

Els barcelonins ja s'han acostumat a ells. Se'ls veu sovint, quasi sempre per parelles i carregats amb una càmera de televisió, als vagons del metro. No formen part, però, de cap film futurista d'aquells que ens descriuen un món vigilat per les òptiques amenaçants dels periodistes. Són, tot plegat, els professionals de Barcelona Televisió (BTV), un ens municipal que intenta des de ja fa uns mesos fer-se un lloc en la vida social de la ciutat.

El nou mitjà naixia tot just a finals de 1994 amb la creació d'una organització coneguda com a Coordinadora Barcelona Comunicació i que agrupa els centres emissors de televisió dels 10 districtes administratius de la ciutat de Barcelona els quals emeten els seus programes pel canal 39 de la banda UHF de televisió. L'Ajuntament en el seu moment posà a disposició de la Coordinadora uns estudis de televisió a la seu de l'Escola Municipal de Mitjans Audiovisuals, a la Via Laietana, i contractà per 60 milions de pessetes els serveis de la productora Lavínia, SL, a fi d'engegar l'emissió d'una programació televisiva d'àmbit estrictament ciutadà. Ara com ara, l'oferta televisiva feta des dels locals de la Via Laietana es concreta en l'emissió d'un informatiu que s'emet tres vegades al dia, un debat setmanal pel qual han passat com a moderadors reconeguts professionals del periodisme a més d'algun programa especial.

Un projecte engrescador. Qui en bona part fa possible el miracle diari d'aquesta televisió nounata és Xavier Capdevila, cap d'informatius. Aquest jove professional és conscient que el seu equip s'embarca en una aventura fascinant i plena de reptes. "Sóm 40 contractats en plantilla als quals cal afegir un segon grup d'uns 25 estudiants que treballen com a becaris fent una feina molt important de suport. La gent treballa molt i al sou i l'horari afegeixen un alt grau de voluntarietat i d'il·lusió extraordinari", explica Capdevila. Els resultats són de moment positius. De fet, el treball de la jove periodista sabadellenca que presenta el *Barcelona Notícies*, Isabel Gasset, i en especial la tasca de Toni Mestres al capdavant de la informació meteorològica han estat àmpliament aplaudits per la premsa. Una mostra evident que l'esforç paga la pena.

Però l'entusiasme dels professionals de Barcelona Televisió no pot amagar els dèficits que també existeixen. Cal dir que la producció feta per les televisions de districte és de molt mala qualitat i contrasta amb el nivell de dignitat que el centre de la Laietana ha aconseguit malgrat tenir una infraestructura limitada. "És una cosa evident —comenta el cap d'informatius— però haig de dir que abans era molt pitjor. Amb tot fem un gran esforç per millorar la

La televisió ciutadana

El 3 de novembre de 1994, s'iniciaven les emissions de Barcelona Televisió. Un ens informatiu municipal que neixia en la més absoluta de les alegalitats i sota l'acusació de ser una arma electoral controlada per Maragall. Després de mesos de polèmica, recobrada ja la calma, un grapat de professionals treballen cada dia per dignificar un projecte que encara és de futur.

qualitat de la producció feta als districtes. S'havia pensat que el centre de Barcelona Televisió fos un lloc de formació permanent de la gent que treballa als barris. Contractar professors de la Universitat Autònoma, de la Pompeu Fabra..., però tot això val diners i de moment ho hem de posposar".

Xavier Capdevila és, no obstant això, força optimista. Segons ell és cert que la informació meteorològica ha estat una de les fites més espectaculars a què han arribat de moment, però la forma en què es donen les notícies també és molt innovadora. "No només ens interessa



complir amb l'ortodòxia professional del periodisme quan fem notícies. Ens interessa tractar-hi la vessant més social. Volem mostrar a la pantalla molta gent que opini. Personalitzar el veí, un veí amb noms i cognoms. Intentem doncs, ampliar l'*suar system* televisiu de la ciutat i que el formen polítics, actors... i ciutadans." Els debats un cop per setmana al voltant de temes que toquen els problemes de la ciutat directament formen part també de l'estratègia de BTV. Com explica Xavier Capdevila, "la idea era fer també una televisió local que escapés a la imatge pèssima que en general hi ha de

