

**I'OBS**

Observatori de la Ràdio a Catalunya



# INFORME2009

SOBRE LA RÀDIO A CATALUNYA

Coordinadors  
Josep Maria Martí  
Belén Monclús

**UAB**

Universitat Autònoma de Barcelona

**Informe sobre la Ràdio a Catalunya**  
**2009**

**Aquest llibre s'ha editat amb el suport de la Generalitat de Catalunya i de la Diputació de Barcelona.**

Coordinadors: Josep Maria Martí i Belén Monclús

Correcció lingüística: Montserrat Rigol

Disseny coberta: enunespai.com

Disseny d'interior i maquetació: freiredisseny.com

Edició: Servei de Publicacions. Universitat Autònoma de Barcelona

Primera edició: setembre de 2010

Tiratge: 300 exemplars

ISBN: 978-84-490-2644-7

Dipòsit legal: B-36.802-2010

Impressió: Novoprint s.a.

# ÍNDIX

<b>Presentació</b>	<b>7</b>
<i>per Josep Maria Martí</i>	
Una mirada al sector	7
<b>I. Mapa de la radiodifusió analògica i evolució històrica del tercer sector (1979-2009)</b>	<b>9</b>
<i>per Cinto Niqui i Luis Segarra</i>	
1. Grups empresarials	12
1.1. Cadenes ràdiofòniques dels grups empresarials privats que operen a Catalunya en FM i OM (2009)	13
2. El tercer sector radiofònic a Catalunya	13
2.1. Definició i classificació	13
2.2. Cens d'emissores del tercer sector català (2009)	16
2.3. Tipologia d'emissores del tercer sector	18
2.4. Cronologia d'una regulació pendent del tercer sector (1977-2010)	22
2.5. L'Administració i les emissores amb model de programació privat sense llicència	28
3. Conclusions	31
4. Bibliografia	32
5. Mapa radiofònic de Catalunya	33
5.1. Consideracions prèvies	33
5.2. Ona mitjana	34
5.3. Freqüència modulada	34
<b>II. La programació radiofònica: Signes de permanència i estabilitat</b>	<b>69</b>
<i>per Maria Gutiérrez</i>	
1. L'oferta generalista de les ràdios catalanes	71
1.1. L'ascens de l'Infoentreteniment	73
1.2. Més Informació els dies feiners i menys el cap de setmana	73
1.3. L'Esport: màxima concentració a la matinada i al cap de setmana	75
1.4. La música i la cultura, un reducte de la ràdio pública catalana	75
2. L'oferta de les ràdios amb programació estatal i programació local	76
2.1. L'aposta pels continguts informatius	78
2.2. Augment de l'interès pel gènere Infoentreteniment	80
2.3. La immobilitat de l'Esport	80
3. La ràdio temàtica	81
3.1. Les ràdios musicals	81
3.2. La ràdio especialitzada no musical	82
4. La ràdio local	82
5. Conclusions	83
6. Bibliografia	83
7. Webs de referència	83

