius, director de TV Costa Brava, quan em va explicar la història de la seva televisió m'assegurava: "Els principis van ser atrevits, molt atrevits"⁷.

Principalment es van consolidar dos models de televisió local: les televisions empresarials, és a dir, privades, i les televisions comunitàries i públiques, la majoria de les quals mantenien els principis fundacionals de participació.

L'any 1988 el Parlament de Catalunya va aprovar una proposició no de llei testimonial que reconeixia el paper de les televisions locals i instava al Govern de la Generalitat a iniciar el procés de la seva regulació legal. Però no va ser fins l'any 1995 quan es va posar en funcionament la llei espanyola que regulava els moviments de la televisió local per ones terrestres. Aquesta llei va esdevenir una de les fites més importants per les emissores catalanes després d'haver estat 15 anys reclamant el reconeixement legal.

Molts anys abans, durant el moment d'embranchada i bones expectatives per les televisions locals, els mateixos actors del fenomen van veure la necessitat d'establir unes bases que definissin clarament els objectius i la finalitat de la comunicació local a

⁷ Entrevista mantinguda als estudis de Televisió Costa Brava a principis de maig: Annex, pàg. 61

Catalunya. Així va ser quan l'any 84, representants de 32 poblacions que ja tenien televisió local o un projecte avançat es van reunir a Cardedeu on van redactar les bases d'autoregulació d'aquest mitjà.

En un primer moment, les normes que es van escriure dins les bases d'autoregulació van ser vuit, entre les quals destaco la primera que diu "la televisió local ha de ser un servei públic per a la comunitat (...). El seu objectiu és dinamitzar les activitats d'interès social en l'àmbit local", o la tercera que diu "la programació ha de ser fonamentalment de producció pròpia" norma important encara avui dia. I la sisena que exposa "la cobertura de les televisions locals serà d'àmbit local". Aquesta sisena, un any més tard va ser modificada ja que, en una reunió a Sabadell, els mateixos que havien redactat les primeres bases van rectificar que "la cobertura podia anar més enllà de l'àmbit purament local o municipal, sempre que les emissions disposessin de l'autorització dels ajuntaments afectats".

Poc temps després de crear les bases d'autoregulació, l'any 1985 l'assemblea va passar a ser la Federació Pro-legalització de les Televisions Locals de Catalunya. Una federació que, en primer lloc, va adoptar com a propi el model definit per RTVC ja que estava considerat un model exitós. A més, la Federació treballaria i lluitaria diàriament per defensar la TVL com un mitjà que naixia amb molta força i que apostava per donar als ciutadans aquelles esclatxes comunicatives que eren evitades per les grans televisions nacionals, alhora que els donava comunicació de proximitat. L'ideari de la federació era que la televisió local fos un mitjà públic i local que sorgís de la iniciativa popular, de producció pròpia i sense ànim de lucre. Estava integrada per unes cinquanta emissores, 29 de les quals emetien regularment, 8 ho feien esporàdicament i unes 14 tenien els seus projectes altament formalitzats. De fet, entre els anys 1987 i 1995 el fet més rellevant és el canvi en la periodicitat d'emissió de les TVL. A finals dels vuitanta, les emissions més habituals eren les setmanals tot i que hi havia alguna televisió que emetia diàriament. En canvi, a partir de 1992, com bé asseguren Prado i Moragas al seu estudi, quatre de cada deu televisions emeten ja diàriament. Aquest augment és degut per una banda a la redifusió dels continguts, és a dir, les repeticions dels programes propis que permeten ampliar les hores d'emissió. I per altra banda, degut als serveis de teletext que transmeten informacions locals d'interès general que es van repetint al llarg del dia.

A partir de 1987 el nombre d'emissores augmenta constantment fins arribar a un punt en què l'any 1995 un total de setanta emissores emetien periòdicament. És el cas de Televisió Costa Brava, que ja veurem més endavant, que al ser privada i tenir els diners per fer-ho a partir del 92 ja emetia diàriament, tot al contrari de TV Palamós que no tenia recursos per a fer-ho i va començar anys més tard. En general, aquest augment ve donat per una intensa reordenació del sector en el qual tant la consolidació de les TVL més antigues com la suma de nous operadors van ser-ne factors principals.

Al cap dels anys, la Federació Pro-legalització de les Televisions Locals, després d'algunes discrepàncies entre una part de les TVL associades que no aprovaven les gestions que feia la Junta, es va dividir i les televisions que van deixar de formar-ne part, van crear la Federació Catalana de les Televisions Locals. Aquesta, que agrupava 14 televisions locals entre les quals trobem TV Costa Brava, en els seus estatuts exposava l'any 1994, entre algunes de les vuit normes vigents en aquell moment, que les televisions locals federades havien de ser "Un mitjà de comunicació català, amb voluntat de servei públic per a la societat" i que, a més, "la seva llengua oficial és la catalana, i participen activament en el procés de normalització lingüística del país". I també destaco que "són entitats arrelades a la seva localitat i comarca i compten amb el reconeixement de l'administració pública"⁸.

Va ser l'any 1999 quan aquesta Federació va apostar per crear un Circuit de Televisions Locals (CTVL) que va treballaria per prioritzar la cooperació i l'intercanvi de serveis per enfortir les diferents televisions associades. Així, actuava per facilitar assessorament jurídic, tecnològic i econòmic i distribuïa programes produïts per les mateixes televisions associades. D'aquest Circuit i el mateix any en va sortir l'instrument clau que afavoria el contacte, la cohesió i la col·laboració entre les televisions locals. Aquest instrument era la Xarxa de Televisions Locals (XTVL) que estava integrada per més de quaranta televisions locals de tot Catalunya i que va estar en funcionament fins a finals de l'any 2012. Va néixer sota l'impuls de la Diputació de Barcelona i va estar gestionada per la Xarxa Audiovisual Local (XAL). Com fins aquell moment, l'objectiu d'aquesta eina de treball era afavorir la coordinació i cooperació entre les televisions de proximitat

⁸ Cites textuales del llibre *Televisió de Girona, la comunicació de proximitat en l'era de la globalització* de Lluís Costa, pàg. 32.

integrades i alhora donar-les-hi suport per poder reforçar la distribució de programes via satèl·lit (Hispasat) i, així, fomentar l'intercanvi de produccions mantenint una alta qualitat. Al llarg dels seus gairebé 13 anys d'existència, la XTVL va aconseguir adherir 70 televisions locals, la majoria de Catalunya, però també del País Valencià i les Illes Balears. Com ja he dit, l'any 2012 aquesta va deixar de funcionar per donar lloc a La Xarxa de Comunicació Local que va començar a treballar a partir del gener de 2013, fruit de la integració de totes les entitats de suport a l'audiovisual local impulsades per la Diputació de Barcelona. Actualment està integrada per 47 televisions locals d'arreu de Catalunya, una d'elles TVCB, que fan programes conjunts, s'intercanvien notícies i es recolzen les unes amb les altres a partir d'aquesta plataforma.

Per un altre costat cal remarcar que les diputacions de Lleida, Girona i Tarragona amb l'ajuda de consells comarcals i ajuntaments van crear el Consorci Local i Comarcal de la Comunicació (CLCC) que, igual que la Xarxa, treballaria amb l'objectiu de reforçar el sector de la comunicació local a Catalunya. L'any 1999, just quan per l'altra banda es creava el Circuit de Televisions Locals, la CLCC va crear l'empresa Intracatalònia que té com a servei principal, l'encara actual, Agència Catalana de Notícies.

Una vegada entesa breument l'evolució de les televisions locals catalanes, podem seguir veient quina va ser la història de la televisió local de Palamós i, més endavant, en un capítol a part coneixerem quina és la història i evolució fins l'actualitat de Televisió Costa Brava. D'aquesta manera en aquest treball veurem el cas local de dues TVL, una pública i l'altra privada.

TV Palamós, una realitat del passat

Igual que la ràdio municipal, Televisió Palamós va ser creada per un grup d'estudiants de l'escola Vedruna. La primera emissió, l'any 1983, es va iniciar amb un recull de postals de Palamós que anaven sortint per la pantalla, acompanyades de la música que en aquell moment sonava a les emissores de ràdio. Després d'uns minuts musicals, es varen emetre alguns reportatges d'activitats locals com, per exemple, l'elaboració de gelats explicada per un conegut pastisser local, també una entrevista amb l'alcalde Dalmau i un especial de la Festa Major d'aquell any 1983.

Com ja hem vist abans, a diferència de la ràdio, que no comportava gaires dificultats perquè amb un petit micròfon, uns cascs, un parell de rudimentaris toca-discs i poca cosa més ja funcionava, la televisió era molt més difícil de fer. Això comportava que les emissions no fossin regulars. D'altra banda, les persones que havien de tirar endavant el projecte de la televisió local al municipi, justament en aquella època, ja deixaven l'escola i marxaven cap a la Universitat cosa que provocava la interrupció de les emissions.

L'any 1986, un grup d'estudiants encapçalats per Miquel Figueras, que en aquella època s'encarregava de dirigir i presentar els primers informatius de la ràdio en format regular sota el nom 'Palamós a les vuit', van decidir fer-se càrrec també de les emissions televisives. Unes emissions que a causa de la falta d'ajuda econòmica per part de l'Ajuntament i la falta d'equipaments per treballar en condicions les primeres emissions eren només esporàdiques. Però a mitjans dels anys noranta, aquell grup de joves que havia tingut la iniciativa va aconseguir arrancar el motor de la televisió.

Per tal de crear una estructura amb un marc legal, aconseguir subvencions i un cert reconeixement oficial per part de les institucions com el Ministerio de Telecomunicaciones i la Generalitat de Catalunya, el 20 de desembre de 1995 es va crear el Centre d'Iniciatives Audiovisuals. Una associació cultural sense ànim de lucre que s'encarregava des d'aquell moment fins l'última emissió, d'assumir la responsabilitat, com a titular, de les emissions de Televisió Palamós.

A partir d'aquest moment el mitjà va començar a agafar força i, l'any 2002, va entrar a formar part de la federació de Televisions Locals de Catalunya, amb la qual va poder començar a emetre cada dia. El 1 d'abril de 2003 es va signar un conveni amb el Consorci Local i Comarcal de Comunicació, en virtut del qual cada dia TV Palamós podia rebre programació que s'enviava de manera codificada via satèl·lit des de Barcelona, i que ajudava a complementar la graella de programació televisiva.

Durant els primers anys dels dos mil, TV Palamós va rebre una important ajuda de l'ajuntament palamosí que, mitjançant una signatura d'un conveni anual, es garantien les emissions regulars de la televisió podent, així, crear més producció pròpia.

Però amb l'entrada del govern socialista a l'Ajuntament de Palamós es va començar a produir un punt d'inflexió entre aquest i la televisió. El nou govern no va apostar per la televisió de la mateixa manera que ho havia fet l'antic.

Aquest fet va comportar que el 2005 TV Palamós, després de presentar-se juntament amb cinc productores, associacions o empreses més al concurs del Baix Empordà per obtenir una de les tres llicències que es posaven a l'abast, en quedés fora. Malgrat això, el concurs estudiava diverses parts de les televisions concursants, entre les que s'avaluava la part tècnica com el desplegament radioelèctric de l'emissora, les xarxes tècniques de comunicació o la planificació d'equipaments per a la producció i post producció, i val a dir que TV Palamós va obtenir la millor puntuació de les 6 concursants i una de les millors puntuacions de les presentades arreu de Catalunya. Les altres parts del concurs corresponien a factors com la programació, el pressupost o l'experiència televisiva dels quals no va rebre bona puntuació i van ser la raó per la qual quedés fora de la llista.

A mitjans del 2006, l'equip de TV Palamós que seguia amb l'intent de que els ciutadans de Palamós poguessin gaudir de la seva televisió local, es va posar en contacte amb altres emissores històriques d'arreu de Catalunya que també havien quedat fora del procés de concessió. El 31 d'octubre d'aquell any es va crear la Federació Catalana de Televisions Locals Històriques en una reunió a les instal·lacions del Caixa-Fòrum de Barcelona, en la que es va proposar Miquel Figueras, director de TV Palamós, com a president de la Federació. En els següents mesos va haver-hi diverses reunions i, finalment, el desembre de 2007 es va aprovar al Congrés dels Diputats una llei de les comunicacions que contempla, entre d'altres coses, que totes les televisions locals històriques creades abans de 1996 (TV Palamós era del 1983), podrien continuar emetent sempre que ho fessin només a nivell local i amb una programació d'interès per a la població. No es podien emetre espots publicitaris però sí fer patrocinis de programes.

A partir d'aquest moment TV Palamós va seguir emetent els seus programes de manera regular per Internet a la pàgina web palamosdigital.cat, on mantenia la programació televisiva, ja que havia perdut el canal de televisió analògica.

La vida de Televisió Palamós va ser llarga però ho podia haver estat molt més. Per tant, arribem a la conclusió que TV Palamós va emetre esporàdicament des del 1983 i regularment des de meitat dels noranta. I va finalitzar les seves emissions en analògic el 31 de desembre de 2009. El motiu d'aquest tancament va ser que no va aconseguir una de les tres freqüències que es van atorgar per fer televisió comarcal i, en conseqüència, va perdre les subvencions de l'Ajuntament de Palamós.

