

CCRTV INFORME ANUAL 1997

1.- CCRTV

La Corporació Catalana de Ràdio i Televisió disposa de diverses eines audiovisuals com a patrimoni al servei dels ciutadans de Catalunya:

4 canals de televisió generalista

4 canals de televisió temàtica

4 emissores de ràdio

1 centre de producció audiovisual

1.1 Activitats anuals

Els departaments de la CCRTV desenvolupen les seves activitats, bàsicament orientades a donar servei al conjunt de l'organització i les empreses filials.

Administració de Sistemes d'Informació (ASI)

S'ha seguit amb el desplegament de la xarxa **Intranet** que incorpora correu electrònic i serveis diversos d'anuncis de formació, recursos humans, ofertes, notícies de l'actualitat internacional i consulta a publicacions internes.

Aquest desplegament s'ha completat amb un pla de formació que durant el 1997 ha abastat 833 persones, el 85% de tot el personal de l'organització, de les quals un 65%, 537 persones, tenen accés a Internet.

També s'ha elaborat i aprovat un Pla Director de Sistemes d'Informació que abasta fins l'any 1999 que, entre altres aspectes, preveu l'adequació futura de tots els sistemes perquè no es vegin afectats per l'**efecte 2000** i perquè puguin acollir l'arribada de l'euro sense problemes.

Departament de relacions internacionals, estudis i continguts

El Departament de relacions internacionals, estudis i continguts ha coorganitzat, juntament amb el Parlament de Catalunya, les **Primeres Jornades parlamentàries sobre mitjans de comunicació audiovisual**, que han portat el títol "La televisió a l'era digital". Les Jornades van tenir lloc el 17 de març a la seu del Parlament de Catalunya. Entre els ponents que hi van participar cal destacar la presència de Carole Tongue, diputada al Parlament Europeu; Joan Majó, assessor de la Comissió Europea en matèria de tecnologia; Manuel Campo Vidal, vice-president d'Antena 3 TV; Juan Luís Cebrián, conseller delegat de Canal Plus; Maxime Lombardini, secretari general de TPS; Michael Gleave, assessor d'enginyeria de la BBC; Eduardo Alonso, director general de Telefónica Multimedia; Lluís de Carreras, president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya; Jordi Bosch, secretari general de RTVE; José Villaescusa, director general de Ràdio Televisió Valenciana, i Jordi Vilajoana, director general de la CCRTV.

El 19 de juny de 1997, la CCRTV ha concedit els **Premis Actual** -setena edició-, que premien el millor reportatge de periodisme d'acció o de risc d'àmbit internacional i el millor reportatge en llengua catalana realitzat per joves professionals.

El jurat internacional ha estat format per Lucia Newman, cap de la corresponsalia de la CNN a La Habana (Cuba), Chris Slaney, corresponsal de la WTN a Jerusalem (Israel), Melissa Baumann, directora del Media Peace Center a Ciutat del Cap (Sud-àfrica), David Munro, realitzador de programes d'actualitat a Carlton UK Television (Gran Bretanya) i guanyador del Premis Actual Internacional 1996, Malika Laïchour, realitzadora independent de nacionalitat algeriana i Joan Salvat, director del programa 30 Minuts, de TV3.

El Jurat Catalunya ha estat format per Miquel Garcia, periodista de TVC, Romà Gubern, catedràtic de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, Ma Eugènia Cuenca, membre del Consell d'Administració de la CCRTV i Susi Marquès i Àgata Estera, com a guanyadores de l'edició de 1996.

El Premi Actual Internacional s'ha concedit enguany a dos reportatges: *The Connection* (La xarxa), de Carlton UK Television, que revela el funcionament intern d'un càrtel de narcotràfic colombià, i *Lento regreso a casa*, de Televisió de Galícia, que

narra el retorn a Ruanda des de Zaire de milers de refugiats des del punt de vista de les diferents organitzacions humanitàries establertes a la zona.

El Premi Actual Catalunya ha estat per al reportatge *Portes obertes*, realitzat per Trini Gutiérrez i Glòria Boquizo, estudiants de la Facultat d'Audiovisuals de la Universitat Pompeu Fabra, que descriu la vida quotidiana a una residència de disminuïts psíquics de l'Anoia.

El 19 de juny, aquest departament ha organitzat el **Seminari internacional "Periodisme i conflicte"**, juntament amb la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Ramon Llull i l'Escola Universitària de Treball Social, amb l'objectiu de reflexionar sobre el paper del periodista en àrees de conflicte. Els ponents del Seminari han estat els següents professionals: Melissa Baumann, directora del Media Peace Center de Sud-àfrica, Malika Laïchour, periodista i realitzadora d'Algèria, David Munro, realitzador de la Carlton TV de la Gran Bretanya, expert en conflictes del sud-est asiàtic, Lucía Newman, corresponsal de la CNN a Cuba, Chris Slaney, director de la WTN a Jerusalem i Pablo Capilla, professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Ramon Llull i enviat especial a la Guerra del Golf l'any 1991.

El 1997 també ha estat l'any en què la CCRTV ha aconseguit traslladar a Barcelona la seu del **News World**, mercat internacional de programes informatius i de tecnologia del sector, que fins ara celebrava la seva reunió anual a Berlín. La primera edició del News World a Barcelona tindrà lloc el novembre de 1998 amb el conseqüent impuls econòmic i empresarial que això representa

1.2.- Principal d'Edicions

L'exercici 1997 ha estat el segon complet de Principal d'Edicions. Les seves activitats s'han desenvolupat en dues grans àrees de treball: Editora musical i Marca discogràfica.

Editora musical:

En l'activitat d'editora musical, ha continuat l'ampliació del catàleg d'obres que controla l'editora. Es tracta d'aconseguir que tota composició musical encarregada per qualsevol programa de la ràdio o de la televisió passi a ésser gestionada per l'editora de la CCRTV. D'aquesta manera, s'obté un doble avantatge: d'una banda, controlar la utilització de les obres musicals vinculades a les nostres programacions i, per l'altra, recuperar una part dels fons que la ràdio i la televisió paguen com a usuaris a les entitats de gestió.

Durant l'any 97, **l'editora musical ha ampliat el seu catàleg amb 237 noves obres**, integrat per composicions musicals creades per a les programacions de la ràdio i la televisió i per a sèries i pel·lícules en les quals participa com a productora alguna de les empreses de la CCRTV.

Una altra activitat desenvolupada per l'editora ha estat la d'assessorar els programes pel que fa a l'ús d'obres musicals preexistents i la seva adaptació al català, fent els tràmits necessaris quan ha calgut.

A un nivell més general, l'editora musical ha col·laborat a difondre el respecte a les obres i els seus autors i, també, a dinamitzar el sector dels compositors catalans.

TVC Disc:

El segell discogràfic de la CCRTV ha llançat al mercat diversos fonogrames que han permès complementar la tasca normalitzadora de les cadenes de TV i de les emissores de ràdio, ajudar a enfortir la seva presència social mitjançant els nostres productes i diversificar les activitats econòmiques de les nostres empreses. Durant

l'any, sota la marca TVC Disc, **han aparegut al mercat deu fonogrames** relacionats amb les nostres emissores i cadenes, que han assolit un volum de distribució de 150.000 unitats.

