EL POU de la gallina
Revista manresana d'informació i opinió

La televisió a Manresa: de la informació local a la tecnologia més avançada

Amb el recent aterratge de Fibracat TV per a tot el territori català, el lideratge i el monopoli de Canal Taronja, com a canal d'informació local, continuarà intacte gràcies als objectius ben diferents de les dues empreses.

Segons podem llegir a l'estudi "Les televisions locals a Catalunya", publicat pel Consell Audiovisual de Catalunya: «El 7 de juny del 1980 la pionera de les televisions locals a Catalunya, Radiotelevisió de Cardedeu, feia la seva primera emissió experimental. Aquella experiència aviat es va veure repetida en altres localitats, superant totes les dificultats fins a arribar a constituir un dels teixits audiovisuals més plurals i descentralitzats d'Europa, i un valor fonamental del sistema comunicatiu català».

TVM

TV Manresa va néixer l'any 1984, gràcies a un grup de persones de la societat civil que ja dinamitzaven entitats i volien convertir Manresa en un lloc cultural viu i socialment actiu. Aquest conjunt de persones, entre les quals hi havia en Florenci Serra, recentment traspassat, van contactar amb «una colla d'aficionats al cinema i alguns professionals de la imatge i l'electrònica amb ganes de col·laborar», tal com explica Xavier Domènech, actualment director adjunt de "Regió7". En aquesta iniciativa també s'hi van sumar periodistes tant del món de la ràdio com de la premsa escrita i van organitzar unes emissions en directe des d'un àtic del passeig de Pere III, propietat del doctor Ramon Llatjós. Al cap d'un temps, per donar continuïtat al projecte, les emissions es van fer setmanals i van traslladar els estudis a Casa Caritat. Però, segons apunta Domènech, per consolidar el projecte calia incorporar professionals, ja que l'equip era amateur. I uns anys més tard, fou Jordi Luque, professional de la imatge, actualment a Canal Taronja, qui va agafar les regnes de la televisió local. És en aquella època quan apareix la marca Canal Bages, un canal que emetia la mateixa programació que TV Manresa, però estava registrada com a canal alternatiu perquè els dos canals emetien des de dos centres emissors distints.

Cap a l'any 2000, Luque traspassa l'emissora a un grup d'inversors format pel grup Zeta -propietari de mitjans com "El Periódico"- i Edicions Intercomarcals -empresa propietària de "Regió7". Tot i que la part més gran del pastís pertanyia al grup Zeta, aquest va cedir el lideratge de la gestió a "Regió7". D'aquesta manera, a principis del 2002 s'inauguren les emissions de TV Manresa des del mateix edifici del diari i amb periodistes provinents de "Regió7". Xavier Domènech en va ser el director fins que, el 2008, va agafar-ne el relleu el també periodista Jordi Morros. Finalment, el 2014 TV Manresa va deixar d'emetre, atès que va vendre's la llicència a Televisió del Berguedà, integrada en el grup de Canal Taronja.

Quant al panorama actual de les televisions locals, Domènech és contundent: «La digitalització ha canviat l'ecosistema». És a dir, «amb l'ecosistema analògic la diferència entre els mitjans locals i els generals era molt clara, ja que els segons no podien fer la feina dels primers». En canvi, l'ecosistema digital actual «permet que una mateixa plataforma integri tota mena de continguts, dels més generals als més locals». Se suposa que la comunicació de proximitat hauria de ser a priori un dels punts forts dels mitjans de comunicació locals, però Domènech no ho veu així. «Un consumidor actual de comunicació sent la mateixa proximitat amb el que passa al seu poble que el que passa a "Supervivientes"».



Enric Badia i Xavier Domènech amb Pasqual Maragall a TVM.