<b>III. Les emissores musicals revifen les dades d'audiència</b>	<b>85</b>
<i>per Amparo Huertas</i>	
1. Introducció	87
2. Variables demogràfiques i hàbits de consum	88
3. Rutines del consum radiofònic	89
4. Rànquing de cadenes	90
4.1. Les cadenes generalistes	90
4.2. Les cadenes temàtiques	92
5. Conclusions	98
6. Fonts d'informació consultades	98
<b>IV. Apunts sobre la recerca «La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur»</b>	<b>99</b>
<i>per Josep Maria Martí, Xavier Ribes, María Gutiérrez, Luisa Martínez i Belén Monclús</i>	
Plantejament metodològic	101
1. Resultats	102
2. Conclusions	106
3. Bibliografia	107
<b>V. Perspectiva econòmica del sector radiofònic a Catalunya</b>	<b>109</b>
<i>per Joan Maria Corbella i Xavier Cubeles</i>	
1. Introducció	111
2. Plantejament metodològic de l'estudi	111
2.1. Plantejament general	111
2.2. Univers de l'estudi	112
3. El context econòmic de la ràdio a Catalunya	113
3.1. Dimensions econòmiques del sector radiofònic a Espanya i participació catalana	113
3.2. Les estimacions sobre la inversió publicitària	115
3.3. Els recursos públics al sector ràdio	116
4. La dimensió econòmica del sector radiofònic de Catalunya	118
4.1. L'ocupació en el sector	118
4.2. Ingressos d'explotació del sector	120
4.3. Aportació de les vendes als ingressos d'explotació	121
5. Conclusions	121
5.1. Principals trets sobre el sector	122
5.2. Estructura econòmica del sector a Catalunya	122
6. Bibliografia i fonts consultades	122
Annex. Relació d'empreses sobre les quals s'ha fet l'estudi econòmic de la ràdio a Catalunya	123
<b>VI. La inversió publicitària</b>	<b>127</b>
<i>per Enric Yarza</i>	
1. Esquema de l'estudi	129
2. Inversió publicitària de la ràdio a l'Estat espanyol	129
3. Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya	132
3.1. Quotes de mercat	132
3.2. Relació entre l'audiència i la inversió publicitària	134
3.3. Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya per províncies	136
4. Conclusions	136
5. Fonts consultades	137
<b>VII. La ràdio catalana a Internet 2009</b>	<b>139</b>
<i>per Xavier Ribes</i>	
Plantejament metodològic	141
1. Introducció	141
1.1. Xarxes socials	141
1.2. Música online, discogràfiques, taxes i models <i>freemium</i>	142
2. L'evolució de la ràdio catalana a la xarxa	144
2.1. L'accés a l'oferta radiofònica	144
2.2. Les eines de participació	146

2.3. La publicitat	147
2.4. El vídeo a les <i>bitcasters</i>	147
3. Sindicada 2.0	147
4. Les emissores del tercer sector a la xarxa	149
5. Conclusions	150
6. Fonts consultades	151

## **VIII. La ràdio catalana i la immigració** **153** *per María Gutiérrez i Amparo Huertas,*

La immigració com a contingut temàtic a la ràdio	155
1. La immigració, eix temàtic d'interès radiofònic a la ràdio generalista a l'Estat espanyol	155
2. Els immigrants, productors a la ràdio local	157
3. Les ràdios ètniques	158
4. Conclusions	159
5. Bibliografia	159
6. Webs de referència	159
Gaudir de la música, l'ús més freqüent de la ràdio entre els estrangers	160
1. Introducció	160
2. Escoltar música a la ràdio	161
3. La ràdio també serveix per estar informat	162
4. Llengua habitual i consum radiofònic	162
5. Rànquing d'emissores segons el pes d'audiència estrangera	163
6. Conclusions	164
6. Fonts d'informació consultades	164

## **IX. Els fets més rellevants** **165** *per Gerard Alonso i Cassadó*

Fonts documentals	189
-------------------	-----



# PRESENTACIÓ

Cap al final de la presentació del darrer *Informe de la Ràdio a Catalunya*<sup>1</sup> fèiem una remarca especial a la situació de crisi a la qual el sector radiofònic català havia de fer front després de molts anys de creixement i de bonança. Les dades que en aquella edició ens aportaven els nostres especialistes sobre la baixada de la inversió publicitària a la ràdio eren menys negatives que les del conjunt d'Espanya, però molt pitjors que les de la resta dels països europeus, quelcom que també succeïa a la resta dels mitjans de comunicació anomenats *convencionals* (premsa, revistes, televisió).<sup>2</sup>

Els pronòstics dels experts ja ens feien albirar que el nou escenari que s'acostava no era gens falaguer per a aquesta indústria cultural. El volum de negoci del sector, tal com s'explica en el capítol 5, «Perspectiva econòmica del sector radiofònic a Catalunya», i que recull dades de 2008, ha baixat considerablement i també el de la facturació publicitària, que desenvolupem en el capítol 6, «La inversió publicitària»; la disminució de la inversió controlada ha estat del 18,8%, quasi tres punts més que la mitjana espanyola.