Ballem amb les tres bessones
Nissaga de poder
Transtomàtic exprés
Bojos pel ball
Sardana amb l'Orquestra
Barça - At. de Madrid
Passió per la música vol. 2
Supernadales
10è aniversari de Catalunya Música
50è aniversari de la Coral Sant Jordi

1.3.- Fundació la Marató de TV3

La VI edició de la Marató de TV3, celebrada el 14 de desembre de 1997, sota el lema "Un alè d'esperança", s'ha dedicat a les malalties genètiques hereditàries, especialment a la fibrosi quística i a les distròfies musculars. La recaptació ha estat de 689 milions de pessetes, que suposa el rècord de totes les edicions de la Marató.

La Marató 1997:

697 milions de pessetes

162.884 trucades

555 línies telefòniques

3.000 voluntaris

Ajuts a projectes de recerca de la V edició (1996)

El 27 de juny de 1997, la Fundació La Marató de TV3 va publicar la convocatòria d'ajuts a projectes de recerca de la Marató de 1996, dedicada a la recerca en neurociències. S'hi van presentar 120 projectes, amb una petició global de 2.750 milions de pessetes. Un cop avaluats per l'Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP), el Patronat de la Fundació va decidir atorgar ajuts a 37 projectes, per un import total de 601,5 milions de pessetes. També va atorgar un ajut especial de 10 milions a la Unitat d'esclerosi múltiple de la Ciutat Sanitària Vall d'Hebron, per a ser esmerçat en beques de formació d'especialistes en esclerosi múltiple.

2.- Televisió de Catalunya

Televisió de Catalunya és la cadena líder a Catalunya amb:
33.000m² d'instal·lacions a Sant Joan Despí
24.706 milions de pessetes de presupost
14.504 hores d'emissió anuals
13.124 milions de pessetes d'ingressos per publicitat
54,3% de programació pròpia

2.1.- Programes TV3

Les estratègies de programació de TV3 han combinat la rigorosa contenció de la despesa, l'aprofitament màxim dels recursos propis, la substitució de recursos materials per talent creatiu i l'aplicació d'estratègies tendents a fer compatibles la màxima competitivitat amb el necessari servei de televisió pública, capaç de satisfer els interessos dels ciutadans.

Els 15 programes més vistos de 1997

Font: Sofres A.M. Univers persones 4 i + anys: 5,974,477 = 100%. Programa de 15 o més minuts de durada.

1. Futbol Recopa: FC Barcelona - Paris St. Germain

Data: 14.5.97

Retransmissió

Audiència: 39,7

Quota: 71,8

2. Futbol Copa del Rei: R. Madrid - FC Barcelona

Data: 5.2.97

Retransmissió

Audiència: 34,6

Quota: 67,6

3. El vestidor

Data: 10.5.97

Producció pròpia

Audiència: 18,1

Quota: 43,7

4. Piromusical: Mercè 97 de tot cor

Data: 3.10.97

Retransmissió

Audiència: 17,7

Quota: 38,8

5. Nissaga de poder

Data: 3.1.97

Producció pròpia

Producció pròpia

Audiència: 13,5

Quota: 29,3

13. Telenotícies Vespre

Data: 7.1.97

Producció pròpia

Audiència: 13,4

Quota: 34,4

14. Sense títol 2

Data: 27.2.97

Producció pròpia

Audiència: 13,4

Quota: 28,8

15. Mr. Bean

Data: 26.1.97

Producció aliena

Audiència: 13,1

Quota: 34,5

La programació pròpia i aliena

1977 ha estat l'any que s'ha dut al màxim punt d'intensitat la potenciació de la programació pròpia, que ha experimentat un augment del 15 per cent respecte l'any anterior, quan ja aleshores s'havia incrementat notablement.

Pel que fa a la producció aliena, TV3 ha tingut una presència constant als mercats internacionals, amb unes estratègies de negociació i adquisició destinades a compensar positivament la feblesa d'una televisió pública d'un país petit. En aquest sentit, la signatura d'un contracte amb Time Warner, primer grup de comunicació al món, ens permet accedir a l'important fons cinematogràfic de Warner Bros., alhora que a d'altres importants volums de produccions internacionals.

La programació per gèneres:

•Entreteniment, magazines i concursos

Potenciació de les quatre grans franges de la programació diària: matí, tarda, prime-time i late-night.

En la franja del matí s'ha ampliat *Bon dia Catalunya* fins a quatre hores de durada, i la seva transformació en un magazine d'actualitat amb una forta caracterització periodística.

L'èxit del programa *Les 1.000 i una*, a la franja de late night, ha esdevingut en el seu moment una alternativa real, a Catalunya, a altres propostes de televisió en castellà adreçades al públic en aquesta franja horària.

S'ha potenciat la franja de tarda com a un tot adreçat a un públic familiar, amb components de people show, ficció i entreteniment, des del final de la telenovel·la fins el *Telenotícies vespre*.

S'han incrementat al màxim els programes de producció pròpia a la franja de prime-time, tot consolidant i potenciant formats experimentats i potents --*Sense títol 2, Força Barça*, etc.-- i alhora, descobrint-ne de nous, igualment innovadors i eficaços com ara *Bojos pel ball, L'envelat, Malalts de tele, Surti com surti, Màgic!, Qui ho diria!, El show de la Diana, Ja hi som! o Efectes secundaris*.

S'ha mantingut la presència a aquesta franja de programes de contingut i interès actual, en una línia històricament característica de TV3, com ara *El món d'Ariadna, Cas obert o Domini públic*, i fins i tot s'han recuperat, plenament renovats, formats clàssics com *Amor a primera vista*.

- Dramàtics

El manteniment de l'esforç encaminat a potenciar encara més i diversificar, en gèneres i registres, la producció pròpia de ficció, d'una banda, amb *Nissaga de poder* com la telenovel·la de més èxit de TV3, i de l'altra, la producció de noves sèries com *Sitges, Dones d'aigua, El joc de viure* i la continuació d'*Estació d'enllaç* --que ha experimentat igualment un èxit històric--, sense oblidar la recerca de nous registres d'expressió, com ara la presentació de Lloïl Bertran com a conductora d'un show d'entreteniment.

- Cinema i sèries

Hi ha hagut una presència de films de gran atractiu al prime-time, un important volum de pel·lícules adreçades a cinèfils o sectors especialment interessats en gèneres, una oferta de cinema familiar suficient, i alhora, telesèries com *Els misteris de Ruth Rendell*, les *Històries increïbles* i *Terra 2* de Steven Spielberg, clàssics com *Ironside, Bonanza, Superagent 86* i les darreres produccions en animació per a infants i adolescents. A l'estiu, s'han estrenat dues sèries de producció aliena, *Bigfoot* i els *Henderson* i *Ironside* (per primera vegada en català).

- Informatius - Informatius diaris

El departament d'Informatius diaris ha afrontat grans reptes informatius que han servit per consolidar el lideratge absolut dels Telenotícies, i per certificar la capacitat de resposta, mobilització i organització de la redacció.

Entre aquests reptes, recordem el desplegament amb motiu de l'assassinat de Miguel Ángel Blanco, la mort de la princesa Diana de Gal·les i el casament a Barcelona de la infanta Cristina de Borbó. Aquests esdeveniments de primera línia van originar l'enviament d'equips per fer cròniques i connexions en directe, i l'emissió de diversos programes especials, reportatges i retransmissions.

La intensitat de la informació internacional durant l'any s'ha traduït també en uns índexs molt elevats de productivitat de les delegacions de París, Brussel·les i Washington. La delegació de París ha generat un total de 233 informacions, entre cròniques, connexions en directe i trameses d'imatges; la delegació de Brussel·les un total de 165 i la de Washington un total de 325.