3. Radiografia de l'actualitat

Per parlar de l'actualitat dels mitjans de comunicació de què disposa Palamós, no ens podem quedar només amb les publicacions escrites que hem vist més amunt, sinó que hem de fer referència als mitjans telemàtics com són la Ràdio, la Televisió i Internet, ja que aquests són els que avui en dia donen vida al poble.

La iniciativa pública

L'Ajuntament de Palamós actualment compta amb dos instruments de comunicació tant eficaços com són la ràdio i la pàgina web del propi ajuntament. Aquests dos mitjans de comunicació són totalment públics a diferència dels altres mitjans que hem tractat o que tractarem més endavant, per aquesta raó crec necessari fer una petita diferenciació i inserir-los dins el subapartat *La iniciativa pública*.

- Ràdio Palamós, el mitjà local més important

Tot i que ja he parlat de l'inici de la ràdio local de Palamós, m'agradaria fer un breu repàs del que significa aquest mitjà pels ciutadans de Palamós en l'actualitat.



Com que està gestionada des de l'Ajuntament, la funció de servei públic de la Ràdio consisteix en oferir als ciutadans i ciutadanes del municipi un conjunt de continguts orientats a la satisfacció de les seves necessitats democràtiques, socials, educatives i culturals i alhora garanteix el seu accés a una informació veraç, objectiva i equilibrada i a les diverses expressions socials i culturals. A més, proporciona una oferta d'entreteniment de qualitat, difon i promociona la llengua catalana i compleix en tot allò que es correspon a l'àmbit local. La ràdio és, per tant, el mitjà de comunicació local més important de Palamós.

Gràcies als seus serveis els ciutadans podem gaudir d'una informació de qualitat i de

proximitat no només en forma d'àudio i en directe sinó també en format lectura a partir de la pàgina web. Cal destacar així, la pàgina web oficial de Ràdio Palamós en la que s'hi poden trobar totes i cadascuna de les emissions que s'han fet durant tots aquests anys. Així doncs, la ràdio dóna gran facilitat als oients de seguir en diferit allò que no han pogut escoltar en directe i, per tant, es crea una connexió molt pròxima entre el mitjà i els oients.

També, no està de menys remarcar la feina que fan totes aquelles persones que treballen perquè la ràdio sigui possible, ja que dia rere dia aconsegueixen transmetre als palamosins i palamosines uns aires de confiança i proximitat que no es troben en qualsevol mitjà. A més, són capaços de parlar de tants diversos temes que afecten a la població que sempre són d'interès per algun *target* de població, ja siguin joves, adults o jubilats. A banda de la pàgina web, Ràdio Palamós també està ficada en el món de les xarxes socials, doncs tenen un compte de Facebook en el qual diàriament actualitzen les novetats sobre els programes que s'emetran durant el dia i un compte de Twitter, on puntualitzen els fets més rellevants i on retransmeten els partits del Palamós C.F.

- **La pàgina web oficial de l'Ajuntament de Palamós**

Pel que fa a l'Ajuntament, avui dia el seu mitjà de comunicació més eficaç és la pàgina web: *palamos.cat*. En aquesta s'hi pot trobar tota la informació referida a Palamós, des dels orígens i evolució de la població en forma d'història fins l'actualitat més imminent en forma de notícies i notes de premsa. És una pàgina web molt completa i, en alguns apartats, actualitzada. Dic en alguns apartats perquè n'he fet un estudi força aprofundit i m'he adonat que, per exemple, en la secció 'Agenda d'activitats' des de l'any 2011 no s'hi publica res. Per tant, aquest és un punt a remarcar que ens mostra que hi ha una manca de cura en aquest mitjà que és tant important avui, en el món en què vivim.



A banda d'aquesta, l'Ajuntament també disposa de la pàgina web de Turisme, molt més interactiva i visual. Sincerament, si comparem les webs palamosines del Museu de la Pesca o de L'espai del Peix amb la de l'Ajuntament ens adonem ràpidament que aquesta última té molta feina a fer si no vol quedar en l'oblit tant dels palamosins i palamosines com de la gent estrangera. Sí que és cert que cada dia s'hi poden trobar novetats de tot

el que passa al poble i, per tant, és una bona font d'informació, però potser el que falta és un canvi en la manera com està estructurada la pàgina, ja que hi ha seccions com la que he mencionat més amunt que directament es podrien eliminar si no es fan servir.

Si bé és cert que hi ha algunes mancances també cal remarcar que, en general, és una pàgina web molt completa ja que compta tant amb la part més històrica del poble de Palamós i una petita explicació de l'entorn natural i el patrimoni cultural, com una part d'actualitat, situada a l'inici de la pàgina en la qual es poden trobar totes les activitats que es duran a terme al municipi en les pròximes setmanes. A més, també hi ha l'apartat 'Ajuntament' en el qual es poden trobar tots els òrgans de govern i totes les àrees i departaments que formen el municipi de Palamós, podent d'aquesta manera obtenir el telèfon de qualsevol àrea i, en algunes, fins i tot la pàgina web pròpia.

Mirant-la des del punt de vista d'una palamosina és una plataforma necessària per anar coneixent diàriament quines són les novetats del poble i, d'altra banda, mirant-la des del punt de vista del turista, penso que hi ha algun error perquè des d'aquesta mateixa pàgina, escrita solament en català, penso que per a un estranger es pot fer difícil trobar l'enllaç que el porti a la pàgina web oficial de turisme de Palamós. O bé s'ha de conèixer la pàgina, o bé s'ha de preguntar a algú ja que si es cerca al navegador Google la paraula "Palamós" la primera pàgina web que surt és la de l'ajuntament i no pas la de turisme, que seria l'adequada per a persones turistes que no entenen el català, doncs a *visitpalamos.cat* les explicacions estan fetes en diferents idiomes.

Revista del Baix Empordà, la revista cultural de casa nostra

Com hem vist a la primera etapa del treball quan parlàvem dels orígens de la premsa escrita de Palamós, la *Proa* des d'un primer moment va esdevenir una de les publicacions més importants del municipi, tant, que l'any 2001 quan van decidir tancar-la per falta de recursos i finançament una gran part de la població es va manifestar en contra d'aquesta decisió per la gran pèrdua cultural, històrica i patrimonial que suposava. D'aquesta manera, gràcies als intents persistents dels palamosins i palamosines, la *Proa* va renéixer, però aquesta vegada no només parlaria de Palamós, sinó que es convertia en una revista d'àmbit comarcal amb el nom *Revista del Baix Empordà*.

Va ser cap a l'any 2006 quan, després de molts canvis, la revista va néixer com a difusora

dels valors culturals i històrics del Baix Empordà. Tot allò que *La Proa* havia fet durant tants anys per Palamós, ara n'agafava el relleu aquesta revista baix empordanesa que parlaria tant del patrimoni arquitectònic de la zona, especialment l'íber i el medieval, com el paisatgístic de mar i muntanya, sense deixar de banda els personatges, oficis, l'art i la literatura, l'educació i les tradicions.

El canvi va ser molt positiu, doncs, segons l'estudi que va fer el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura de Catalunya l'any 2012, la revista compta amb un total de 23.000 lectors i, per tant, des de fa ja més de cinc anys és la capdavantera de la llista de publicacions trimestrals, bimensuals i mensuals de pagament escrites en català, tant a la província de Girona com a Catalunya. Aquesta dada demostra la gran acceptació que té aquesta capçalera a la comarca.

L'èxit de la revista ve donat, d'una banda, a la gran quantitat de col·laboradors habituals dels principals municipis del Baix Empordà com Santa Cristina d'Aro, Sant Feliu de Guíxols, Castell-Platja d'Aro, Calonge, Palamós, Palafrugell, Begur, Torroella de Montgrí o la Bisbal d'Empordà que donen a la revista uns aires de proximitat ben repartits per tota la comarca. Per altra banda, també compta amb un gran nombre de coneguts escriptors catalans que acaben d'arrodonir l'alta qualitat que presenta la revista.

L'editorial, de petit format, es troba situada a Palamós just a la mateixa seu on anys enrere s'editava *La Proa*, i conviu amb una estreta relació amb alguns dels mitjans comarcals com *Revista de Palafrugell*, Televisió Costa Brava, els serveis de premsa dels ajuntaments del Baix Empordà, el Consell Comarcal i la Diputació de Girona. D'aquesta manera entre tots col·laboren amb les publicacions i les iniciatives que troben adients i interessants per publicar a la comarca.

Està escrita íntegrament en català i es publica cada tres mesos. Fa uns anys les publicacions no arribaven a les 80 pàgines però actualment la revista pot allargar-se fins a les 140. Cada número està encapçalat per un tema principal, que és el que surt a la portada, i que es tracta des de diferents vessants periodístics i històrics per diversos autors. Es complementa amb altres articles de temàtica comarcal donant una visió àmplia de l'àmbit cultural, patrimonial i tradicional dels diferents municipis que formen part de la comarca. També es parla de l'actualitat d'equipaments, museus, exposicions

o entrevistes i s'escriuen notícies i esdeveniments procedents de tota la comarca per donar-li uns aires periodístics i no només històrics. Les últimes pàgines de la revista estan dedicades a l'espai de literatura on es poden trobar ressenyes amb recomanacions de llibres vinculats amb temes d'interès comarcal.

La *Revista del Baix Empordà* és molt més que una simple revista ja que els seus continguts de tan variada temàtica fan que els lectors puguin conèixer la història o els fets puntuals de qualsevol municipi del Baix Empordà. A més, dóna als seus lectors la oportunitat de gaudir d'una informació de proximitat que rarament trobarien en un mitjà més gran. Aquesta és la gran virtut dels mitjans locals que tenen la capacitat d'incidir en la seva població donant-li allò que més interessa, perquè treballa a peu de carrer i sap quines són les necessitats dels seus conciutadans.

TELEVISIÓ COSTA BRAVA: LA IMATGE AL SERVEI DE LA COMUNICACIÓ LOCAL



Ja que estem fent un estudi aprofundit dels mitjans locals que actualment treballen per mantenir els palamosins i palamosines ben informats, no hem d'oblidar-nos d'aquest.

Televisió Costa Brava, tot i ser un mitjà privat de cobertura d'àmbit comarcal, fa molta feina per Palamós ja que cobreix la gran majoria d'actes i esdeveniments importants que es duen a terme a la vila, per això crec necessari inserir-lo en aquest treball i fer-ne un capítol a part, ja que, des del meu punt de vista, és un mitjà de comunicació local més de Palamós i, a més, és el mitjà local que més m'interessa destacar perquè és el lloc on he fet les pràctiques.

Història i evolució

Televisió Costa Brava va néixer el 15 d'agost de 1988, a ple estiu i amb el nom de TV Platja d'Aro. Va ser un grup d'amics format per quatre joves de Platja d'Aro que van decidir obrir una televisió local privada al seu municipi. Començaven amb moltes ganes i il·lusió per donar als seus veïns aquella informació de proximitat que les grans televisions d'aquell moment, Televisió Espanyola i TV3, no els podien donar o almenys, no amb tant detall. Malgrat aquesta empenta, al cap de dos mesos dels quatre socis només en va quedar un, l'actual Director de Televisió Costa Brava, Manel Rius.

"Els inicis van ser atrevits, molt atrevits", assegura Rius, això va ser degut a que en el moment de néixer encara no hi havia cap llei que regulés el funcionament de les televisions locals, tant a nivell nacional com estatal. De fet, com hem vist en el petit parèntesi de la història de les televisions locals, no va ser fins l'any 1995 quan l'Estat va escriure una normativa per les TVL.

Des d'un primer moment, Televisió Platja d'Aro va néixer com una televisió local privada que sempre ha treballat amb professionals del sector remunerats.

Primeres emissions i l'aposta pel directe

L'any 88 es van fer diverses emissions en format magazín i entrevistes i l'arrancada forta va ser l'any 89 amb les emissions en directe del carnaval de Platja d'Aro. El 1991 també va ser una data a remarcar ja que van anar més enllà i van fer en directe les havaneres

de Platja d'Aro. Les ganes de fer directe les han tingut sempre, però no sempre ha estat possible perquè la tecnologia d'aquells anys era molt cara i complexa, tot i això, Televisió Costa Brava ho va aconseguir i, fins i tot, es pot dir que van ser de les primeres televisions locals de la zona en fer directes.

Actualment, el fet de tenir la unitat mòbil i les eines necessàries per poder fer directes a qualsevol lloc és un tret diferencial entre TVCB i altres televisions locals. A més, això els dóna prestigi i qualitat.

A banda dels directes, les emissions regulars van començar aviat, doncs a partir del 89 amb els primers directes, la televisió emetia regularment en horari *prime time* de 21.00 a 24.00h.

TV Platja d'Aro va començar amb gran embranzida, doncs ja als inicis comptava amb dos centres de producció situats pel municipi de Platja d'Aro. El fet que dos dels quatre socis tinguessin productora de vídeo va facilitar la feina i van poder-se dividir per cobrir i produir alhora diferents informacions. A mesura que han anat passant els anys Televisió Costa Brava ha hagut de buscar un local més espaiós ja que el fet d'anar-se professionalitzant també ha suposat que vagi creixent el nombre de persones que hi treballen i, per tant, augmentar també el nombre d'aparells tecnològics necessaris.