El rostre d'Isabel Gasset, conductora del programa informatiu 'Barcelona Notícies', és cada cop més popular entre la gent de la ciutat. La jove periodista és juntament amb l'home del temps de Barcelona Televisió, Toni Mestres, la cara i els ulls d'un projecte municipal que de mica en mica va consolidant-se.

les televisions d'aquesta mena. Vam creure que era una bona idea vincular a la nostra experiència alguns dels rostres i de les veus més conegudes del món periodístic. Un debat d'interès per a la ciutadania i moderat per algun professional de prestigi n'eren la millor garantia. Per BTV han passat Josep Cuní, Xavier Sardà, Huertas Claveria, Antoni Serra, Josep Maria Martí entre molts d'altres".

Però la bona voluntat i les estratègies professionals no van evitar en el seu moment que la posada en funcionament de BTV aixequés interrogants entre els grups opositors al govern municipal de l'Ajuntament. La nova televisió, sorgida poc abans de les eleccions municipals de maig, va començar el seu camí sota la sospita de ser una arma electoral en mans de l'alcalde socialista. Els diaris parlaven precisament de la Telemaragall mentre que la Generalitat recordava la seva alegalitat i Miquel Roca dubtava públicament de la viabilitat del projecte tot tenint en compte l'escàs pressupost amb què aquesta es dotava. Fins i tot els més pessimistes anunciaven la desaparició de Barcelona Televisió en cas d'arribar els nacionalistes conservadors a l'alcaldia. Passades les eleccions i amb el panorama polític més tranquil, Capdevila assegura que les coses han canviat: "En realitat hi havia darrere de les suspicàcies dels polítics un gran desconeixement del que fèiem. Puc dir que el tractament informatiu de les eleccions ha estat correcte i molt neutral. Concretament el candidat de CiU ens va visitar i ha entès quin és el nostre treball. Puc assegurar que la por s'ha esvaït. Que Maragall surt molt a la televisió? Això és normal perquè ell és el polític que més responsabilitats directes té amb la ciutat, com sortiria molt Roca si ara fos l'alcalde de Barcelona".

Una alegalitat incòmoda. Els problemes de la televisió local de Barcelona no es redueixen, però, tan sols als malentesos i els dubtes de la classe política. Sobre el sector plana de forma amenaçadora i inquietant el projecte de llei per a les televisions locals aprovat pel consell de ministres a finals de desembre de 1994. El projecte, si passés sense esmenes, tal com està redactat ara, podria causar més d'un problema a les emissores de televisió dels municipis. A l'estat espanyol en l'actualitat funcionen unes 400 televisions locals essent la més antiga la de Cardedeu, la qual va fer la seva primera emissió el 7 de juny de 1980. Aureli Martín, president de l'Associación de Televisiones Locales, ha declarat molt recentment a la premsa que "l'audiència mitjana en l'estat d'aquestes emissores és d'un milió de telespectadors, malgrat que al 1993 l'Estudi General de Medis només en comptabilitzava cent vuitanta-dos mil". A més a més, Martín assegura que el sector dona feina a deu mil treballadors i mou uns deu

mil milions de pessetes en l'actualitat. El Principat compta 70 emissores d'aquesta mena i una audiència aproximada de 300.000 persones però que potencialment és de tres milions. Pel que fa al País Valencià volten la quarantena mentre que a les Illes Balears en fan un total de quinze. Si fossin certes aquestes dades l'estat hauria de posar molta cautela en la llei que pretén aplicar aviat. Les xifres la mereixen. D'aquí a molt poc temps, les televisions semblants a la de Barcelona poden veure limitada la seva àrea de cobertura a 4 quilòmetres de radi. La llei preveu també una potència de 110 wats amb una antena que haurà de tenir una alçària no superior als 30 metres. Però un dels temes que més preocupa els implicats és el de la publicitat. Les televisions dels municipis no podran emetre anuncis durant les hores de màxima audiència, és a dir, entre les 8 de la tarda i les 12 de la nit. Amb aquest panorama, el finançament, la gran qüestió de tota iniciativa amb voluntat de continuïtat, resta en l'aire.