Pel que fa als nivells d'audiència, totes les edicions dels *Telenotícies* han augmentat les seves quotes al llarg de l'any passat, i han eixamplat distàncies respecte dels informatius de les altres cadenes.

- Informatius - Informatius no diaris

En el Departament dels Informatius no diaris, s'han seguit consolidant els resultats excel·lents del programa 30 minuts i s'ha treballat en la preparació i posada en marxa de noves produccions.

El nivell de producció pròpia es va situar en el 65%, i la proporció de reportatges referents a temes del país ha augmentat de manera notable respecte d'anys anteriors, fins a situar-se en el 49% del total. El programa ha incrementat en gairebé 2 punts la seva quota d'audiència mitjana.

Per les seves característiques especials, cal esmentar el programa *De Vacances*, que al llarg de 56 capítols ha ofert un recorregut pel territori dels Països Catalans de la mà de personatges coneguts, i el programa de resum de l'any, que incloïa entrevistes a protagonistes destacats de l'actualitat, i que ha obtingut un gran èxit d'audiència en la seva emissió la nit de cap d'any.

•Esports

El futbol ha assolit encara més quota de presència global a la televisió. Durant la temporada 97-98, tots els partits de Lliga de Primera Divisió han estat retransmesos per alguna de les cadenes de televisió de l'Estat o per les plataformes digitals.

El futbol ha marcat un any més la trajectòria del Departament d'Esports de TVC, especialment perquè ha estat un any en què el Barça ha arribat a la final de totes les competicions que ha disputat (Copa, Recopa, Lliga) a més d'altres fets extraesportius com les eleccions presidencials o la moció de censura.

TVC també ha donat prioritat a totes les competicions internacionals d'altres esports. En aquest sentit, s'ha pogut donar en directe la final de la Copa d'Europa d'Handbol, la Final Four de bàsquet i d'hoquei patins, el Giro d'Itàlia, la final de la Copa de la UEFA i el mundial de Fórmula 1.

Les estratègies de programació de TV3 han combinat la rigorosa contenció de la despesa, l'aprofitament màxim dels recursos propis, la substitució de recursos materials per talent creatiu i l'aplicació d'estratègies tendents a fer compatibles la màxima competitivitat amb el necessari servei de televisió pública, capaç de satisfer els interessos dels ciutadans.

Els 15 programes més vistos de 1997

Font: Sofres A.M. Univers persones 4 i + anys: 5,974,477 = 100%. Programa de 15 o més minuts de durada.

1. Futbol Recopa: FC Barcelona - Paris St. Germain

Data: 14.5.97

Retransmissió

Audiència: 39,7

Quota: 71,8

2. Futbol Copa del Rei: R. Madrid - FC Barcelona

Data: 5.2.97

Retransmissió

Audiència: 34,6

Quota: 67,6

3. El vestidor

Data: 10.5.97

Producció pròpia

Audiència: 18,1

Quota: 43,7

4. Piromusical: Mercè 97 de tot cor

Data: 3.10.97

Retransmissió

Audiència: 17,7

Quota: 38,8

5. Nissaga de poder

Data: 3.1.97

Producció pròpia

Audiència: 16,0

Quota: 43,6

6. La gran pel·lícula: Speed

Data: 9.10.97

Producció aliena

Audiència: 14,8

Quota: 37,3

7. Vides privades: El cor del Paral·lel

Data: 14.5.97

Producció pròpia

Audiència: 14,6

Quota: 33,0

8. Campanades de fi d'any

Data: 31.12.97

Retransmissió

Audiència: 14,1

Quota: 37,9

9. El show de la Diana

Data: 29.1.97

Producció pròpia

Audiència: 14,1

Quota: 30,4

10. Estació d'enllaç

Data: 25.2.97

Producció pròpia

Audiència: 14,1

Quota: 28,8

11. 30 minuts: Els pitjors conductors del món

Data: 9.2.97

Producció pròpia

—
Audiència: 14,0

—
Quota: 31,6

12. Malalts de tele

Data: 16.12.97

—
Producció pròpia

—
Audiència: 13,5

—
Quota: 29,3

13. Telenotícies Vespre

Data: 7.1.97

—
Producció pròpia

—
Audiència: 13,4

—
Quota: 34,4

14. Sense títol 2

Data: 27.2.97

—
Producció pròpia

—
Audiència: 13,4

—
Quota: 28,8

15. Mr. Bean

Data: 26.1.97

—
Producció aliena

—
Audiència: 13,1

—
Quota: 34,5

La programació pròpia i aliena

1977 ha estat l'any que s'ha dut al màxim punt d'intensitat la potenciació de la programació pròpia, que ha experimentat un augment del 15 per cent respecte l'any anterior, quan ja aleshores s'havia incrementat notablement.

Pel que fa a la producció aliena, TV3 ha tingut una presència constant als mercats internacionals, amb unes estratègies de negociació i adquisició destinades a compensar positivament la feblesa d'una televisió pública d'un país petit. En aquest sentit, la signatura d'un contracte amb Time Warner, primer grup de comunicació al món, ens permet accedir a l'important fons cinematogràfic de Warner Bros., alhora que a d'altres importants volums de produccions internacionals.

La programació per gèneres:

•Entreteniment, magazines i concursos

Potenciació de les quatre grans franges de la programació diària: matí, tarda, prime-time i late-night.

En la franja del matí s'ha ampliat *Bon dia Catalunya* fins a quatre hores de durada, i la seva transformació en un magazine d'actualitat amb una forta caracterització

periodística.

L'èxit del programa *Les 1.000 i una*, a la franja de late night, ha esdevingut en el seu moment una alternativa real, a Catalunya, a altres propostes de televisió en castellà adreçades al públic en aquesta franja horària.

S'ha potenciat la franja de tarda com a un tot adreçat a un públic familiar, amb components de people show, ficció i entreteniment, des del final de la telenovel·la fins el *Telenotícies vespre*.

S'han incrementat al màxim els programes de producció pròpia a la franja de prime-time, tot consolidant i potenciant formats experimentats i potents --*Sense títol 2, Força Barça*, etc.-- i alhora, descobrint-ne de nous, igualment innovadors i eficaços com ara *Bojos pel ball, L'envelat, Malalts de tele, Surti com surti, Màgic!, Qui ho diria!, El show de la Diana, Ja hi som! o Efectes secundaris*.

S'ha mantingut la presència a aquesta franja de programes de contingut i interès actual, en una línia històricament característica de TV3, com ara *El món d'Ariadna, Cas obert o Domini públic*, i fins i tot s'han recuperat, plenament renovats, formats clàssics com *Amor a primera vista*.

•Dramàtics

El manteniment de l'esforç encaminat a potenciar encara més i diversificar, en gèneres i registres, la producció pròpia de ficció, d'una banda, amb *Nissaga de poder* com la telenovel·la de més èxit de TV3, i de l'altra, la producció de noves sèries com *Sitges, Dones d'aigua, El joc de viure* i la continuació d'*Estació d'enllaç* --que ha experimentat igualment un èxit històric--, sense oblidar la recerca de nous registres d'expressió, com ara la presentació de Lloïl Bertran com a conductora d'un show d'entreteniment.