La cobertura: de l'àmbit local al comarcal

Els primers temps, Televisió Platja d'Aro només treballava per Platja d'Aro però la gran novetat que suposava tenir una televisió al municipi va fer que els municipis veïns despertessin la seva curiositat i, a partir d'aquell moment, van començar a rebre peticions dels pobles del voltant de Platja d'Aro: Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina, Palamós i Calonge-Sant Antoni també volien ser partícips de la televisió. D'aquesta manera, i sense voler-ho el mateix impulsor del projecte amb el seu grup de treball, van veure la necessitat d'ampliar la cobertura del marc territorial. I amb això, van haver de canviar el nom de la televisió ja que ja no només cobria el municipi de Platja d'Aro, sinó alguns pobles de la Costa Brava centre. Aquest canvi de nom es va fer durant l'apagada de la televisió en les Olimpíades del 92 a Barcelona, quan l'Estat va obligar a totes les televisions locals que deixessin d'emetre durant els 40 dies que durava aquest esdeveniment esportiu mundial. L'apagada puntual de les TVL es justificava pel fet que

aquestes podrien provocar interferències i un efecte distorsionador. En aquest moment va ser quan TV Platja d'Aro va passar a ser Televisió Costa Brava.

L'any 2005, quan el Ministeri va fer les lleis de cobertura de les TVL, com ja he dit abans TV Palamós en va quedar exclosa, però en canvi Televisió Costa Brava no. De fet, TVCB va aconseguir poder tenir quatre antenes principals: una situada a Platja d'Aro, una a Sant Feliu de Guíxols, una a Palafrugell i una als Àngels. Aquesta última, que entra dins el gironès, va tenir problemes per ser acceptada ja que l'Estat deia que aquesta antena formava part de Girona i no de la Costa Brava. Finalment, es va aconseguir que fos acceptada ja que era necessària per la cobertura territorial comarcal que feia TVCB.

A banda de les quatre antenes principals hi ha repetidors repartits per tota l'àrea de cobertura de la televisió que en total sumen deu. Totes elles són propietat de la televisió, que, en un primer moment, va haver de fer un esforç immens per cobrir tota aquesta àrea si no volien haver de tancar la televisió.

Al ser una empresa privada, Televisió Costa Brava va decidir comprar el canal amb la TDT i les antenes necessàries corresponents que no pas haver de pagar 6.000 euros al mes a l'empresa Abertis. Una inversió important que a la llarga els sortirà a compte.

I ja que hem entrat a parlar de l'àrea de cobertura i de la despesa que va suposar poder cobrir-la és moment de veure com va ser el canvi de l'analògic al digital: l'arribada de la TDT. Però abans de conèixer com va viure-ho Televisió Costa Brava crec necessari entendre quina era la situació a Catalunya i com van viure-ho en general les TVL.

Un pas important, de l'analògic al digital

En el transcurs de la història de la comunicació de proximitat que les mateixes televisions locals han anat escrivint, trobem entre els anys dos mil i 2012 un capítol important sobre el pas de la televisió analògica a la digital. Crec que és necessari fer-hi un cop d'ull per entendre com han viscut aquest canvi les TVL.

A partir del 2000, després que el Govern central decidís no modificar la llei 41/1995 que regulava les televisions locals per ones terrestres, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i la Generalitat van decidir buscar noves vies per donar més seguretat jurídica al sector de la TVL que estava en funcionament feia més de quinze anys a

Catalunya. Doncs va ser l'any 2002, mentre el CAC i el Govern català provaven d'implantar un règim transitori, quan el Govern central va decidir que la llei de 1995 fos la base per fer el pas a la TDT i, per tant, no calia modificar-la.

La implantació de la televisió digital terrestre (TDT) suposava un avanç tecnològic molt important ja que és una implementació de tecnologia digital que proporciona un nombre de canals de televisió més elevat i una millor qualitat d'imatge i so. Funciona mitjançant ones de ràdio convencionals substituint així els transmissors per satèl·lit o cable, però utilitzant els mateixos centres emissors i les mateixes antenes que la televisió analògica. D'aquesta manera el canal radioelèctric integra quatre programes més serveis addicionals de transmissió de dades, en canvi l'analògic ocupava tot un canal per una sola emissora, Televisió Espanyola.

La televisió digital terrestre es recolzava sobre premisses econòmiques tot i justificar-se amb raons tècniques. Aquesta assegurava que una cobertura a partir de la comarca permetia la viabilitat econòmica de les televisions mentre que una cobertura inferior no. La proposta anava en paral·lel amb el model de TVL que el Govern català apostava des de finals dels noranta, el qual apostava per les emissores privades comercials d'abast comarcal.

La pressió que van fer el CAC i la Generalitat juntament amb totes les televisions locals catalanes va fer que el Govern central modifiqués, dos cops el mateix any, la llei 41/1995 per a dur a terme la digitalització de la televisió local. Tot coincidint amb la davallada de Quiero, la plataforma de pagament que havia guanyat el concurs de TDT d'abast estatal i que n'havia de liderar la implantació, el govern va aprofitar per canviar la llei i legislar que les TVL només podrien emetre en digital a partir de 2004. Aquesta no era una implantació gaire justa ja que la resta d'emissores tenien fins l'any 2012 per aturar les emissions analògiques.

Per sort, l'any 2003 el govern de l'Estat va tornar a modificar la llei del 95. Aquesta vegada feia un canvi fonamental amb el qual contemplava que l'emissió simultània analògica i digital de les TVL podria estar vigent fins l'1 de gener de 2008, sempre i quan l'espai ràdio-elèctric ho permetés. Aquesta modificació també va tenir en compte elements relatius a les emissions i els continguts que la llei del 95 no havia contemplat.

Per una banda, la llei definia, i defineix, que les TVL estan obligades a emetre continguts originals un mínim de quatre hores al dia i 32 a la setmana. Les quatre hores diàries d'emissió havien de correspondre als horaris *prime time* entre les 13.00 i les 16.00 i entre les 20.00 i les 23.00 i havien de ser emissions de temàtica local i d'arrelament al territori dins l'àmbit de cobertura de la televisió. A més, la llei també regulava que dins aquest horari elements com imatges fixes, publicitat, televenda, jocs i concursos promocionals no formarien part de la programació, per tant, no sumaven a les quatre hores mínimes d'emissió amb continguts originals, de la mateixa manera que tampoc comptaven com a originals els programes redifosos.

Va ser doncs a partir de l'any 2004 quan es va començar a dividir un procés de lenta reordenació que va acabar el 2010 amb l'apagada analògica a tot l'estat espanyol. El Pla Tècnic de 2004 definia certes demarcacions i en creava de noves fins arribar a les 281 a tot Espanya i 21 a Catalunya, totes elles formades per més d'un municipi. La creació de demarcacions pretenia delimitar els àmbits de cobertura dels diferents prestadors del servei, ja fossin públics o privats, és el cas de Televisió Costa Brava que juntament amb la televisió dels Pirineus són les úniques TVL de Catalunya auto prestadores de senyal de TDT. A més, incrementava el número de canals múltiplex assignats en algunes demarcacions i en permetia la gestió pública de fins a dos canals per múltiplex. I per últim, va ampliar l'escenari local fins a establir múltiples canals d'àmbit insular amb cobertura a cadascuna de les illes d'ambdós arxipèlags.

Una vegada les televisions locals van començar a emetre amb la TDT es podien diferenciar dos grups. D'una banda, aquells concessionaris que disposaven d'una televisió analògica que emetia en analògic a la zona, i per l'altra, els nous canals de televisió que sorgien juntament amb la TDT. Les televisions que emetien en analògic abans de la digitalització van continuar amb la seva programació habitual que, generalment, eren programes de proximitat amb la població juntament amb programes de caràcter més generalista. En canvi, les noves televisions creades per ser emeses per TDT, van experimentar una major especialització cap a continguts musicals, polítics, de cinema, etcètera. En referència a això, Manel Rius va explicar-me a l'entrevista mantinguda a principis de maig que: "la transmissió digital obliga a ser digital per la part de producció, és a dir, interiorment". Per tant, si només es feia un canvi d'aparells però

no s'actualitzava la manera de fer i pensar la televisió, aquella TVL es desmarcava de les que feien aquest canvi, ja que es notava a hores lluny que era una televisió local analògica disfressada de digital.

És per aquesta raó que en aquell moment Televisió Costa Brava va voler seguir el que feien les grans televisions com TV3: van canviar la producció analògica a digital per no desmarcar-se de les demás televisions. D'aquesta manera aconseguien que quan l'espectador canviava de canal, no notés cap canvi entre una imatge de TV3 i una de seva. Sí que es notava el canvi en la filosofia i els continguts però no en la part digital.

El tret diferencial entre la TDT-L⁹ d'arreu d'Espanya i la catalana és que a Catalunya les TVL tenen una programació de producció pròpia basada en la proximitat i centrada en la vida quotidiana de la població de la demarcació on s'emet. Aquesta és la principal característica que distingeix la TVL catalana digital dels operadors de gran abast que poques vegades emeten continguts d'aquest tipus.

Com hem anat veient, la proximitat està gairebé del tot estesa a Catalunya, tot i que hi ha algunes àrees, sobretot les més grans com l'àrea metropolitana de Barcelona, en les que la proximitat no és el principal objectiu dels mitjans locals degut a l'escassa identificació de la població amb un territori o barri concret.

La imposició de la TDT-L a Espanya va ser per les TVL de Catalunya una altra gran fita a recordar ja que, després d'anys d'espera, van aconseguir, per una banda, tenir una regulació legal amb la qual poder emetre tranquil·lament i alhora deixar enrere l'analògic i entrar a formar part del món de la digitalització.

Un món digital que, tant per Televisió Costa Brava com per les demás televisions locals, va suposar una despesa important que, fins i tot, va obligar a tancar algunes TVL. Les que van 'sobreviure' a aquest canvi ho han vist com quelcom positiu, doncs és el cas de TVCB que assegura que gràcies a la imposició de la TDT es van veure obligats a acabar de canviar tot l'aspecte tecnològic digital de la part de producció dels estudis. Uns canvis que havien començat a fer amb l'entrada de la tecnologia però que havien deixat a mitges pel gran esforç econòmic que suposava.

⁹ Televisió Digital Terrestre Local

Un esforç que s'ha vist recompensat ja que l'evolució més notòria que podem veure durant el recorregut que ha traçat al llarg dels anys Televisió Costa Brava és el canvi de l'analògic al digital.

Treballar amb analògic suposava comptar amb un capital financer molt elevat que, com és lògic, la gran majoria de TVL, ja fossin públiques o privades, no disposaven. És per això que l'analògic obligava a treballar amb una situació molt precària tot i posar-hi molts diners, ja que els recursos dels que disposaven eren mínims. El canvi al digital, tot i suposar també grans despeses en un primer moment, va ser de gran ajuda gràcies a la informatització dels equipaments i la digitalització dels aparells, amb els quals avui es pot tenir una gran competitivitat amb els equips. Ja no són necessaris quatre aparells per fer funcionar alguna cosa, avui, un sol aparell és capaç de fer-ho tot perquè ho té digitalitzat a la memòria.

Les fonts de finançament de les televisions locals catalanes

Abans d'entrar a entendre quines són les fonts de finançament de Televisió Costa Brava, fem un petit parèntesi per entendre quines són les fonts que utilitzen les televisions locals catalanes i d'aquesta manera entendrem perquè TVCB ho fa d'una o altra manera.

Parlar de la televisió local també implica entendre quines són les fonts de finançament que utilitza ja que aquesta és una de les característiques més importants del conjunt dels mitjans de comunicació local, que fa que hi hagi grans diferències entre uns i altres.

D'una banda, hi ha televisions locals que tenen la sort de disposar de molts recursos i, per tant, les seves iniciatives es fan possibles i poden cobrir tota o gairebé tota la informació del seu àmbit territorial, però, per l'altra, també hi ha aquelles televisions que escassegen en quant als recursos econòmics i, moltes vegades, han de treballar per sota de les seves possibilitats. Un petit exemple és el que Prado i Moragas van constatar en el seu estudi l'any 2002: a Catalunya coexisteixen televisions amb un pressupost i funcionament anual de menys de 30.000 euros amb emissores amb uns recursos d'1,2 milions d'euros anuals. Aquestes dades ens fan veure com de mal repartit està a vegades el món, però alhora ens adonem que amb pocs recursos i molta iniciativa es poden tirar endavant grans projectes. Perquè aquesta és una de les principals característiques de la

gran majoria de televisions locals de Catalunya, no necessiten gaires recursos econòmics per donar als seus ciutadans una informació de proximitat d'alta qualitat.