Dos anys després d'iniciar-se la davallada, sembla que hi ha coincidència en l'opinió que ens enfrontem a una crisi econòmica estructural d'àmplies conseqüències i de difícil resolució; hem comprovat que ja està tenint, i encara tindrà en el futur, una gran incidència en el sector de les indústries de la comunicació. Els problemes no són purament econòmics, els mitjans de comunicació convencionals es troben confrontats a un nou escenari marcat per un canvi de paradigma tecnològic, perquè la digitalització està convertint la xarxa en el centre de tots els processos comunicatius de la societat actual, ja que trenca la verticalitat dels *media* tradicionals, els fa cada cop més horitzontals,<sup>3</sup> dóna lloc al fet que les audiències preguin la iniciativa i produeixen allò que alguns autors anomenen *autocomunicació*.<sup>4</sup>

1. J. M. Martí i B. Monclús, *Informe sobre la ràdio a Catalunya 2008*; Bellaterra, Observatori de la Ràdio a Catalunya-GRISS-UAB, 2009.

2. Informe Carat (2009).

3. Manuel Castells, *Comunicació i poder*; Barcelona, UOC, 2010.

4. Manuel Castells, *Comunicació i poder*; Barcelona, UOC, 2010.

La incertesa domina, doncs, el panorama dels mitjans convencionals, les estratègies conservadores estan al centre de les pràctiques empresarials ja que les coses han anat empitjorant de manera progressiva i les previsions més negatives dissortadament s'han complert. De l'impacte de la crisi econòmica sobre la ràdio pel que fa als dos apartats referits a les empreses i als seus ingressos, el lector en tindrà informació adequada en els capítols 5 i 6; també percebrà que l'opinió dels investigadors és que les conseqüències negatives encara no han acabat, sinó al contrari: s'aniran concretant al llarg de 2010. Com ja hem tingut ocasió de manifestar personalment diverses vegades, hem entrat en una mena de dimensió desconeguda de la qual consultors, analistes i experts no acaben d'esbrinar quan ni com sortirem.<sup>5</sup>

## Una mirada al sector

A la vista del mapa radiofònic català que actualitzem en el capítol 1, «Mapa de la radiodifusió analògica i evolució històrica del tercer sector (1979-2009)», ningú no diria que a casa nostra el sector està en crisi; quasi 423 emissores d'FM i 15 d'AM estan en funcionament; el primer grup ha augmentat respecte del 2008 per la incorporació de les llicències donades en el darrer concurs i, tal com també posem en evidència en aquest *Informe*, encara queda per regular un nombrós grup d'estacions radiofòniques que coneixem com a *tercer sector*; una política que els legisladors estatals i catalans han promès moltes vegades que durien a terme, però que a dia d'avui encara no ho han materialitzat. Tenint en compte la inestabilitat i les característiques peculiars de moltes d'aquestes emissores, és difícil fer-ne recompte, però, malgrat això, Cinto Niqui i Lluís Segarra en aquest *Informe* ens donen el darrer cens, datat a 31 de desembre de 2009, i que situa el seu nombre en 103, és a dir, el 24,4% del total de les que funcionen a Catalunya.

5. J. M. Martí, «La fi de l'etapa del creixement i l'entrada a la dimensió desconeguda», *Treballs de Comunicació*, núm. 26; Barcelona, SCC-IEC, 2009.



Probablement la dificultat de posar ordre en el tercer sector radica en el fet de la seva varietat tipològica, la qual cosa permet que sota aquest epígraf es colin d'esquitllada les anomenades *falses emissores comercials* o *esotèriques*, les quals suposen una competència il·legal per a totes aquelles públiques i privades que compleixen amb la normativa. Els operadors legals, públics i privats, tenen l'esperança que aquesta situació anòmala pugui arranjar-se quan es posi en marxa la Llei general de comunicació audiovisual, de 18 de març de 2010, fet que esperem comentar en la propera edició de l'*Informe*.