•Cinema i sèries

Hi ha hagut una presència de films de gran atractiu al prime-time, un important volum de pel·lícules adreçades a cinèfils o sectors especialment interessats en gèneres, una oferta de cinema familiar suficient, i alhora, telesèries com *Els misteris de Ruth Rendell*, les *Històries increïbles* i *Terra 2* de Steven Spielberg, clàssics com *Ironside, Bonanza, Superagent 86* i les darreres produccions en animació per a infants i adolescents. A l'estiu, s'han estrenat dues sèries de producció aliena, *Bigfoot* i els *Henderson* i *Ironside* (per primera vegada en català).

•Informatius - Informatius diaris

El departament d'Informatius diaris ha afrontat grans reptes informatius que han servit per consolidar el lideratge absolut dels Telenotícies, i per certificar la capacitat de resposta, mobilització i organització de la redacció.

Entre aquests reptes, recordem el desplegament amb motiu de l'assassinat de Miguel Ángel Blanco, la mort de la princesa Diana de Gal·les i el casament a Barcelona de la infanta Cristina de Borbó. Aquests esdeveniments de primera línia van originar l'enviament d'equips per fer cròniques i connexions en directe, i l'emissió de diversos programes especials, reportatges i retransmissions.

La intensitat de la informació internacional durant l'any s'ha traduït també en uns índexs molt elevats de productivitat de les delegacions de París, Brussel·les i Washington. La delegació de París ha generat un total de 233 informacions, entre cròniques, connexions en directe i trameses d'imatges; la delegació de Brussel·les un total de 165 i la de Washington un total de 325.

Pel que fa als nivells d'audiència, totes les edicions dels *Telenotícies* han augmentat les seves quotes al llarg de l'any passat, i han eixamplat distàncies respecte dels informatius de les altres cadenes.

•Informatius - Informatius no diaris

En el Departament dels Informatius no diaris, s'han seguit consolidant els resultats excel·lents del programa 30 minuts i s'ha treballat en la preparació i posada en marxa de noves produccions.

El nivell de producció pròpia es va situar en el 65%, i la proporció de reportatges referents a temes del país ha augmentat de manera notable respecte d'anys anteriors, fins a situar-se en el 49% del total. El programa ha incrementat en gairebé 2 punts la

seva quota d'audiència mitjana.

Per les seves característiques especials, cal esmentar el programa *De Vacances*, que al llarg de 56 capítols ha ofert un recorregut pel territori dels Països Catalans de la mà de personatges coneguts, i el programa de resum de l'any, que incloïa entrevistes a protagonistes destacats de l'actualitat, i que ha obtingut un gran èxit d'audiència en la seva emissió la nit de cap d'any.

•Esports

El futbol ha assolit encara més quota de presència global a la televisió. Durant la temporada 97-98, tots els partits de Lliga de Primera Divisió han estat retransmesos per alguna de les cadenes de televisió de l'Estat o per les plataformes digitals.

El futbol ha marcat un any més la trajectòria del Departament d'Esports de TVC, especialment perquè ha estat un any en què el Barça ha arribat a la final de totes les competicions que ha disputat (Copa, Recopa, Lliga) a més d'altres fets extraesportius com les eleccions presidencials o la moció de censura.

TVC també ha donat prioritat a totes les competicions internacionals d'altres esports.

En aquest sentit, s'ha pogut donar en directe la final de la Copa d'Europa d'Handbol, la Final Four de bàsquet i d'hoquei patins, el Giro d'Itàlia, la final de la Copa de la UEFA i el mundial de Fórmula 1.

2.2.- Programes Canal 33

En termes generals s'ha aprofundit a fer més clara l'oferta amb una graella de programació coherent pel que fa als continguts, els públics i els horaris, i a trobar noves formes de dur a terme tasques de divulgació de la cultura.

Els 15 programes més vistos del Canal 33

Font: Sofres A.M. Univers persones 4 i + anys: 5,974,477 = 100%. Programa de 15 o més minuts de durada.

1. Bàsquet Lliga europea: Partizan - FC Barcelona

Data: 12.11.97

Retransmissió

Audiència: 9,8

Quota: 22,1

2. Gol a gol

Data: 2.11.97

Producció pròpia

Audiència: 7,8

Quota: 19,1

3. Bola de drac Z

Data: 4.2.97

Producció aliena

Audiència: 7,3

Quota: 14,8

4. Futbol Lliga espanyola: Mallorca - R. Vallecano

Data: 25.6.97

Retransmissió

Audiència: 7,1

Quota: 17,5

5. Fórmula 1: Gran Premi d'Europa

Data: 26.10.97

Producció aliena

Audiència: 6,0

Quota: 21,1

6. Notícies 33

Data: 27.5.97

Producció pròpia

Audiència: 5,8

Quota: 13,2

7. Pel·lícula: L'home de Laramie

Data: 3.7.97

Producció aliena

Audiència: 5,7

Quota: 15,1

8. Handbol Copa d'Europa: Badel Zagreb - FC Barcelona

Data: 26.1.97

Retransmissió

Audiència: 5,6

Quota: 20,9

9. Milenium: Els nens del Brasil

Data: 31.5.97

Producció pròpia

Audiència: 5,6

Quota: 17,2

10. Especial informatiu: Voladura de l'estadi de Sarrià

Data: 20.9.97

Producció pròpia

Audiència: 5,6

Quota: 20,9

11. Nissaga de poder

Data: 6.7.97

Producció pròpia

Audiència: 5,3

Quota: 19,9

12. L'última jugada

Data: 20.5.97

Producció pròpia

Audiència: 5,3

Quota: 16,6

13. Concert de focs

Data: 6.6.97

Producció pròpia

Audiència: 5,2

Quota: 12,7

14. Klaatu Barada Nikto: Somnàmbuls

Data: 8.7.97

Producció aliena

Audiència: 5,0

Quota: 16,4

15. 60 minuts: L'última biografia de Lady Di

Data: 5.9.97

Producció aliena

Audiència: 4,9

Quota: 13,7

La programació per gèneres:

•Culturals, científics i de divulgació

La programació cultural, científica i divulgativa està concentrada al Canal 33, amb incorporació de nous formats i nous àmbits temàtics

El magazine cultural especialitzat, *Avisa'ns quan arribi el 2000*, fa una tasca de divulgació de totes les branques de la cultura i els seus creadors, des dels llibres fins l'art, passant per la música.

S'ha produït la nova sèrie *Música per a camaleons*, dedicada a la divulgació de personalitats del món de la cultura i la ciència, amb una realització que tendeix a la recerca de noves formes expressives a la televisió. També s'han atès nous centres d'atenció, com el món empresarial i d'iniciativa, amb *Fem empresa*, i les noves tecnologies, els nous llenguatges i els nous fenòmens al món de la comunicació, amb programes com *OnOff* i *Spot TV*.

Alhora s'han mantingut *Mil·lenium*, *L'escola a casa*, *Més enllà del 2000*, i, a l'estiu, els espais ecologistes com *El medi ambient* i *Biodiversitat*.

•Musicals

Una oferta de programació musical compacta, extensa i variada, que abasta tots els gèneres: òpera, clàssica, jazz, cançó, músiques del món, cant coral, cançó tradicional, rock, etc., amb la inclusió d'un nou format dedicat a la cançó d'autor, *Autògrafs*, amb una forta presència de la cançó catalana, i la potenciació en quantitat i qualitat de la temporada d'òpera.

S'ha seguit amb atenció l'evolució dels gustos juvenils, per tal d'adaptar-hi franges i formats com *Sputnik* i la programació musical jove.

•Infantils i juvenils

El Club Súper 3 ha continuat posicionat com el principal referent de televisió infantil a Catalunya, la qual cosa ha obligat a un replantejament constant de les seves característiques.