Com hem anat veient, cada televisió té la seva manera de funcionar i és per aquesta raó que hi ha múltiples fonts de finançament entre les televisions locals catalanes. Tot i això, les més habituals són els ingressos dels anuncis publicitaris, sobretot d'empreses i comerços locals o de la comarca que volen donar-se a conèixer. Quan l'any 1988 es van autoritzar a Espanya les televisions privades comercials d'abast estatal, les televisions locals van perdre la por que fins el moment tenien a emetre publicitat, pels tancaments governamentals que s'havien fet d'algunes TVL que n'emetien. A partir d'aquell instant, la presa de consciència va fer que la publicitat esdevingués una de les principals vies de finançament ja els primers anys noranta i, a partir de llavors, es va iniciar una comercialització del finançament de les televisions locals. De fet, en anys de bonança i deixant de banda la crisi econòmica que estem vivint aquests últims anys, la publicitat aconseguia cobrir més de la meitat del pressupost de funcionament de la majoria de les TVL. Ho feia, i ho fa en menys mesura, a partir dels espots que poden durar de 10 a 60 segons, a partir dels publireportatges, de 2 o 3 minuts confeccionats per la mateixa televisió com si fos una notícia, i a partir de la inserció de pantalles d'imatge fixa o text i sobreimpressions.

Una altra gran ajuda econòmica per les TVL són les subvencions, que poden ser de l'ajuntament del mateix municipi, de les diputacions, la Generalitat o l'Estat, entre d'altres.

Les quotes, les donacions, el lloguer de temps d'antena a empreses de televenda, la venda de programes i notícies i la prestació de serveis també són algunes de les fonts de finançament utilitzades per les televisions locals.

El cas de TVCB

L'any 1988 la butxaca dels quatre socis va ser la principal font de finançament necessària per l'arrancada de Televisió Platja d'Aro. I aquesta també va ser la principal conseqüència que amb pocs mesos només en quedés un. La publicitat en aquell moment no donava ni de bon tros els ingressos necessaris per tirar endavant una televisió, per això els impulsors havien de posar els diners de la seva part.

Avui, les principals fonts de finançament de la televisió són diverses. D'una banda i la més important és la publicitat, amb la qual el grup de gestió i màrqueting de TV Costa Brava ha de moure's i reinventar-se diàriament per trobar noves empreses que vulguin fer-se publicitat. És per això que les idees publicitàries han de ser cada dia més innovadores i han de poder desmarcar-se de la resta. La publicitat al grup de comunicació Costa Brava Global Media entra per diverses àrees. Ja sigui publicitat televisiva, publicitat radiofònica o publicitat en paper, a partir de la revista que edita aquest mateix grup. "Avui encara ven més la publicitat en paper que la publicitat electrònica", afirmava Manel Rius a l'entrevista¹⁰. D'altra banda, Lluïsa Martínez directora de la gestió i el màrqueting de TVCB, assegurava que una televisió local privada no podria sobreviure sense la publicitat perquè "és el combustible que fa moure tota la maquinària". "En els últims anys la publicitat ha baixat sota mínims, la manera per mantenir la línia de flotació sense perillar ha estat crear nous productes, buscar opcions per engrescar a les empreses a fer-se publicitat, la qüestió és reinventar-se diàriament", remarcava Lluïsa a l'entrevista¹¹.

Per altra banda, l'altra important font de finançament és la venda i intercanvi de programes, imatges, documentals i notícies que Televisió Costa Brava produeix i que ven a la plataforma multimèdia La Xarxa i a Televisió de Catalunya, TV3. D'aquesta manera els continguts que es creen a la televisió no només s'emeten a aquesta sinó que arriben a moltes altres televisions.

Altres fonts de finançament per l'empresa són les subvencions que rep de la Generalitat i de l'Estat i els convenis amb ajuntaments o amb altres administracions. Petites ajudes que sumen a un total anual que serveix de gran ajuda per seguir endavant.

La última novetat de Televisió Costa Brava és l'aposta per la unitat mòbil que és capaç d'emetre gravacions a qualsevol lloc en directe i en *streaming* per a privats. L'*streaming* és una nova manera d'enviar i rebre arxius de vídeo o d'àudio. En el cas de TV Costa Brava, el que fan és proporcionar als internautes el que les càmeres de televisió estan gravant en aquell mateix moment. D'aquesta manera es pot veure la gravació en directe

¹⁰ Entrevista feta dimarts 6 de maig als estudis de Televisió Costa Brava, Annex pàg. 62, pregunta núm. 7

¹¹ Annex, pàgina 66

des d'Internet. L'*streaming*, per aquells que s'ho poden permetre, és una aposta intel·ligent avui, ja que vivim en un món on tot gira al voltant d'Internet.

Internet, un món frenètic i canviant

La incorporació de les noves tecnologies i Internet als mitjans de comunicació a la segona meitat dels anys noranta va obligar a plantejar-se el seu paper comunicatiu. Les noves tecnologies han afectat al periodisme en tots els àmbits de la comunicació, tant nacional com local, i en tant a l'obtenció d'informació com en la difusió d'aquesta. Avui en dia, la possibilitat que qualsevol persona pugui rebre i emetre informació de la mateixa manera que ho fa un mitjà de comunicació desvirtua del tot la imatge tradicional del procés de la comunicació.

Poc abans dels anys dos mil, arribats a aquest punt, les televisions locals catalanes van veure la necessitat de fer servir Internet com una eina més de treball. Això és degut a que Internet ofereix una gran quantitat de possibilitats al sector de la comunicació local per difondre els seus missatges amb la finalitat de guanyar inversions econòmiques.

Així mateix va fer-ho Televisió Costa Brava que va crear un diari digital (*costabradigital.cat*) en el qual penja diàriament totes les notícies que es van elaborant a la redacció de la televisió. D'aquesta manera manté una constant actualització de la informació de proximitat. Manel Rius, a l'entrevista em deia: "has d'estar pendent de tot el que passa al teu voltant, no pots oblidar-ho perquè sinó se't caduca la pàgina" i després afegia: "hem de refrescar contínuament el nostre navegador". Així és com Manel Rius assegura que la manera d'anar millorant la feina que fan els mitjans de comunicació, en aquest cas Televisió Costa Brava, és seguir una estructura organitzativa tecnològica acurada i, sobretot, anar-se plantejant constantment com evoluciona la societat i anar evolucionant amb ella per estar al dia de les seves necessitats.

És per aquesta raó que els anys dos mil Televisió Costa Brava va deixar de ser només una televisió local privada per convertir-se en un grup de comunicació: Costa Brava Global Media.

El grup de comunicació Costa Brava Global Media és una plataforma multimèdia formada per diferents mitjans de comunicació que treballen, especialment, per la

comunicació local de la Costa Brava Centre i el Baix Empordà. Està formada per una televisió, dues emissores de ràdio, un diari digital i una revista en paper. Aquests mitjans no competeixen entre ells, sinó tot al contrari, estan totalment coordinats i es complementen els uns amb els altres.

D'aquesta manera, la diversitat de formats en què s'emet la informació des del grup de comunicació Costa Brava Global Media està segmentada i és així com s'aconsegueix arribar a tot tipus de consumidors. Des d'espectadors de televisió, fins a oients de ràdio, lectors de premsa escrita i internautes. A més, el públic al que va dirigida la informació local, que confecciona diàriament el grup de comunicació, no només arriba a aquells consumidors de proximitat al territori sinó també a aquells que s'interessen a partir d'Internet i les xarxes socials i, per tant, espectadors que poden ser de qualsevol punt del planeta.

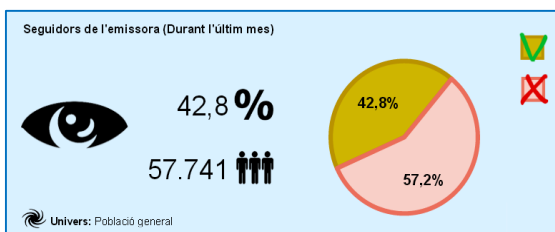
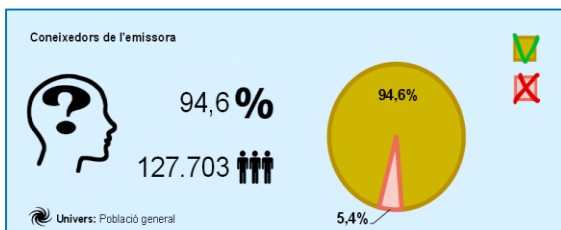
Tot i això, Manel Rius assegura que Internet no té la mateixa importància per tothom, doncs creu que hi ha un tipus d'espectador que segueix tenint més ganes de seure al sofà a veure la televisió, que no pas veure-ho tot a la xarxa. Aquest punt d'inflexió crec que és interessant de ser estudiat, per aquesta raó i ja que parlem de la història i actualitat de Televisió Costa Brava, a continuació faré una lectura aprofundida de l'últim índex d'audiència de la televisió. D'aquesta manera entendrem quin és el *target* de TVCB.

El telespectador a partir dels índex d'audiència

El mes d'octubre de 2013, Televisió Costa Brava va contractar l'empresa Infortècnica perquè realitzés un estudi sobre els seus índex d'audiència. L'estudi està considerat un mostreig probabilístic, aleatori simple i va comptar amb un total de 378 entrevistes telefòniques a la població major de 15 anys. L'àrea d'estudi és el mateix que l'àrea de cobertura de la televisió, per tant, la majoria dels municipis de la Costa Brava centre: Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina d'Aro, Castell-Platja d'Aro, Calonge, Palamós, Palafrugell, la Bisbal d'Empordà, Torroella de Montgrí, Castelló d'Empúries i L'escala.

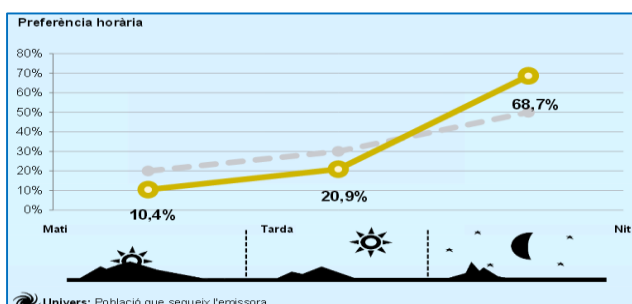
Les primeres dades són del tot rellevants, doncs ens mostren que Televisió Costa Brava és coneguda pel 94,6 per cent de la població de la Costa Brava i que en l'últim mes abans de fer l'enquesta la van seguir un total de 57.700 persones durant 15 minuts al dia de

mitjana. I sobre el total de la població, el temps mitjà d'audiència és de 6 minuts i obté un 3,6% de comparticions.



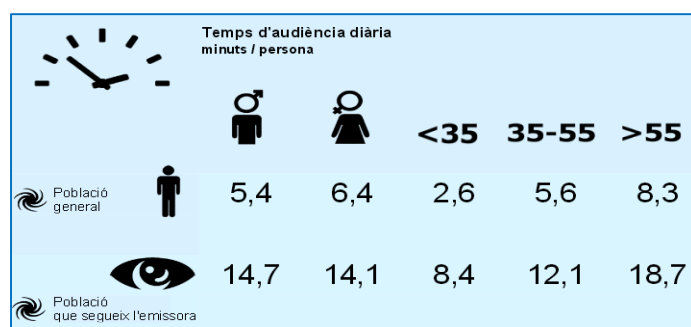
Una altra dada rellevant és la que ens diu quina va ser la darrera vegada que els espectadors de TVCB van seguir l'emissora. Del 20% total, un 18,1% d'espectadors feia només un dia que l'havia seguit; un 9,0% de 2 a 7 dies i un 15,7% feia de 8 a 30 dies que no seguia la televisió.

Pel que fa a la preferència horària, els resultats de l'enquesta van en paral·lel amb la programació de la televisió: el matí, de tota la població que segueix l'emissora només un 10,4% ho segueix a aquest horari, doncs és quan menys programes s'emeten. La tarda té una preferència del 20,9% d'espectadors i la nit, un 68,7%. Això és degut a que durant l'horari *prime time* del vespre-nit, entre les 20.00h i les 24.00h, s'emeten tots els programes de més audiència i, a més, la nit és el moment en què més persones tenen temps per mirar la televisió.



L'estudi també va enfocar-se en dades per sexe i edat que ens aporten informació més concreta sobre el *target* de població de Televisió Costa Brava. Comencem pel sexe masculí per veure quins són els resultats de l'enquesta. Del 100% total, un 90,6% d'homes són coneixedors de l'emissora. D'altra banda, el tan per cent de dones que coneixen l'emissora és més elevat i arriba fins el 98,6%, per tant, gairebé tota la població femenina de la Costa Brava. D'aquests resultats i centrant-nos ara en persones d'ambdós sexes, aquells que tenen menys de 35 anys, un 94,5% coneix la televisió. Dels que tenen entre 35 i 55 anys, la coneixen un 94,6%, i dels més grans de 55, un 94,7%. Si bé la diferència és gairebé invisible, veiem que les persones adultes de més de mitjana edat són les que més coneixen l'existència de TVCB.

En referència al temps d'audiència diària dels espectadors, el quadre que veiem a continuació ens dóna molta informació per entendre que entre la població general que mira la televisió i entre la població que segueix l'emissora periòdicament, hi ha una diferència força remarcable que gairebé es triplica tant en els homes com en les dones. Pel que fa als tres grups d'edat que hem vist fa un moment, ens adonem que les persones majors de 55 anys són, amb diferència, les que passen més temps davant les emissions de Televisió Costa Brava. En contra, la població de menys de 35 és el grup d'edat que menys temps d'audiència diària acumula a aquest mitjà.