Canal Taronja

Per la seva banda, la periodista Pilar Goñi, directora de Canal Taronja, afirma que davant l'allau de mitjans escrits, de gratuïts i de publicacions online, la ràdio i la televisió per internet, el canal que dirigeix aposta per la rigorositat i per les informacions «totalment contrastades», amb la voluntat d'esdevenir un mitjà local de referència. Enfront de les grans plataformes de comunicació digitals, Goñi afirma que la televisió local «no ha de pretendre copiar els grans formats de les televisions gegants i «s'ha de centrar en el que passa al seu voltant, sempre amb vocació de servei públic». En el cas de mitjans com Canal Taronja, Goñi afirma que les reemissions de programes «són fonamentals per tenir una visibilitat més àmplia».

En opinió de Goñi, el fet diferencial de Canal Taronja és que «reflecteix el que passa al territori al qual dona cobertura i sap trobar les persones protagonistes del que passa a casa». Per això afirma que «no cal anar més lluny». I és que quan TV Manresa feia cinc anys que emetia de la mà de "Regió7", va aparèixer, l'any 2007, el Canal Taronja. I ho va fer simultàniament en tres municipis: Vic, Igualada i Manresa. Segons explica Goñi, Canal Taronja va néixer perquè el grup Taelus volia complementar l'oferta comunicativa, ja que en aquells moments comptava amb una emissora de ràdio, generalista i musical, i amb la revista gratuïta "Freqüència". La intenció de Ferran Debant, propietari del grup Taelus, era diversificar el producte informatiu i de continguts, i aprofitar les sinergies que els proporcionava la ràdio. Amb el pas dels anys i l'experiència adquirida, l'audiència de Canal Taronjal ha anat creixent a mesura que ha anat fidelitzant els teleespectadors. Goñi també destaca que «els milers d'espectadors dels tres canals ens enriqueix i ens posiciona en molt bon lloc com a mitjans de comunicació de casa».



Pilar Goñi, directora de Canal Taronja.

Fibracat TV

I com a mitjà de comunicació de casa, però en un sentit ben diferent, acaba de néixer Fibracat TV,

un nou canal de TDT en català, impulsat per Fibracat, el primer operador global de telecomunicacions de Catalunya. Tot i que Fibracat neix a Manresa, el 2003, a iniciativa de Josep Olivet i Meritxell Bautista, Fibracat TV no serà un mitjà local d'informació. Neix, segons Meritxell Bautista, per dos motius. En primer lloc, «en TDT, per potenciar la marca Fibracat, ja que arriba a tota la societat catalana, amb vuit milions d'espectadors potencials, i també per «materialitzar» els valors fundacionals de la companyia: l'empoderament femení i la revolució tecnològica amb tots aquells canvis socioeconòmics que aquesta portarà a curt termini».

L'abast nacional els permet oferir continguts propis i inèdits, tant del país com de l'estranger. De fet, segons Bautista, Fibracat TV pretén que s'aprimi l'escletxa digital que tant s'ha evidenciat entre els infants durant el confinament. Així, per exemple, ja s'hi mostren espais dedicats a la tecnologia per a nens. El nou canal recull la demanda social que permet fer visibles les desigualtats i apostar per un canvi de paradigma. «Volem traspassar el nostre codi ètic a la televisió», afirma Bautista. I ho faran, ja ho esta fent, des de Manresa, amb continguts d'arreu que tenen més a veure amb el món d'internet que amb de la televisió convencional. Una manera de fer televisió «que no existia fins ara», comenta Bautista. Els formats consisteixen en càpsules curtes, d'un a trenta minuts de durada, amb l'objectiu de captar l'atenció d'un públic «exigent, acostumat a consumir continguts rellevants i directes en poc temps». Per a Fibracat TV, l'actualitat no passarà per informar d'aquelles notícies que ja ofereixen els canals informatius generalistes i els canals més locals, sinó que se centrarà en tot allò que es mou a través de les xarxes socials i a l'entorn del món d'internet i les noves tecnologies.



Meritxell Bautista, presidenta de Fibracat TV.