S'han redefinit alguns dels seus continguts, tot buscant una adequació a l'evolució dels gustos i llenguatges dels infants, i fent un seguiment molt precís de les evolucions a la corba d'edat dels telespectadors, per tal de fer les correccions corresponents. S'ha buscat una sintonia més clara entre les edats i les sèries d'animació, d'una banda, situant alguns continguts a franges horàries més pròpies del públic adolescent i jove, i de l'altra, establint, dins el mateix programa, els diversos trams que es corresponen amb l'evolució de les edats dels telespectadors segons l'horari d'audiència.

Una fita aconseguida pel Club com a animador del lleure ha estat la celebració de la Gran Festa dels Súpers, el mes de desembre a l'Estadi Olímpic de Barcelona, amb un ple total i constant d'aquesta instal·lació durant un cap de setmana sencer. A 31 de desembre de 1997, el club havia arribat a un total de 523.537 socis, amb la incorporació de 73.494 nens i nenes durant l'any.

•Informatius - Informatius diaris

Emissió d'un espai informatiu diari, *Notícies 33*, orientat a potenciar la imatge de Canal 33 com a cadena autònoma, i amb especial atenció a les notícies relatives als fenòmens culturals, socials i d'innovació.

•Informatius - Informatius no diaris

L'espai *60 minuts* ha continuat en la línia d'emetre els millors programes de reportatges i documentals d'actualitat produïts per cadenes de tot el món, entre ells diferents programes de la BBC, adquirits gràcies a un contracte firmat juntament amb altres televisions autonòmiques. El programa manté un públic fidel, amb una quota mitjana del 5,5% i una audiència del 2%.

En el terreny de les noves produccions, s'ha estrenat el programa d'entrevistes *Paral·lel*. En pocs mesos aquest programa, de format obert i variat, ha aconseguit entrevistes de gran nivell i actualitat, índexs d'audiència molt satisfactoris i l'aplaudiment general de la crítica especialitzada.

•Esports

El Canal 33 ha dedicat gran part de la seva programació dels caps de setmana a donar cobertura a tots aquells esports que tenen una menor difusió però amb una gran implantació a Catalunya. S'han fet més de setanta retransmissions d'handbol, rugbi, tennis, waterpolo, hoquei herba i patins, natació, etc.

Finalment, TVC ha organitzat juntament amb la Federació Catalana de Futbol el partit Catalunya-Bulgària, que ha suposat la consolidació definitiva de la selecció catalana

2.3 Canals Via Satèl·lit

Durant els mesos de setembre i octubre es van posar en marxa les emissions regulars de TVC Satèl·lit i TVC Internacional. Dos canals de televisió dirigits essencialment als catalans que resideixen fora de Catalunya.

TVC Satèl·lit

—

Programació:	Generalista (TV3 i Canal 33)
Àrea de cobertura:	Espanya
Inici de les emissions:	15 de setembre de 1997
Emissor:	Vía Digital
Sistema:	Codificat
Hores d'emissió anuals:	6.570
Emissores de ràdio:	Catalunya Ràdio, RAC 105, Catalunya Música i Catalunya Informació.

—

TVC Internacional

.

Programació:	Generalista (TV3 i Canal 33)
Àrea de cobertura:	Europa
Inici de les emissions:	13 d'octubre de 1997
Emissor:	Astra
Sistema:	Obert
Hores d'emissió anuals:	6.570
Emissores de ràdio:	Catalunya Ràdio, RAC 105, Catalunya Música i Catalunya Informació.

—

2.4.- Emissió i Producció

Les activitats desenvolupades durant l'any poden emmarcar-se dins de tres línies de treball: l'augment de les hores de producció de programes; l'optimització de la gestió i la plena aplicació del dossier de programa i de l'assignació de recursos integrada.

- Hores i percentatges d'emissió de TVC

La producció pròpia representa el 54,3% de les emissions conjuntes de TV3 i el Canal 33.

Producció:		
—		
Interna	4.330	(31,26%)
Externa	271	(1,96%)
Informatius	1.276	(9,21%)
Esports	1.164	(8,40%)
Continuïtat	479	(3,46%)
Total prod. aliena	6.330	(45,7%)
Total programació	13.850	(100%)
Publicitat	654	
Hores d'emissió	14.504	
—		

- Hores i percentatges d'emissió de TV3

El lideratge de TV3 s'ha aconseguit amb productes majoritàriament propis.

Producció:		
.		
Interna	2.306	(32,91%)
Externa	44	(0,63%)
Informatius	1.053	(15,03%)
Esports	277	(3,95%)
Continuïtat	274	(3,91%)
Total prod. pròpia	3.954	(56,42%)
Total prod. aliena	3.054	(43,58%)
Total programació	7.008	(100%)
Publicitat	470	
Hores d'emissió	7.478	
.		

- Hores i percentatges d'emissió del Canal 33

El Canal 33 ha estabilitzat les seves emissions en termes d'hores i producció pròpia.

Producció:

—

Interna	2.024	(29,58%)
Externa	227	(3,32%)
Informatius	223	(3,26%)
Esports	887	(12,96%)
Continuïtat	205	(3,00%)
Total prod. pròpia	3.566	(52,12%)
Total prod. aliena	3.276	(47,88%)
Total programació	6.842	(100%)
Publicitat	184	
Hores d'emissió	7.026	

—

- Producció interna. Hores de producció pròpia 1996-97

El 1997 ha registrat un significatiu augment d'hores produïdes: del 15% respecte de l'any anterior.

1997:

Total: 3.693 (100%)

Programes culturals, d'entreteniment i prods. associades: 2.205 (60%)

Programes musicals: 1.233 (33%)

Programes dramàtics: 255 (7%)

1996-1997: +15%

- Producció interna. Distribució de la despesa / hores d'emissió

La relació entre despesa i hores d'emissió és un reflex de les estratègies globals de programació.

Programes culturals, d'entreteniment i produccions associades:

65% de despesa / 60% d'hores d'emissió

Programes dramàtics:

25% de despesa / 7% d'hores d'emissió

Programes musicals:

10% de despesa / 33% d'hores d'emissió

2.5.- Audiència

TV3 ha estat líder absolut d'audiència per primera vegada a la seva història, amb una quota de pantalla anual acumulada del 22%. El Canal 33 també ha assolit la quota més alta des de la seva posada en funcionament: el 7,1%. Això significa que el 29,1% del consum total de televisió al nostre país durant 1997 ho ha estat de televisió en català.

- Quota de pantalla 1997 (Target: persones de 4 anys i més)

El lideratge de TVC és el resultat de l'aplicació d'una estratègia de producció i programació dirigida a fer front a la duríssima competència de la resta de cadenes, que aquest any ha assolit uns nivells molt intensos.

Canal	total dia	14h-16.59h	20.30h-23,29h
TV3	22,0	28,0	24,3
Canal 33	7,1	7,3	6,0
TV1	18,4	16,7	18,0
La 2	6,6	6,6	6,0
Tele 5	21,4	17,5	21,0
Antena 3	21,3	21,7	21,0
Canal +	2,4	1,8	2,9
Canal 9	0,3	0,1	0,3
Altres	0,5	0,3	0,5

Font:Sofres A.M.

- Quota de pantalla 1997 (Target: persones que parlen català)

El 55,1% de la població de Catalunya ha vist cada dia TV3 en un moment o altre, i un 41,4% el Canal 33.