Per acabar, l'estudi compta amb un apartat d'informació complementària que estudia algunes de les vessants més tècniques. Per exemple, en les enquestes es va fer una pregunta sobre la qualitat del sistema que es responia marcant una d'aquestes tres opcions: sintonitzada correctament, de la qual un 89,5% de la població hi va estar d'acord; sintonitzada però no es veu bé, amb tan sols un 2,9%; i per últim l'opció: no es pot sintonitzar, amb un 7,6% de la població que coneix l'emissora i que segurament són persones a les quals no els arriba correctament el senyal digital de la TDT.

Una última pregunta molt interessant demanava la opinió dels enquestats sobre si creien que TV Costa Brava tenia més qualitats que les altres televisions. En el següent quadre podem veure que de les cinc possibles respostes la més triada va ser la que qualifica la televisió com un mitjà més independent que les demés tv's. I al darrere seu hi anava la resposta sobre ser el mitjà més objectiu amb un 41,2% dels vots. Dues dades molt positives que demostren que Televisió Costa Brava aposta per ser un mitjà de comunicació local que no es deixa influenciar pels altres mitjans més grans i que treballa perquè la seva informació sigui de qualitat i totalment neutral. Que no treballa per satisfer una classe política sinó per satisfer tota la seva població.

La resposta que defineix TVCB com una televisió més comercial que les altres també és positiva ja que la gran majoria de persones va escollir la casella del “no”, per tant, ens porta a veure que la població que segueix l'emissora no considera que TV Costa Brava sigui un mitjà gaire comercial en comparació amb les altres televisions.

En comparació a la resta de canals de televisió, com definiria el perfil de TV Costa Brava?

	 Si	Dubtos	 No
Mes divertit que la resta de canals	11,0%	44,6%	44,4%
Mes independent	60,3%	17,5%	22,2%
Mes amè	25,8%	36,3%	37,8%
Mes objectiu	41,2%	33,6%	25,1%
Mes comercial	22,4%	30,2%	47,5%

 **Univers:** Població que segueix l'emissora

En conclusió, després de veure les gràfiques de les audiències podem dir que l'audiència de Televisió Costa Brava és de persones de mitjana edat cap amunt, principalment perquè la televisió no fa ni emet programes per a la joventut, sinó més de caire informatiu. El *target* de la nostra televisió local és doncs aquell espectador que li agrada estar informat del que passa a casa, per tant, aquell que necessita veure informació de proximitat. Un *target* que no varia gaire en comparació a les altres televisions locals de la zona com TV Girona que com que no fan programes dedicats als joves, l'audiència amb el tant per cent més elevat és aquella de persones de mitjana edat cap a dalt.

OPINIÓ PÚBLICA I COMUNICACIÓ LOCAL

Per tal de conèixer de primera mà quina és la situació dels mitjans de comunicació local de Palamós vers els seus ciutadans he realitzat una enquesta popular a peu de carrer a cent palamosins i palamosines. L'enquesta està considerada de mostreig probabilístic, aleatori simple doncs hem de tenir en compte que Palamós és una població de 18.000 habitants i el nombre d'entrevistes a peu de carrer ha sigut de 100. Està realitzada durant els dies 19 i 20 de maig als llocs més concorreguts de Palamós: el Passeig del Mar, el Mercat i el Carrer Major situat al centre del poble i on hi ha més comerços.

L'estudi l'he dividit per sexe i edat, per tant, de les cent persones enquestades 50 són dones i 50 homes. D'aquests, 25 són noies menors de 35 anys; 25 són dones majors de 35; 25 són nois menors de 35 i 25 homes majors de 35. D'aquesta manera podrem descobrir les diferències a l'hora de conèixer o consumir mitjans de comunicació de Palamós entre sexe i edat.

Comencem doncs a veure quins han estat els resultats de cadascuna de les preguntes de l'enquesta. Per a veure-ho tot més clarament, a banda de l'explicació de cada pregunta i resposta, he elaborat unes gràfiques amb els resultats en tan per cent arrodonits a la dècima que ens ajudaran a entendre-ho millor.

Resultats de les enquestes: L'hora de la veritat

Les dues primeres preguntes de l'enquesta (1 i 2) eren sobre el sexe i l'edat de l'enquestat, per tant, no cal fer-ne cap gràfica perquè ja sabem que de les cent persones en sortiran quatre blocs diferents que ja he explicat més amunt.

La tercera pregunta fa referència a si l'enquestat o enquestada coneix algun mitjà de comunicació local de Palamós. Si bé potser és una pregunta òbvia, he trobat bàsic i necessari poder descobrir si els palamosins i palamosines tenen en compte la comunicació del seu municipi i, per tant, saber si coneixen o no algun mitjà de comunicació local.

3. Coneixes algun mitjà de comunicació local de Palamós?¹²

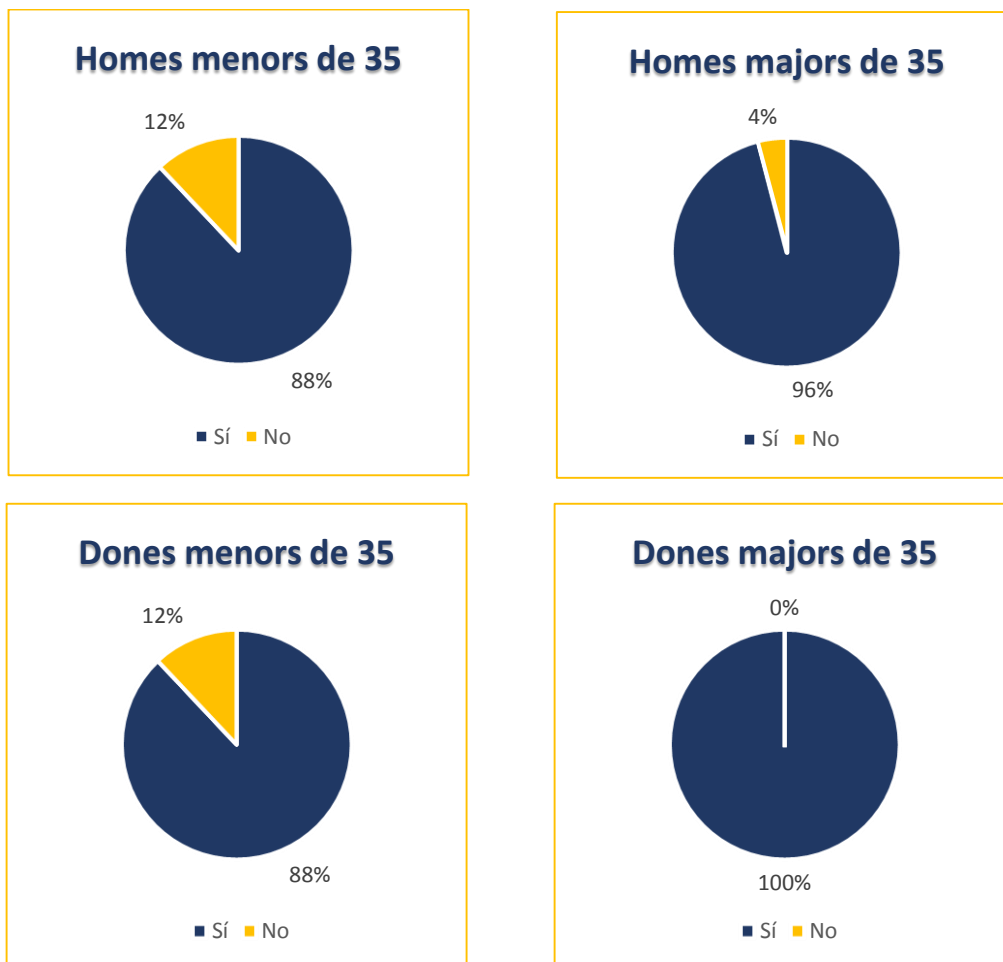
Ja sigui ràdio, premsa escrita, algun diari digital o pàgina web...

Sí

Ara mateix no

¹² Les preguntes que sortiran a continuació estan extretes de l'enquesta oficial adjunta a l'Annex

A continuació veiem els resultats de la pregunta a partir dels quatre gràfics de formatgets dividits per sexe i edat.



Tant en els homes com en les dones menors de 35 anys hi ha un 12% que no coneix cap mitjà de comunicació local de Palamós. Potser només és casualitat, però potser també significa que hi ha un problema que s'ha de resoldre aviat perquè els mitjans de comunicació locals deixin de passar desapercibuts per una part de la població jove.

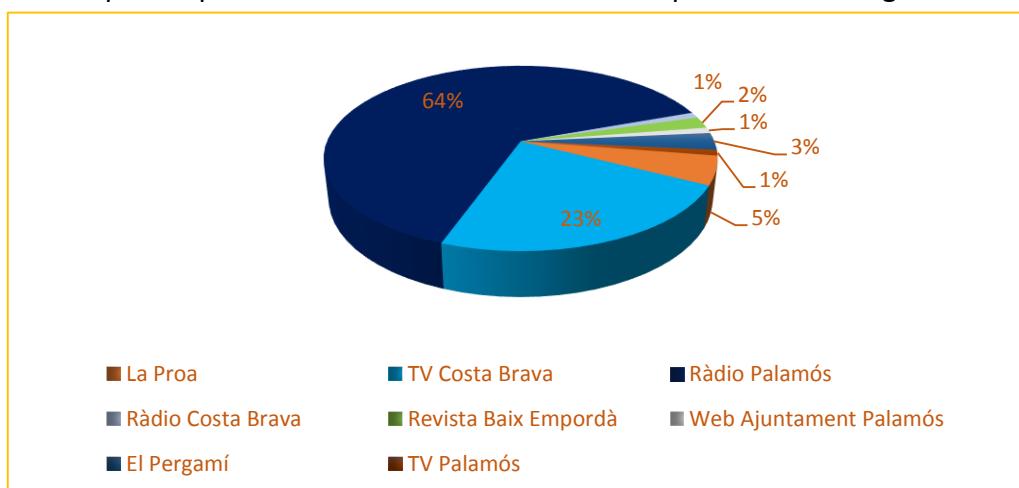
D'altra banda, dels homes majors de 35 només un no coneix cap mitjà i de les dones majors de 35 totes elles en coneixen algun. Aquests resultats ens fan veure que les dones coneixen més coses sobre Palamós que no pas les noies, els nois o els homes, doncs les 25 enquestades van respondre afirmativament a aquesta pregunta.

4. Si la resposta anterior ha estat afirmativa escriu a continuació el nom d'algun mitjà local que coneguis:

Com veiem, la pregunta quatre va en relació a la tercera ja que aquelles persones que van respondre "Sí" a l'anterior, van haver d'escriure algun mitjà local que coneguessin. Com que aquesta és una pregunta oberta que ha tingut respostes molt diverses i hi ha hagut persones que han escrit més d'una resposta, n'he fet una sola gràfica perquè veiem que moltes persones han coincidit a l'hora d'anomenar un mitjà de comunicació local.

A continuació descobrim que de les cent persones, un 64% va dir que coneix Ràdio Palamós com a mitjà de comunicació local; un 23% va anomenar Televisió Costa Brava i un 5% que correspon a un total de 6 persones (tenint en compte que aquest gràfic no és sobre 100 sinó sobre 125% ja que va haver-hi més d'una resposta en diversos casos) van dir que coneixien La Proa com a mitjà de comunicació de Palamós. Aquesta última resposta té la seva gràcia si considerem que La Proa com a diari local ja no existeix, sinó que actualment es diu La Revista del Baix Empordà i la seva àrea de cobertura és comarcal. Després de respondre'm això vaig explicar a les sis persones que La Proa com a tal ja no existia i em van dir que no n'estaven assabentats. El mateix va passar amb dues persones enquestades que van dir Televisió Palamós com a mitjà local actual (recordem que TV Palamós es va veure obligada a tancar l'any 2009). Aquestes respostes ens deixen un altre punt de reflexió: si realment els palamosins estan ben informats i s'interessen pel que passa a Palamós.