Josep Roca, el director gerent de Barcelona Televisió, sabedor del marc legislatiu que s'acosta, s'afanya a dir que "hem d'entendre el període de funcionament de BTV com un període on ha dominat la provisionalitat. De moment el finançament ha estat possible gràcies a l'Ajuntament que enguany ha aportat uns 200 milions de pessetes". Aproximadament uns 25 d'aquests milions van a parar als centres productors dels deu districtes i la resta a la seu de la Laietana. Amb aquests diners es manté la plantilla de periodistes de BTV i també tot l'equipament tècnic que compta amb sis equips de càmeres High 8, tres càmeres d'estudi, tres cabines d'editatge i un control de continuïtat. Uns diners de moment, i pels resultats, suficients encara que en el futur podrien incrementar-se amb ingressos per publicitat. Ara mateix en aquest concepte s'ingressen uns dos milions de pessetes. Ingressos que depenen, certament, i com hem dit abans, de la futura llei. Però la qüestió és qui té por que les televisions locals creixin amb els ingressos per publicitat? Ben de segur que les grans cadenes, com Tele-5 o Antena 3 només per citar-ne dues. La realitat, fora temors innecessaris, és, no obstant això, tota una altra. Evidentment les televisions locals tenen un mercat potencial d'anunciant important però també és ben cert que distint del de les seves germanes grans. El botiguer de barri no pot, ni segurament tampoc



RICARD CUGAT

Josep Roca, director gerent de Barcelona Televisió, aposta per un model amb un pressupost contingut però que ahora sigui compatible amb la qualitat.



RICARD CUGAT

Xavier Capdevila, cap d'informatius de la televisió local de Barcelona, elabora un producte periodístic final que cerca acostar la notícia al ciutadà. La seva intenció és ampliar l'star system' televisiu de Barcelona amb la gent del carrer. Un nou model fortament marcat per la vessant social de l'actualitat.

no vol, anunciar-se posem per cas a Canal Plus. L'extrem és ben comprobable. D'altra banda, si una televisió controlada per una comunitat autònoma pot tenir anunciant a qualsevol hora, per què no ha de poder tenir-los una de comandada per un govern municipal?

El futur d'un nou mitjà. Fet i fet, i mentre la llei va fent el seu camí, Josep Roca i l'equip de BTV tenen clar el model de televisió que volen. "Volem un model

del barat, acotar en definitiva el creixement d'aquesta televisió, regular la despesa... cal cercar un esquema que permeti un pressupost mensual molt contingut i que alhora possibiliti una televisió de qualitat. Tothom ha de tenir clar que aquesta no pot ser una televisió que competeixi amb els grans canals, amb un pressupost desorbitant. El nostre és un projecte de televisió de serveis, de cara al ciutadà i es pot fer tal i com l'hem dissenyat", explica Roca. De moment les expectatives són bones. El director gerent assegura que fins al mes d'abril cada dia uns cent mil ciutadans van veure Barcelona Televisió i que aquesta xifra segurament s'haurà incrementat coincidint amb la campanya electoral i amb la presència del mitjà en la premsa. Un fet que no ens hauria d'estranyar donat l'interès que les televisions locals desperden entre les audiències de Catalunya.

Però el futur del sector audiovisual dels municipis també és ple de grans incògnites. La manera

en què quedarà fixada finalment la llei sobre les televisions locals, l'arribada del cable òptic que podria potenciar la capacitat de desenvolupament del mitjà, la tan esperada televisió digital, l'inevitable evolució dels models publicitaris... són reptes que s'hauran de combinar amb un canvi de mentalitat no tan sols dels productors sinó també dels receptors. El fet és que cada vegada més els consumidors d'informació cerquen un producte proper als seus interessos i preocupacions immediates. Aquesta tendència tan evident ha anat fent variar de mica en mica els continguts i plantejaments de les produccions i de les estratègies informatives. La proliferació de les edicions comarcals dels diaris, l'aparició de ràdios i televisions locals, la consolidació de les revistes de caire municipal o amb públics molt sectorialitzats és cada cop més una realitat que confirma aquesta nova forma de concebre la gran indústria de la comunicació.

Francesc Viadel