Canal	total dia
TV3	27,2
Canal 33	7,9
TV1	15,7
La 2	6,4
Tele 5	19,6
Antena 3	19,7
Canal +	2,6
Canal 9	0,3
Altres	0,6

Font:Sofres A.M.

- Informatius: quotes de pantalla dels Telenotícies

Totes les edicions dels TNs han augmentat les seves quotes i han eixamplat distàncies respecte els informatius de les altres cadenes.

	1996	1997
Telenotícies Catalunya	25,7	29,3

Telenotícies Migdia	27,9	31,8
Telenotícies Vespre	27,0	28,2
Telenotícies Nit	8,8	12,7
Telenotícies Cap de setmana Migdia	23,9	29,1
Telenotícies Cap de setmana Vespre	22,3	22,9

Font:Sofres A.M.

2.6.- Comercial

Per a Televisió de Catalunya el 1997 ha estat un any d'estancament a causa dels forts increments dels anys anteriors. Aquest any s'ha mantingut la mateixa inversió que en el 1996, amb un total de 13.124 milions de pessetes.

- Ratio quota d'inversió /quota d'audiència

TVC manté, juntament amb Antena 3, el millor ratio quota inversió/quota audiència de les cadenes de televisió a Espanya.

Canal	
Antena 3	128
TVC	123
TVM	110
Tele 5	110
TVG	100
ETB	92
Canal 9	78
Canal Sur	57
Canal +	50
TVE	90

- Inversions publicitàries a les televisions espanyoles

El total invertit en publicitat a tot Espanya ha estat de 246.654 milions de pessetes.

Canal	
TVE	74,1
Antena 3	69,5
Tele 5	62,5
TVC	14,4
TVM	8,2
Canal Sur	5
Canal 9	4,3
Canal +	3,1

ETB	2,7
TVG	2,6

En milers de milions de pessetes

- Índex d'ocupació publicitària a les televisionsespanyoles

La política comercial de Televisió de Catalunya continua sent la de procurar una baixa ocupació en les seves cadenes, oferint un cost per impacte en el mercat més elevat que la resta de les televisions.

Canal

Antena 3	16%
Tele 5	15,5%
TV1	11,5%
TVM	9,7%
Canal 9	8%
TVG	7,7%
Canal Sur	7,5%
La 2	7,4%
TV3	6,6%
ETB	2 5,8%
ETB	2,7%
Canal 33	2,6%
Canal +	1,6%

- Cost per mil (CPM) a les cadenes de televisió espanyoles

El CPM mostra el cost en pessetes dels mil impactes publicitaris sobre l'audiència.

Canal	Persones 4 anys+	Mestresses casa
Antena 3	243,5	641,3
TVC	475,9	1.201,9
TVM	296,4	770,3
Tele 5	242,6	572,8
TVG	271,0	795,4
ETB	358,9	962,5
Canal 9	260,0	677,6
Canal Sur	201,6	557,1
Canal +	627,2	2.305,0
TVE	265,8	657,5

En
pessetes

2.7.- Recursos humans

Televisió de Catalunya compta amb més de 1.500 col·laboradors, més del 50% dels quals tenen entre 30 i 40 anys, el 33% són dones i el 67% són homes.

- Distribució de la plantilla per àrees

Els departaments tècnics i de producció ocupen a més del 60% dels col·laboradors de TVC.

Direcció: 89 persones

Tècnica: 515 persones

Gerència: 100 persones

Programació: 116 persones

Informatius: 253 persones

Producció: 442 persones

- Distribució de la plantilla per sexes i mitjana d'edat

Els col·laboradors de Televisió de Catalunya continuen sent majoritàriament joves professionals que no arriben als 40 anys.

Homes: 67%

Dones: 33%

Mitjana d'edat: 37,2 anys

Mitjana d'edat homes: 37,7 anys

Mitjana d'edat dones: 36,2 anys

2.8.- Premis

Al llarg de l'any, els programes i també algunes accions de Televisió de Catalunya han obtingut guardons en certàmens i festivals nacionals i internacionals, ja sigui per les seves qualitats televisives com per la seva dimensió social.

Nacionals

- Premi Ciutat de Barcelona per a Francesc Escribano i Joan Úbeda, autors del reportatge La Rambla del programa *Vides Privades*, ex aequo amb el dibuixant Farreras de La Vanguardia.
- Premi Família d'Acció Social Familiar del Grup d'Entitats Catalanes de la Família al programa *La Marató de TV3*.
- Premis Zapping de Telespectadors Associats de Catalunya a Andreu Buenafuente com a millor presentador; *Sense títol 2* com a millor programa d'entreteniment; *Vides privades* com a millor programa documental i *30 minuts* com a millor programa informatiu.
- Certificats d'excel·lència LAUS per les caretes i la gràfica audiovisual de *L'illa del tresor* i *Això no és tot*.
- Premi extraordinari Blanquerna de Comunicació, concedit pels professors i estudiants de la Facultat Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, a Andreu Buenafuente i l'equip del programa *Sense títol 2*.
- Certificat de reconeixement de la XII Edició del Premi Periodístic Boehringer Ingelheim 1996 sobre innovació en medicina. al programa *Més enllà del 2.000* del Canal 33, i al programa *30 minuts* pel reportatge "Tuberculosi: el bacil resistent".
- Drac especial del Festival publicitari Drac al disseny del conjunt de promocions del Canal 33.
- XI Premi Cristina Requena i Giró de Periodisme al programa especial Robert Gerhard, produït per l'equip dels Programes de música culta de TVC.
- Premi Civisme als Mitjans de Comunicació que atorga la direcció general d'Acció cívica del departament de Benestar Social al reportatge "Carrer de la Cera" del programa *30 minuts*.
- Primer premi Periodístic Internacional, Memorial Mary Santpere, al reportatge dedicat a la Rambla de Barcelona del programa *Vides privades*.

Internacionals

- Medalla de Bronze del The New York Festivals per la promoció de Nadal de l'any 1995.
- Selecció per a la competició oficial de la 20a edició del Children's Film Festival de Berlin de la pel·lícula *Tic Tac* dirigida per Rosa Vergés i coproduïda per TVC i Avanti Films.
- Selecció al certamen internacional INPUT'97 del programa *L'illa del tresor*.

- Dues muses d'or i una plata del Certamen PROMAX Europe. Muses d'or per l'espot de tardor *Comença l'espectacle* i per la continuïtat del Canal 33. Musa de plata per l'anunci sobre la malaltia de Parkinson en el marc del programa de *La Marató de TV3*.
- Menció especial del PRIX CIRCOM Regional al reportatge "Delta: una terra al mar", del programa *Vides privades*.
- Diploma de finalista concedit per la CNN al reportatge de TV3 sobre els veterans de la guerra civil emès en el Sunday CNN World Report.
- Edició 1997 dels premis PROMAX BDA:
 - * Premi BDA de Bronze per al disseny de la continuïtat del Canal 33.
 - * Premi BDA d'Or per al disseny del decorat del *Telenotícies*.
 - * Premi BDA d'Or per al disseny del decorat del programa *Això no és tot*.
 - * Premi BDA de Bronze per al disseny del decorat dels Premis Nacionals de Cultura.
 - * Musa d'Or al departament de promoció per la promoció de Televisió de Catalunya el 1996.
- Guardó de la 27a. edició del Festival de Cinema Infantil i Juvenil de Giffoni, en la categoria Esquemes, a la pel·lícula *Tic Tac* de Rosa Vergés.
- Premi Europa 1997, organitzat per la Unió Europea i l'Associació de Televisions Públiques Europees "One World" a Carles Bosch com a autor del vídeo i creador del projecte, com a "Millor projecte contra el racisme i la intolerància", premiat en representació de Bòsnia-Herzegovina.
- Diploma de reconeixement de l'International Documentary Association al reportatge "Balseros" del programa *30 minuts*.