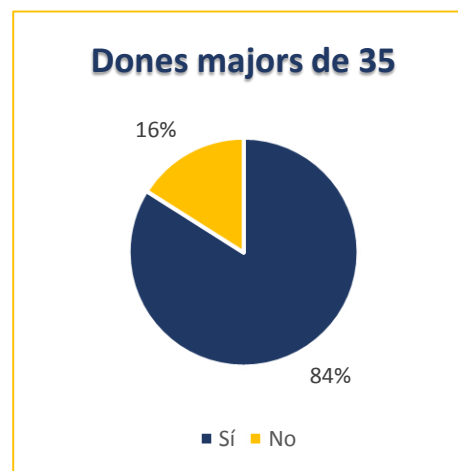
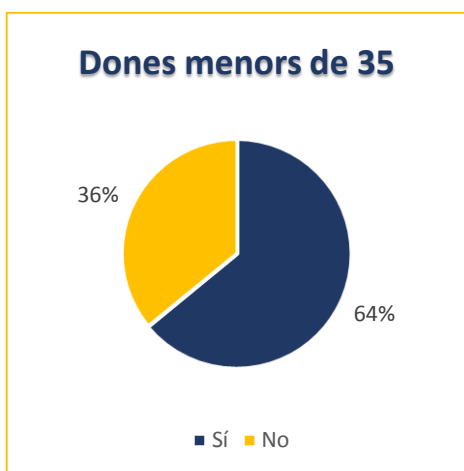
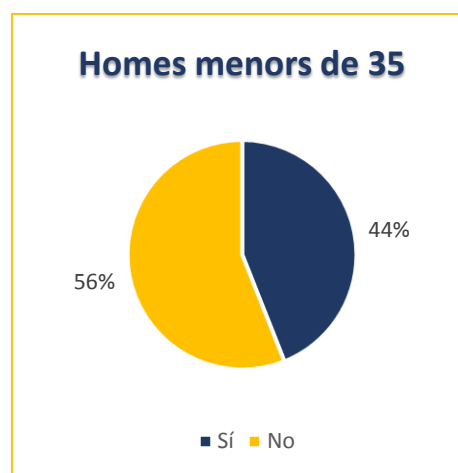
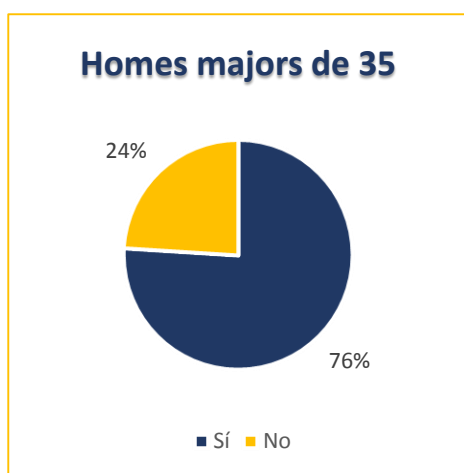
El *Pergamí*, periòdic gratuït que s'edita mensualment i que es reparteix per l'Empordà, va ser anomenat per un 3% del total. Una dada rellevant tenint en compte que el van anomenar més persones que la pàgina web de l'Ajuntament de Palamós o que La Revista del Baix Empordà que s'edita a Palamós. A continuació podem veure la gràfica:



Les preguntes que venen a continuació, la cinc i la sis, també van en concordança igual que la tres i la quatre. Doncs juntes ens ajudaran a fer-nos una idea de si els palamosins i palamosines són consumidors de la informació local del seu poble i de quins són els percentatges d'audiència dels mitjans de comunicació del municipi.

5. Consumeixes algun tipus d'informació dels mitjans locals de Palamós?

- Sí
- No consumeixo informació local només de mitjans nacionals o internacionals.



En aquesta pregunta les respostes són més variades que en les altres, doncs podem veure una clara diferència entre homes i dones. Dels homes, hi ha més respostes negatives que pas positives sobretot pel que fa en els menors de 35 anys que un 56%, que equival a 14 nois dels 25 enquestats, no consumeix cap tipus de mitjà de comunicació local. En relació als homes majors de 35, les xifres són més positives, doncs són només 6 els que no consumeixen informació local.

Pel que fa a les dones, veiem una clara diferència ja que de les 25 noies enquestades 9 van respondre “no” i de les dones majors de 35 només 4. Aquesta és la xifra més alta d’audiència dels mitjans de comunicació locals, per tant, podem fer-nos una idea general de quin tipus de públic tenen aquests mitjans.

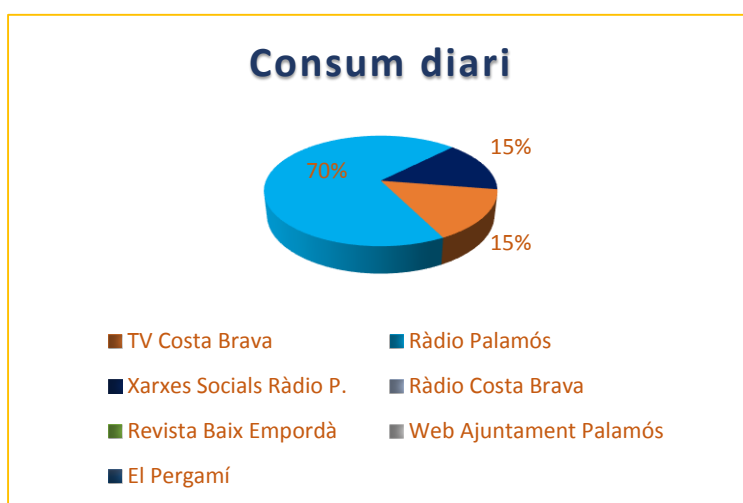
6. Si la resposta anterior ha estat afirmativa, quin mitjà local segueixes i amb quina freqüència?

Ja pot ser la televisió, la ràdio, la premsa, pàgines web locals o xarxes socials d’aquests...

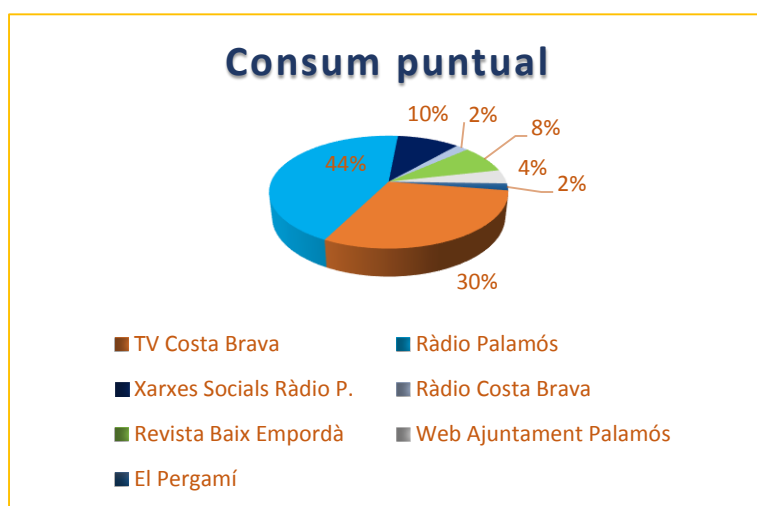
_____ Diàriament Puntualment

Aquesta pregunta, com que a part de la resposta escrita té dos apartats (diàriament i puntualment), l’he dividit en dos gràfics.

En el primer podem veure quantes persones consumeixen diàriament els mitjans de comunicació local de Palamós esmentats pels mateixos enquestats. De les cent persones que han respost que segueixen diàriament algun mitjà local, un 70% escolta cada dia Ràdio Palamós; un 15% s’informa a diari a partir de les xarxes socials o la web de Ràdio Palamós i el 15% restant són telespectadors diaris de Televisió Costa Brava. D’aquests tan per cents, les persones que escolten diàriament la Ràdio són gairebé totes homes i dones majors de 35 anys. L’audiència diària de les xarxes socials i la pàgina web de Ràdio Palamós està més repartida, doncs tant els homes de més de 35 anys com els nois i les noies de menys de 35 la consumeixen. Per últim, el 15% referent a l’audiència diària de TVCB ve donat pels homes i dones de més de 35 i les noies.



A continuació trobem el gràfic que estudia quins mitjans de comunicació consumeixen puntualment els palamosins i palamosines. Per començar, veiem que la dada més rellevant és, altra vegada, la de Ràdio Palamós que, del cent per cent, la segueixen puntualment un 44%, seguida de prop per Televisió Costa Brava amb un 30%. Un 10% dels enquestats segueixen de tant en tant la pàgina web i les XXSS de Ràdio Palamós. Els percentatges restants estan repartits amb un 8% de consum puntual a La Revista del Baix Empordà, que no apareix a la gràfica de consum diari perquè és una revista trimestral i per tant el seu consum no pot ser diari però sí habitual o puntual. Al seu costat trobem la pàgina web de l'Ajuntament de Palamós, seguida només per un 4% de la població i, finalment, amb una audiència d'un 2% tenim Ràdio Costa Brava i el Pergamí.



Les dues últimes preguntes de l'enquesta no són tan estadístiques sinó que són més d'opinió personal. Vaig creure necessari saber l'opinió dels ciutadans de Palamós sobre alguns punts que considero importants. En la pregunta número set vaig preguntar als enquestats sobre la proximitat dels mitjans de comunicació locals:

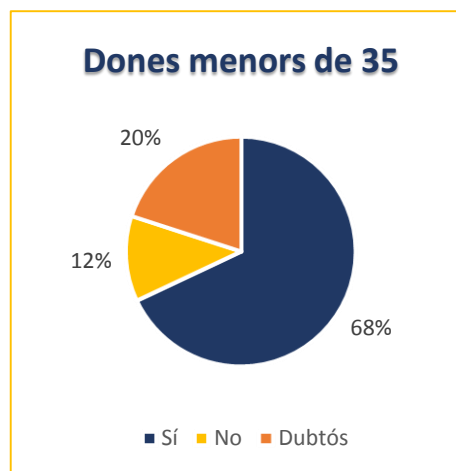
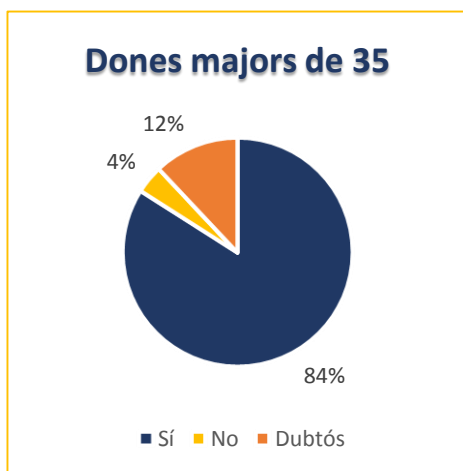
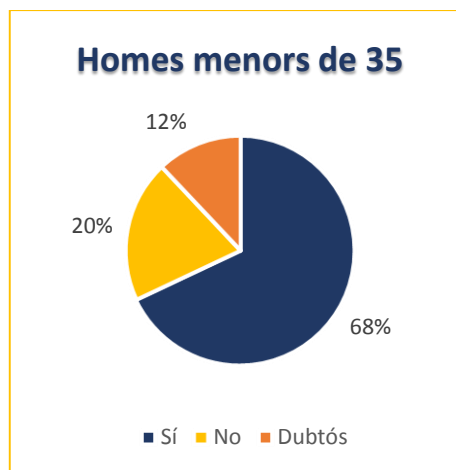
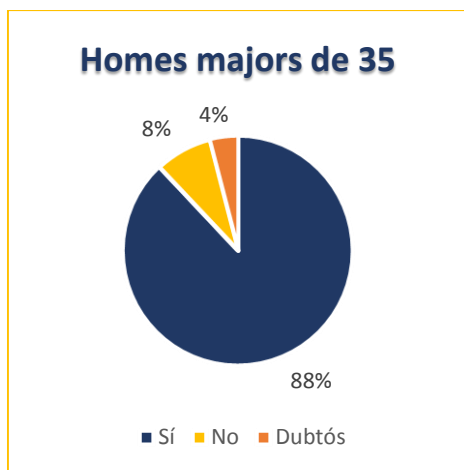
7. Creus que els mitjans de comunicació local són més propers al ciutadà que un mitjà gran (com TV3 o TVE)?

És a dir, si donen una informació més pròxima i de més confiança.

Sí No Dubtós

Els quatre grups enquestats coincideixen en que els mitjans de comunicació local són més propers que els mitjans de comunicació nacionals o estatals. Això queda demostrat en les gràfiques següents amb un predomini del color blau, que correspon al "Sí".

A banda de les respostes afirmatives no hem d'oblidar que també hi ha persones que dubten d'aquesta proximitat dels mitjans locals i altres que directament la neguen. El cas més clar el trobem en la gràfica dels homes menors de 35 anys on un 20% nega que els mitjans locals puguin ser més propers al ciutadà que els mitjans grans. D'altra banda trobem la gràfica de les dones menors de 35 que són més escèptiques que els altres grups enquestats, doncs un 20% va contestar "dubtós".