3.- Catalunya Ràdio

Catalunya Ràdio és la cadena líder a catalunya, amb:

14 anys d'història
 4 emissores de ràdio
 354 treballadors
 3.467 milions de pessetes de pressupost
 34.944 hores d'emissió anuals
 1.212 milions de pessetes d'ingressos per publicitat

3.1.- Programes Cat. Ràdio

L'any 97 ha estat l'any del somriure per a Catalunya Ràdio. Les dades d'audiència han estat les millors de la història: el mes d'abril han arribat als 659.000 oients, segons l'Estudi General de Mitjans. Però el somriure va més enllà d'unes xifres. La programació de Catalunya Ràdio per a la temporada 97/98 ha volgut donar força importància a l'humor i l'entreteniment.

Els programes més escoltats*

*Font: EGM. Audiència acumulada temporades 97 i 98. Programació de dilluns a divendres, dissabte i diumenge.

1. El matí de Catalunya Ràdio

209.000 oients

Líder en la seva franja horària

2. El suplement (diumenge)

134.000 oients

Líder en la seva franja horària

3. El món s'acaba

129.000 oients

Líder en la seva franja horària

4. Catalunya matí

128.000 oients

Líder en la seva franja horària

5. La jornada /Futbol a Catalunya Ràdio

118.000 oients

Líder en la seva franja horària

6. Tapies variades

114.000 oients

Líder en la seva franja horària

7. Rotllana oberta

88.000 oients

Líder en la seva franja horària

8. La solució

86.000 oients

Líder en la seva franja horària

9. El suplement (diumenge)

81.000 oients

Líder en la seva franja horària

10. Dia a dia, rock a rock / Transmissions esportives

77.000 oients

Líder en la seva franja horària

11. Els viatgers de la gran anaconda

76.000 oients

Líder en la seva franja horària

12. Ex-libris

75.000 oients aprox.

13. Broadway Express

67.000 oients

Líder en la seva franja horària

14. No ho diguis a ningú

58.000 oients aprox.

15. Força esports

62.000 oients

Líder en la seva franja horària

La programació per gèneres:

•Temàtics, divulgatius i d'autor

Una de les assignatures pendents de Catalunya Ràdio, l'humor, s'ha incorporat a la programació per reforçar l'oferta existent, que estava representada bàsicament per l'espai *Alguna pregunta més?*

Xavier Graset ha engegat un programa amb el comú denominador de l'entreteniment.

El món s'acaba és un programa refrescant i imprevisible, amb entrevistes i actuacions en directe que han donat un nou aire als migdies de Catalunya Ràdio.

Toni Clapés i els seus personatges donen la volta cada dia a notícies que mai s'acaba de saber si són veritat o mentida. De tota manera, la seva *Versió original* posa un toc d'humor que ha estat valorat per la nostra audiència.

S'ha produït la incorporació de l'escriptora Maria de la Pau Janer i el seu programa sobre literatura *Ex-libris*, i canvis positius en el programa de Pere Tàpias, *Tàpias variades*, que aquest any ha passat a ser setmanal i dedicat únicament a la gastronomia.

S'han emès alguns programes des de diferents localitats del país. En una primera fase han estat principalment programes de cap de setmana com *Catacrac*, que ha visitat les quatre capitals catalanes, però també programes com *L'aparador*, que ha visitat Tarragona, *Tarda Tardà* o la programació de RAC 105 durant una setmana sencera a l'edició 97 del Saló de l'Automòbil. *El suplement* també ha visitat les capitals catalanes per tal de recuperar una tradició que s'ha perdut amb els anys i que és necessària per mantenir una bona sintonia entre professional i oient.

•Magazines

La temporada 97/98 s'ha caracteritzat també per la consolidació del programa *El matí de Catalunya Ràdio*. La introducció, la temporada anterior, d'una primera hora informativa al programa ha estat molt ben rebuda pel públic, que ha donat a Antoni Bassas la confiança per arribar a ser el director del programa més escoltat de Catalunya.

Els caps de setmana d'estiu, Jordi González ha estat al capdavant de *Bombolles d'estiu*, una novetat reeixida.

•Informatius

Ha continuat la consolidació del nou model informatiu encetat per Catalunya Ràdio anys enrere: combinar les ofertes dels informatius de Catalunya Ràdio amb Catalunya Informació. Lluny d'entrar en competència, aquesta doble oferta ha incorporat nous oients a les nostres emissores. En efecte, segons dades de l'EGM, més d'un 30% dels oients de Catalunya Informació són castellanoparlants, un fet inèdit a les nostres emissores.

•Esports

Un any més, els programes esportius s'han convertit en referent per a la majoria de redaccions esportives d'altres mitjans de comunicació.

Les transmissions continuen sent les més valorades, ja sigui les de futbol –amb Joaquim Maria Puyal al capdavant– com les de bàsquet –amb la incorporació de Jordi Villacampa com a comentarista– o les d'handbol, que aquest any han prè un especial rellevància extraesportiva.

Tres elements significatius esportius han marcat l'any: un exhaustiu seguiment de les eleccions a la presidència del F.C. Barcelona, la primera transmissió conjunta d'un partit de futbol entre Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya amb motiu del partit entre Catalunya i Bulgària, i l'aplicació al departament d'esports de la nova política de treure els programes al carrer.

3.2.- Programes Cat. Música

El dia 10 de maig Catalunya Música ha fet deu anys i ho ha celebrat amb un concert a càrrec de l'OBC i l'Orfeó Català al Palau de la Música Catalana. Però aquests 10 anys s'han fet notar també a la programació de l'emissora. S'ha creat un programa setmanal per recordar els nostres millors concerts enregistrats i s'ha entrat la programació a la xarxa Internet amb so estèreo.

S'han engegat una sèrie de programes monogràfics sobre la vida i l'obra dels compositors catalans més significatius amb la presència i els comentaris dels mateixos compositors. Amb convidats tan il·lustres com Xavier Montsalvatge, Joan Guinjoan, Josep Soler, Josep Maria Mestres Quadreny o la pianista Carmen Bravo, vídua de Frederic Mompou, que va comentar l'obra del seu marit.

3.3.- Programes Cat. Informació

Catalunya Informació, l'emissora de 24 hores de notícies, ha incorporat nous espais que han definit i consolidat la seva oferta informativa. Cal destacar el nou servei de "trànsit on line" i de temperatures permanents, que ofereixen informació actualitzada cada 15 minuts.

L'oferta de Catalunya Informació es basa en tres eixos:

L'última hora informativa cada quinze minuts (titulars i recordatoris del més nou i important del moment); la ràdio servei (el trànsit, les temperatures i les borses), i l'aprofundiment (suplements, bé siguin diaris o setmanals, que ofereixen informació fins ara inèdita en cap emissora de ràdio. Tenen una durada d'entre tres i deu minuts, i es repeteixen entre dues i cinc vegades al dia).

L'estructura del bloc informatiu de trenta minuts és la seqüent:

Titulars + trànsit + temperatures (4 minuts)

Informació (12 minuts)

Trànsit (1 minut)

Temps + temperatures (1 minut)

Resum informatiu (1 minut)

Espais monogràfics i informació (7 minuts)

Esports (4 minuts)

3.4.- Programes RAC 105

RAC105 ha entrat amb força en les noves tecnologies. Les seves emissions es poden escoltar en estèreo a Internet i ha obert una plana web on poder-se comunicar amb els seus oients. També ha començat a emetre amb sistema digital amb la incorporació del sistema DALET.

El canal de música moderna de les emissores de Catalunya Ràdio està adreçat a un públic d'entre 25 i 35 anys amb gustos molt exigents i especialment interessat per la cultura. Una selecció molt acurada de música, una presentació particular i informació conformen el gruix de la programació de RAC 105.

L'emissora manté els seus índexs de qualitat i es manté com la segona emissora musical més escoltada del país. La programació de RAC 105 manté els seus trets bàsics del programa despertador al matí, el format Música RAC durant el dia, l'espai *RAC-Time* –que promou la participació dels oients– a partir de les 10 del vespre i la fórmula *RAC-clàssics* durant la matinada.

Es mantenen les agendes diàries culturals i musicals, d'esports i de neu.

Els caps de setmana augmenta l'especialització i aquest any s'ha fet un especial

esforç per dedicar la franja dels dissabtes a la nit al segment més jove amb un espai de música funky.

S'han introduït més programes de música catalana i més temes cada hora de cantants catalans en els formats de *Música RAC* i *RAC-Classics*.

D'aquesta manera, es manté fidel al seu objectiu de ser, no només un mitjà d'entreteniment musical, sinó un vehicle per a la normalització lingüística del país que utilitza la música com a eina de treball.

S'ha tornat a editar un disc compacte recopilatori amb els temes característics de la nostra emissora. Tal com vam fer l'any passat, la discogràfica TVC-Disc, ha editat *Passió per la música vol.II* sota un segell RAC amb 16 temes (quatre dels quals són d'autors catalans). El CD ha sortit a la venda per les festes de Nadal i se n'han venut unes 23.000 còpies

3.5.- Emissió

Mentre Catalunya Ràdio reparteix els seus espais entre una varietat de gèneres per atraure un públic divers, les altres tres emissores especialitzades centren la seva programació bàsicament en la música i la informació.

Tipus de programes de Catalunya Ràdio

Més del 50% de la programació està basada en els programes d'entreteniment.

PROGRAMES	HORES D'EMISSIÓ	PERCENTATGE
—		
Informatius	1203	13,73%
Esportius	938	10,70%
Magazines	1891	21,59%
Programes participació	1563	17,84%
Musicals	563	6,43%
Temàtics, divulgatius i d'autor	2.603	29,71%
Total	8.736	100,00%

Tipus de programes de RAC 105

Un 82% de programació musical actual, seleccionada acuradament.

PROGRAMES	HORES D'EMISSIÓ	PERCENTATGE
Musicals	7.196	82%
Culturals	1.102	13%
Informatius	438	5%
Total	8.736	100%

Tipus de programes de Catalunya Música

Més de 8.500 hores de música culta.

PROGRAMES	HORES D'EMISSIÓ	PERCENTATGE
Musicals	8.583	98%
Informatius	153	2%
Total	8.736	100%

Tipus de programes de Catalunya Informació

La informació abasta el 100% de les emissions de Catalunya Informació.

PROGRAMES	HORES D'EMISSIÓ	PERCENTATGE
Informatius	8.736	100%

3.6.- Audiència

Catalunya Ràdio, Catalunya Música i Catalunya Informació lideren les ofertes radiofòniques en cada un dels seus àmbits. RAC 105 ocupa la segona posició entre les emissores musicals de Catalunya.

•Catalunya Ràdio

- Evolució de l'audiència 1993-1997

El creixement d'audiència s'ha consolidat i reforçat en els últims tres anys.

	Laborables	Set dies
1993	451	433
1994	432	407
1995	483	528
1996	587	53
1997	594	545

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

- Catalunya Ràdio i les principals emissores convencionals

La ràdio en català per damunt de la resta d'emissores en castellà.

	Laborables	Set dies
Catalunya Ràdio	594	545
SER	546	498
Onda 0	413	355
COPE	391	367
Ràdio 1	230	218
Com Ràdio	90	75

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

•Catalunya Música

- Evolució de l'audiència 1993-1997

Catalunya Música manté una audiència fidel.

	Laborables	Set dies
1993	51	51
1994	36	34
1995	48	44
1996	44	47
1997	48	43

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

- Catalunya Música i les altres emissores

La diferència respecte la segona emissora és de més del doble d'oients.

	Laborables	Set dies
Catalunya Música	48	43
Sinfo Ràdio	15	16
Ràdio Clàssica	10	12

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

•Catalunya Informació

- Evolució de l'audiència 1993-1997

L'èxit de la fórmula de Catalunya Informació es reflecteix en l'audiència.

	Laborables	Set dies
1993	35	36
1994	47	53
1995	90	93
1996	133	128
1997	79	79

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

- Catalunya Informació i les altres emissores

L'avantatge sobre Radio 5 és significativa.

	Laborables	Set dies
Catalunya Informació	79	79
Radio 5	71	65

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

•RAC 105

- Evolució de l'audiència 1993-1997

Un augment per damunt de la mitjana dels últims anys.

	Laborables	Set dies
1993	190	175
1994	191	194
1995	189	167
1996	172	163
1997	203	186

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

- RAC 105 i les altres emissores

RAC 105 se situa segona entre les emissores de radiofórmula a Catalunya.

	Laborables	Set dies
RAC 105	203	186
Cadena 40	413	389
Radio Club	171	163
Flash	103	98
Cadena 100	97	81

M 80	80	64
Flash Back	36	37
RKO R	35	30

Font:EGM. Individus de Catalunya. En milers d'oients (han escoltat almenys una hora al dia)

3.7.- Comercial

Seguint la mateixa línia d'anys anteriors, s'han incrementant el nombre d'anunciants a les emissores i l'any s'ha tancat positivament. El volum de facturació per publicitat del grup d'emissores de Catalunya Ràdio s'ha incrementat en un 14,19% respecte l'any anterior.

- Vendes 1993-1997

1.145.309 milions de pessetes d'ingressos per publicitat.

1993	706.872
1994	841.907
1995	927.694
1996	1.002.997

1997 1.145.309

En milers de pessetes

- Vendes per emissores

Catalunya Ràdio obté la part més important d'ingressos per publicitat.

Catalunya Ràdio	74%
RAC 105	15%
Catalunya Informació	5%
Desconnexions	2%
Catalunya Música	1%

3.8.- Recursos humans

La mitjana d'edat de les 354 persones que treballen a Catalunya Ràdio se situa en els 34 anys i mig, la qual cosa demostra la joventut i professionalitat de la nostra plantilla. La mitjana d'edat no supera els 35 anys.

Total: 354

Homes: 213 (60%)

Dones: 141 (40%)

Mitjana d'edat: 34,5 anys

3.9.- Premis

Els premis són el reconeixement a la feina ben feta. Catalunya Ràdio ha obtingut diversos guardons que avalen la l'encert de les programacions de les quatre emissores:

Premi Ondas al millor programa de ràdio local a l'espai *Alguna pregunta més* del programa *El matí de Catalunya Ràdio*.

Premi Òmnium Cultural al programa *Babel* de Claudi Puchades.

Premi FEDAN, apartat radiofònic, al programa *L'aparador*.

Premi Carles Rahola de ràdio al programa *Catalunya Ràdio sense fronteres*.