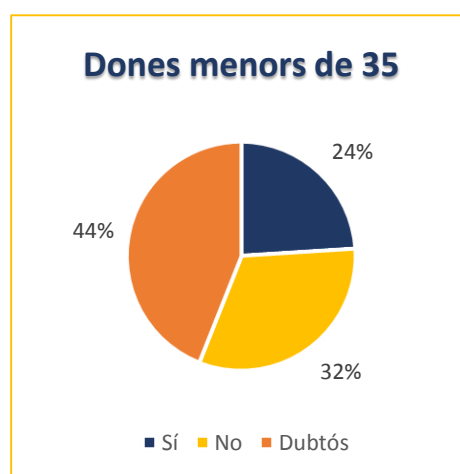
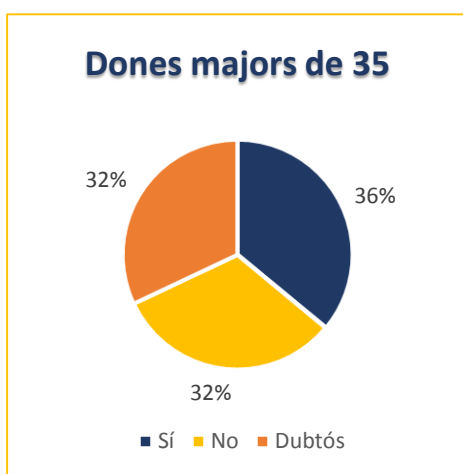
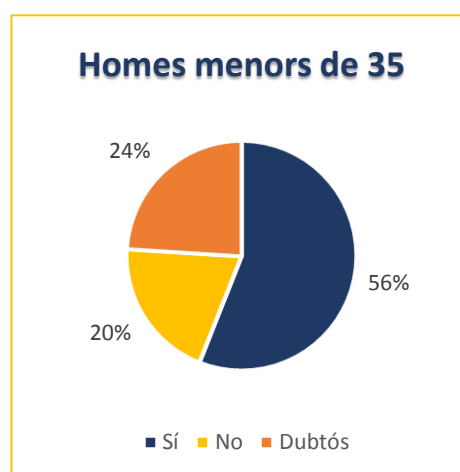
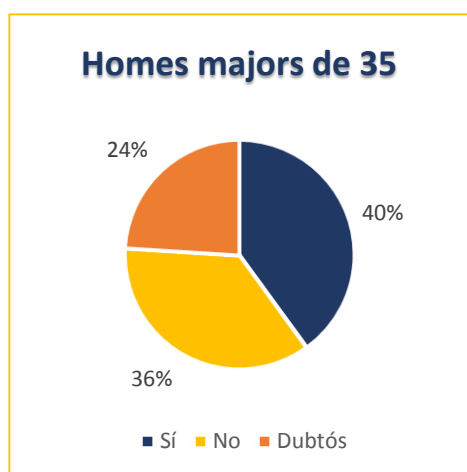
8. Creus que els mitjans de comunicació local són més objectius que un mitjà gran?

És a dir, si són més neutrals i donen la informació sense estar influenciats per cap partit polític, etc.

Sí No Dubtós

En aquesta última pregunta, igual que en la número set, també trobem diferències en les respostes dels quatre grups. En aquest cas no coincideixen tots en afirmar la objectivitat dels mitjans de comunicació local ja que un 44% de les dones menors de 35

anys ha dubtat d'aquesta afirmació i un 32% ho ha negat. En canvi, un 56% dels homes menors de 35 anys sí que creuen en la transparència i veracitat dels mitjans locals. D'altra banda cal remarcar que tant en la gràfica dels homes com en la de les dones majors de 35 anys els percentatges de les respostes afirmatives i negatives son gairebé iguals.



Conclusions de les enquestes: Què he descobert?

Després d'haver fet l'enquesta a 100 palamosins i palamosines i estudiar-ne els resultats obtinguts, he arribat a unes quantes conclusions.

Per una banda, que Ràdio Palamós és el mitjà local per excel·lència al municipi de Palamós, doncs en totes les gràfiques ha estat el mitjà més conegut i amb més audiència de Palamós. No només l'emissora tradicional, sinó també la seva pàgina web i les xarxes

socials de Facebook i Twitter que són consultades diàriament per un nombre força elevat de persones de molt diverses edats.

Pel que fa a la televisió, TV Costa Brava també té una bona rebuda entre els ciutadans de Palamós ja que, com hem pogut comprovar en la gràfica de la quarta pregunta sobre quin mitjà de comunicació local coneix l'enqu Coastat, ha obtingut un 23%. I en la sisena pregunta hem descobert que un 15% del total la mira diàriament i un 30%, puntualment. Aquestes són unes xifres força elevades si tenim en compte que de tots els mitjans de comunicació que hi ha a Palamós, una part de la població no s'informa a través de cap d'ells.

D'altra banda, cal remarcar la poca coneixença de La Revista del Baix Empordà que s'edita a Palamós i que, antigament, s'anomenava La Proa i era el mitjà de premsa escrita més important del municipi. El problema principal que he trobat d'aquest mitjà és que una gran part de la població no coneix la seva existència perquè o bé no són lectors de premsa o bé pensa que encara existeix La Proa com a mitjà local.

He de reconèixer que els resultats de les enquestes no m'han sorprès gaire, doncs, tot i que no ho sabia del cert, esperava que els enquestats de menys de 35 anys, tant els nois com les noies, no consumissin cap mitjà de comunicació local i així ha estat. De fet, sobretot en el cas dels nois, el tant per cent entre el "sí, consumeixo informació local" i el "no consumeixo informació local" ha guanyat el no. En el cas de les noies el sí passa per sobre del no, però els percentatges no són gaire diferents ja que estan repartits en un 36% (no) i un 64% (sí).

A tall d'anècdota m'agradaria recordar les dues persones enquestades que van respondre "Televisió Palamós" quan els vaig preguntar quin mitjà de comunicació local coneixien. Si bé és cert que va existir, l'enquesta anava referida als mitjans de comunicació de Palamós que treballen en l'actualitat, per tant, aquestes respostes queden només com un record divertit de dues persones despistades que, francament, no s'informen ni s'interessen pel que passa a Palamós.

CONCLUSIONS

Els mitjans de comunicació de proximitat lluiten diàriament per desfer-se de l'ofec que els provoca des de fa anys la crisi econòmica. A causa d'aquesta, la comunicació local viu en dependència dels recursos públics. La disminució de les assignacions municipals o les subvencions ha provocat el tancament d'alguns mitjans locals públics i ha obligat als demés a reduir pressupostos.

Com bé afirma l'últim Informe de la comunicació a Catalunya del 2011-2012 de la Universitat Autònoma de Barcelona, "les estratègies de supervivència davant de la persistent crisi de captació de recursos han passat per disminuir costos amb dos tipus d'accions: reduint plantilles i incrementant l'ús de continguts sindicats (oferts per La Xarxa i l'FMCLC)". D'aquestes dues accions, la primera és la principal raó per la qual els mitjans de comunicació de proximitat estan perdent la capacitat de donar un servei de màxima qualitat als ciutadans, doncs es fa una tasca molt difícil treballar amb molts menys recursos i amb el llistó tan alt.

Malgrat les dades negatives, hem de reconèixer el gran esforç que estan fent els mitjans locals catalans en un món on els grans mitjans nacionals i estatals s'emporten l'audiència i la publicitat però no les ganes de seguir lluitant per una comunicació propera i transparent.

La creació de La Xarxa de comunicació local de Catalunya ha esdevingut un dels factors més importants dels últims anys on els mitjans locals poden compartir projectes, intercanviar informacions i ajudar-se mútuament a completar els seus espais d'emissió.

També, una altra de les solucions per fer front a l'escassetat de recursos o al tancament és Internet. Molts mitjans de comunicació local, sobretot televisions locals, han optat per seguir les seves emissions en línia, ja que té uns costos estructurals més assequibles.

Aquest treball demostra com amb paciència i moltes ganes de fer, les coses es poden aconseguir. Només cal endinsar-nos en el primer capítol on parlem sobre la comunicació local de Palamós, dividit en tres etapes històriques, per veure i recordar les publicacions del *Semanario*, *Marinada* o *La Senyera* o les emissions de ràdio i televisió, totes

redactades i editades per joves emprenedors palamosins amb ganes d'informar i fer créixer l'esperit crític i cultural de la població.

Des dels seus orígens, l'any 1883, fins l'actualitat, 2014, la premsa palamosina ha reflectit amb més o menys intensitat i èxit, sota variades maneres de fer, la crònica de la realitat en cada situació històrica. D'aquesta manera arribem a la conclusió que durant aquests més de 130 anys de publicacions locals, Palamós ha aconseguit arribar als seus ciutadans amb el màxim rigor i la màxima veracitat però al mateix temps amb un to de proximitat i confiança.

La comunicació local a Palamós ha experimentat diversos daltabaixos, per bé que el *Semanario de Palamós* és una incipient mostra de que en el municipi existia un elevat esperit crític i una gran voluntat comunicativa.

A més, al llarg de la història trobem diaris i revistes tan importants com *Marinada*, la *Proa* o actualment *La Revista del Baix Empordà* i, canviant de registre, Ràdio Palamós o Televisió Costa Brava. Tots ells mitjans de comunicació local, públics o privats, amb el mateix esperit professional però alhora de proximitat que han aconseguit els reptes proposats, tots amb un objectiu comú: que els palamosins i les palamosines estiguin ben informats, però sobretot, que quedin convençuts de la informació rebuda.

Mitjans de comunicació públics però també privats com és el cas de Televisió Costa Brava de la qual li hem dedicat tot un capítol per poder entendre de primera mà com va néixer, créixer i viu actualment una televisió local privada. El seu exemple de superació i ganes d'anar fent-se gran dia a dia ens porta a reflexionar com n'és d'important estar al dia de tot el que passa al nostre voltant i seguir el ritme evolutiu de la societat per no perdre's en l'anonimat. Doncs, com assegurava el director de la televisió, Manel Rius, aquell mitjà que no segueix de prop els hàbits i gustos dels seus ciutadans i, per tant, no es modernitza i s'insereix en el món d'Internet, està destinat a ser oblidat.

Amb Televisió Costa Brava hem pogut descobrir que una televisió local o, en aquest cas, comarcal és capaç d'obtenir uns índex d'audiència elevats tot i competir amb les grans televisions nacionals i estatals, perquè és capaç d'oferir uns continguts absolutament marginats en els grans mitjans de comunicació.

A més, amb l'enquesta popular que vaig fer pels carrers de Palamós hem comprovat com els palamosins i palamosines coneixen i consumeixen aquest mitjà de comunicació que, tot i ser privat, treballa per Palamós igual que ho fan els mitjans públics com la Ràdio o la pàgina web de l'Ajuntament.

A partir de l'enquesta també ens hem adonat, entre moltes altres coses, que l'opinió pública sobre la comunicació local és sobretot de confiança, doncs en les gràfiques de la pregunta sobre si els mitjans locals són més pròxims que els nacionals les respostes han estat principalment afirmatives, per tant, els ciutadans de Palamós són conscients que els mitjans de comunicació local fan una tasca ben diferent als mitjans de comunicació nacionals o estatals. I és que no és el mateix treballar per ser l'emissora amb més audiència del país que treballar en cadena (com ofereix La Xarxa) pensant en arribar als ciutadans de manera propera, però alhora sense perdre la imparcialitat i l'objectivitat. I fent-ho, al mateix temps, amb pocs recursos econòmics i humans.

Palamós és, doncs, un municipi molt ric pel que fa a l'àmbit periodístic, ja que en cada època estudiada en la primera part del treball trobem algun mitjà de comunicació destacable. Tampoc cal oblidar la segona part del treball on trobem el gran paper que protagonitza Televisió Costa Brava tant al Baix Empordà com a la Costa Brava centre.

Els palamosins i palamosines hem de sentir-nos d'allò més orgullosos del nostre poble ja que, tant els nostres avantpassats com els que avui en dia porten el periodisme a Palamós, han aconseguit que tots plegats ens impregnem d'aquestes ganes d'estar informats i, potser també, ens vinguin ganes de col·laborar-hi per fer que la informació de proximitat no deixi mai de lluitar.

ANNEX

En l'annex d'aquest treball trobarem les dues entrevistes que vaig fer al director de Televisió Costa Brava, el senyor Manel Rius i a Lluïsa Martínez, cap de gestió i publicitat de Televisió Costa Brava. Amb aquestes entrevistes he tingut la oportunitat de conèixer de primera mà la història i evolució d'aquest mitjà de comunicació local que m'han servit de gran ajuda per traçar el segon capítol *Televisió Costa Brava: La imatge al servei de la comunicació local*. Tant en Manel com la Lluïsa es van bolcar per explicar-me de la millor manera aquesta història i van donar-me detalls i anècdotes gracioses difícils d'oblidar.

Per últim, trobarem adjunta l'enquesta oficial que vaig fer als cent ciutadans de Palamós.

MANEL RIUS, Director de Televisió Costa Brava

Inicis i evolució

1. Com van ser els inicis de Televisió Costa Brava?

- Van ser atrevits, molt atrevits, perquè en aquell moment érem uns 'pirates' ja que no hi havia autorització per obrir una emissora de televisió i com que a darrere hi havia les ganes de fer un servei públic i no pas de fer un negoci, vam ser doblement atrevits.

2. Quantes persones vau començar el projecte d'una televisió local a Platja d'Aro i quantes us vau quedar a tirar-lo endavant fins l'actualitat?

- Érem una colla de quatre amics que teníem ganes d'obrir una televisió. Al cap de dos mesos d'haver fet les proves pel Carnaval de Platja d'Aro de l'any 1989, només quedava jo.

3. Com ha evolucionat des de llavors la televisió?

- Tècnicament hem passat de l'analògic al digital. L'analògic era absolutament car i ens obligava a treballar d'una manera molt precària malgrat hi poséssim molts diners. Gràcies a la informatització, els equipaments s'han fet assequibles i s'ha pogut tenir una competitivitat gran amb els equips. En contrapartida, hem passat de ser tres canals de televisió (TV3, TV1 i TV2) i nosaltres (TVCB) a competir amb milers d'emissores i, a més, Internet. Això també ha fet que haguéssim d'anar-nos plantejant constantment l'evolució

al ritme de com evoluciona la societat i hem passat de ser una televisió a ser un grup de comunicació amb televisió, ràdio, diari digital i revista.

Evolució de l'espai

4. En quin lloc va néixer TVCB?

- A dos llocs diferents, un a l'Ero Centre de Platja d'Aro en el qual hi havia una àrea de producció i l'altra àrea de producció estava a unes galeries del municipi. La televisió comptava amb dos centres de producció perquè dels quatre socis, dos teníem productora de vídeo i, d'aquesta manera, cadascú produïa coses diferents al mateix temps.

5. Vau haver de canviar de local per buscar-ne un de més gran, ja que la televisió creixia i amb ella augmentaven tant les persones com el nombre d'aparells electrònics necessaris per fer-la funcionar?

- És clar, ens hem hagut d'anar professionalitzant cada vegada més fins arribar on som ara. Tenim un espai per a la redacció, un espai pels tècnics, un espai per a la direcció, una sala d'espera, una sala de gravació de ràdio i el plató de televisió.

Fons de finançament

6. En un primer moment, amb quin suport econòmic vau poder tirar endavant la televisió?

- La butxaca pròpia, per això els demés em van deixar sol, perquè publicitàriament costava molt d'aguantar-ho. Som una empresa privada que a part de tenir algun conveni públic, tot el demés és publicitat que hem de buscar.

7. I avui, quines són les principals fonts de finançament de la televisió?

- Bàsicament les idees publicitàries, tant a la televisió com a la revista que hem hagut de crear per vendre més publicitat, ja que encara avui la publicitat en paper és més ben rebuda que la publicitat en línia. També vivim dels programes i notícies que venem a La Xarxa i a TV3 i dels muntatges privats que fem en directe amb la unitat mòbil. L'última font de finançament per la que estem apostant és l' streaming, un servei que comencem a potenciar

perquè aquells clients que facin ponències puguin oferir-les en directe als internautes i, a més, l'endemà es troben penjades a Internet.

Les emissions de TVCB

8. Quina va ser la primera emissió i en quin any?

- Va ser una benvinguda i un magazín, l'any 1988. Has de pensar que en aquell moment funcionàvem amb una rulot i una antena i, per tant, poder fer un programa amb condicions no era gens fàcil.

9. I quan va començar a emetre una programació regular més que puntual?

Recordes en quin horari emetíeu?

- A partir dels carnivals de l'any 89 Televisió Platja d'Aro, que encara no havia canviat el nom a TV Costa Brava, va aconseguir emetre amb una programació del tot regular.
- Sí que recordo l'horari: començàvem a emetre a les nou del vespre i acabàvem a les dotze de la nit, en horari *prime time*.

10. Actualment, TVCB no només emet programes d'informatius, sinó programes de temàtica molt diversa. Quins creus que són els eixos que fan possible aquesta programació global?

- Doncs, per una banda hi ha els programes que fem nosaltres i per l'altra hi ha els intercanvis de programes que fem entre les televisions locals, amb l'ajuda de La Xarxa. Això ha estat l'invent més gran ja que amb aquest sistema d'intercanvis, que ja existia en els primers temps però es feia d'una altra manera, avui amb Internet tenim la possibilitat de descarregar-nos un programa d'una altra televisió amb menys d'una hora.

El telespectador

11. Quin tipus d'espectador té la televisió? Us centreu en un *target* concret o busqueu la globalitat?

- La idea és anar a tots els públics, però certament el *target* és de mitjana edat cap amunt. Bàsicament perquè no fem programes per als joves ja que estan massa bolcats a internet. Nosaltres creiem que el telespectador ideal de

Televisió Costa Brava és aquella persona que li agrada saber les coses de casa, un tipus de persona que vol conèixer la informació de proximitat.

12. Sabries dir aproximadament quin percentatge d'audiència té TVCB?

- Sí, tenim un estudi d'audiència de l'any 2013¹³.

Internet i les xarxes socials

13. Amb l'arribada de les noves tecnologies i Internet, vau veure de seguida la necessitat de crear una pàgina web on penjar tots els programes?

- Sí, hem vist que has d'estar en tot moment pendent de com evoluciona el mercat. Hem notat que creix l'espectador d'internet però per molt estrany que pugui semblar, tampoc no decreix l'espectador de televisió. Nosaltres pensem que encara existeix aquell espectador que té ganes de seure al sofà a veure la televisió.

14. En el diari digital, hi pengeu totes les notícies i alguns programes que emeteu per la televisió, creus que una part de l'audiència prefereix trobar-ho a la xarxa per poder-ho mirar quan vulgui que no pas mirar-ho en directe per la televisió?

- Sí, però crec que va en funció del tipus de vida que porta cada persona i de les edats. Hi ha una part molt jove de la població que vol un tipus determinat de programes de televisió i tot el demés li és igual. A més, hi ha molta desafecció política i això fa que es noti la davallada d'espectadors.

15. I és possible que avui les persones que miren la televisió siguin adultes i gent gran i, en canvi, els que s'informen a partir de la pàgina web sigui gent més jove?

- Sí, els que segueixen les pàgines web són joves i també aquelles persones que porten una vida molt informal, en el sentit que no poden permetre's el luxe de seure's al sofà a veure la televisió i que ho miren per Internet directament. També hi ha un tipus de persona que necessita estar al corrent de tot i sap que a Internet i les Xarxes Socials té la informació més immediata segon a segon.

¹³ L'estudi d'audiència està inserit dins el treball en el capítol Televisió Costa Brava: La imatge al servei de la Comunicació Local, pp. 45-48.

La TDT

16. El canvi de l'analògic al digital, l'any 2008, us va suposar una despesa molt gran?

- Sí, immensa.

17. Vau haver de fer grans canvis?

- Sí, la TDT va suposar un gran canvi ja que ens va exigir canviar tot l'aspecte tecnològic digital de la part de baixa freqüència dels estudis. La transmissió digital ens va obligar a canviar també la part de producció. Conec televisions locals que van digitalitzar-se a la TDT però no van digitalitzar-se per dins i aleshores l'espectador notava un gran canvi de mirar la televisió de tota la vida a canviar el canal i veure'n una de digital, per això es notava que era una televisió analògica disfressada de digital. Nosaltres vam apostar perquè això no passés, que quan el telespectador passés de mirar TV3 a mirar el nostre canal, que l'únic canvi que hi hagués fos un canvi de continguts i de filosofia.

L'actualitat

18. El fet de tenir una unitat mòbil i poder fer directes des de qualsevol punt fa que TVCB es desmarqui de les demés televisions locals? És a dir, des que compteu amb aquest suport, heu guanyat prestigi i qualitat?

- L'any 1991 ens vam estrenar en directe a les havaneres de Platja d'Aro. En aquell moment ens vam desmarcar de les altres televisions locals ja que vam ser uns privilegiats de poder comptar amb els equips per fer directes. Però tampoc podem dir que les altres televisions són competència perquè cobreixen altres àmbits territorials. Sí que hem guanyat prestigi i qualitat, perquè el directe per nosaltres és molt important i sempre que podem som al lloc i al moment oportú.

19. Com creus que pot anar millorant i creixent TVCB?

- Penso que tenint una bona estructura, una estructura organitzativa tecnològica acurada i estar al dia sempre de les necessitats de la societat. Hem de refrescar contínuament el nostre navegador.

Per últim

20. Com veus el futur de la televisió local a Catalunya?

- Ara ho veig bé. Antigament va haver-hi una saturació, però crec que avui s'estan consolidant.

LLUÏSA MARTÍNEZ, directora de la gestió i la publicitat de Televisió Costa Brava

1. Sense la publicitat pot sobreviure una televisió local privada com TVCB?

- No, impossible, de què es nodriria? La publicitat és el combustible que fa moure tota la maquinària.

2. En aquests últims anys de crisi econòmica, ha baixat molt la publicitat?

- Ha baixat moltíssim, estem sota mínims. Per mantenir la línia de flotació sense perillar hem hagut de crear nous productes. Hem buscat noves opcions que engresquin a la gent, per això hem creat la revista en paper que es publica trimestralment i que arriba fins els Pirineus i Andorra. Pensa que avui, les empreses no volen fer publicitat a l'hivern a la Costa Brava perquè saben que no hi ha turistes.

3. Com ho feu per tenir nous publicitaris? Us heu de moure molt?

- Ens hem de reinventar. Buscar la manera de trobar noves empreses i per aconseguir això treballem dia a dia recorrent la comarca.

4. Pot ésser que fa uns anys, en època de bonança, fins i tot hi hagués comerços que us venien a buscar per fer-se un anunci i ara és al revés?

- Mai. Són casos esporàdics i anecdòtics. Però vull remarcar que hi ha empreses que en algunes èpoques de l'any, com el Carnaval, les festes de Nadal o les Festes de Primavera, més enllà de la rendibilitat econòmica que hi puguin treure, inverteixen en els mitjans locals com una fórmula de reforçar l'esforç que les persones hi posem. D'aquesta manera les televisions locals guanyem col·laboradors i els estem eternament agraïts.

La comunicació local a Palamós

La comunicació local és aquella que dona a la seva població informació de proximitat amb un clar arrelament al territori. Els mitjans de comunicació locals treballen diàriament per fer que aquesta informació arribi als ciutadans dels municipis que cobreixen, però a vegades es fa una tasca difícil. Això és degut a la força dels grans mitjans nacionals, com TV3, que gairebé equiparen tota l'audiència.

1. Sexe

- Dona
 Home

2. Edat

- Menor de 35 anys
 Major de 35 anys

3. Coneixes algun mitjà de comunicació local de Palamós?

Ja sigui ràdio, premsa escrita, algun diari digital o pàgina web...

- Sí Ara mateix no

4. Si la resposta anterior ha estat afirmativa escriu a continuació el nom d'algun mitjà local que coneguis:

5. Consumeixes algun tipus d'informació dels mitjans locals de Palamós?

- Sí
 No consumeixo informació local només de mitjans nacionals o internacionals.

6. Si la resposta anterior ha estat afirmativa, quin mitjà local segueixes i amb quina freqüència?

Ja pot ser la televisió, la ràdio, la premsa, pàgines web locals o xarxes socials d'aquests...

_____ Diàriament Puntualment

7. Creus que els mitjans de comunicació local són més propers al ciutadà que un mitjà gran (com TV3 o TVE)?

És a dir, si donen una informació més pròxima i de més confiança.

- Sí No Dubtós

8. Creus que els mitjans de comunicació local són més objectius que un mitjà gran?

És a dir, si són més neutrals i donen la informació sense estar influenciats per cap partit polític, etc.

- Sí No Dubtós

BIBLIOGRAFIA

- **BERRIO, Jordi** (dir). *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya*. Barcelona, UAB, 1997.
- **DIVERSOS AUTORS**, *Informe de la comunicació local a Catalunya 2011-2012*. InCom-UAB. Barcelona, 2013.
- **COROMINAS, M.** *Televisió local a Catalunya*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2009.
- **COSTA, Lluís**. *La comunicació local*. UOC: Barcelona, 2009.
- **COSTA, Lluís**. *Televisió Girona, la comunicació de proximitat en l'era de la globalització*. Televisió Girona: Girona, 2005.
- **GUIMERÀ, J.À.** *La televisió local a Catalunya (1976-2006): gestació, naixement i transformacions*. Barcelona: CAC, 2007.
- **MAS, Oriol**. *Vint anys de Ràdio Palamós: 1982-2002*. ACAR, Associació Cultural d'Amics de la Ràdio: Palamós, 2002.
- **MORAGAS, Miquel de, Emili PRADO**. *La televisió local a Catalunya*, en *Quaderns del CAC*, número extraordinari, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2002.
- **SAPENA, Carles, R. M. MEDIR**. *Palamós: monografies locals*. 1a ed. Quaderns de la Revista de Girona, núm. 15. Girona: Diputació de Girona/Caixa d'Estalvis Provincial, 1988.
- **TORRENT, Joan, Rafel TESIS**. *Història de la premsa catalana*. Barcelona: Bruguera, 1966.
- **LÓPEZ, Xosé**. *Desafíos de la comunicación local: guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Vol. 11 de Colección periodística. Comunicación Social: Sevilla, 2004.

WEBGRAFIA

- Ajuntament de Palamós: <http://www.palamos.cat>
- Arxiu Ministeri de Cultura del Govern d'Espanya: http://prensahistorica.mcu.es/ca/consulta/resultados_busqueda_restringida.c?idOrigen=397&busq_faclocalidad=Palam%C3%B3s&descrip_faclocalidad=P

[alam%C3%B3s&tipoResultados=MRB](#)

- Arxiu Municipal de Girona de Premsa Digitalitzada:
<http://www.girona.cat/sgdap/cat/premsa.php>
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC):
<http://www.gencat.cat/drep/pdfIEA/IEA000006845/25867.pdf>
- La Xarxa de comunicació local: <http://www.laxarxa.com>
- Ràdio Palamós: <http://www.radiopalamos.cat>
- Revista del Baix Empordà: <http://www.revistabaixemporda.cat>