Una estructura d'emissores tan variada i amb una gran quantitat de freqüències explotades ofereix la paradoxa de servir per difondre una oferta de continguts molt homogeneïtzada. Ja hem remarcat en estudis precedents aquesta anomalia; tenim un sector radiofònic molt competitiu, però molt conservador pel que fa a les seves estratègies d'oferta. En el capítol 2, «La programació radiofònica: Signes de permanència i estabilitat», mostrem que la programació generalista segueix basada en dos pilars de contingut: l'infoentreteniment i l'esport, mentre que, per la seva part, la ràdio musical continua estancada en els formats de música per a adults. L'únic símptoma de dinamisme el dona la ràdio local, gràcies al projecte de COMRàdio de sindicació de programes, que aprofita les xarxes virtuals per intercanviar programes de tota mena i que expliquem a bastament en aquest apartat del nostre *Informe*.

Una situació d'oferta conservadora no hauria de provocar gaire canvis en el consum; tot i així, els estudis que s'empren en el capítol 3, «Les emissores musicals revifren les dades d'audiència», demostren que hi ha hagut un lleuger augment de l'audiència radiofònica, que ha superat a bastament la barrera del 50% del conjunt de la població major de 14 anys. L'anàlisi de la tendència històrica demostra que la diferència generacional està cada cop més marcada; l'envelliment és una realitat a la qual ja hem fet referència altres vegades. És per aquest motiu que ens ha semblat interessant introduir informació dels resultats d'un estudi fet *ad hoc* sobre el consum radiofònic entre els joves de 18 a 24 anys.<sup>6</sup>

Gràcies a l'elaboració d'un ampli treball de camp utilitzant metodologies quantitatives i qualitatives, la recerca posa en evidència que les pràctiques dels operadors pel que fa a les estratègies de les programacions adreçades als joves tendeixen a homogeneïtzar els formats, els transforma en una mena de fil musical i trenca, d'aquesta manera, el vincle emocional que mantenien amb els oïdors, factor que, a més, els permetia fidelitzar-los. Els investigadors parlen en alguns moments de les seves conclusions d'una pèrdua de rellevància de la ràdio en la dieta mediàtica dels joves; cada

cop més aquest mitjà interessa menys al sector dels 18 als 24 anys i deixa de ser el seu prescriptor musical preferent, perd pes enfront de la competència d'Internet i és substituït pel pes específic de les xarxes socials.

Els operadors catalans ja fa temps que estan preocupats per l'abandó dels joves; les dades obtingudes en els estudis regulars i en alguns d'especials<sup>7</sup> demostren que cal que s'enfrontin d'una vegada a les exigències d'un nou perfil de consumidor que no té l'hàbit d'escoltar la ràdio regularment, molt diferent del que havia estat tradicionalment el dels seus pares, i que presenta com a tret fonamental la manca de fidelitat a sintonies concretes, és a dir, que se centra en l'exploració permanent i que constitueix una nova manera de consumir ràdio.

Per concloure la descripció del panorama que es dibuixa en aquest *Informe* sobre l'oferta i el consum, hem de dir que l'estabilitat marca també els rànquings en l'àmbit de la ràdio generalista i els canvis pel que fa a la ràdio musical. En aquest darrer apartat, hem de dir, per justificar les alteracions, que cada cop que s'introdueixen noves ofertes que competeixen en segments ja ocupats es produeixen reajustaments i canvis, fet que l'*Informe* recull en detall.

En aquesta edició hem volgut, també, fer una mirada a un fenomen sociològic tan important per al nostre país com és el de la immigració i el seu reflex en l'oferta radiofònica catalana. La primera constatació que podem extreure de la recerca és que, llevat d'algunes excepcions, les emissores convencionals públiques i privades dediquen poca atenció a atendre aquests col·lectius; la segona, i com a conseqüència de l'anterior, és que ells mateixos han impulsat emissores il·legals en diferents parts del territori que tenen la música com a contingut dominant. Probablement caldria estudiar amb més detall, d'una banda, la falta d'interès dels operadors públics per aquests nous catalans, i de l'altra, el fet que tampoc no siguin valorats per les emissores comercials.

Una observació final: la tercera edició de l'*Informe sobre la Ràdio a Catalunya* i el fet que, a hores d'ara, ja s'estigui preparant la del 2010, és quelcom que cal remarcar com un factor de continuïtat d'un projecte, el de l'Observatori de la Ràdio, que ha estat possible gràcies al treball de moltes persones i al suport del sector radiofònic de casa nostra i també el d'institucions públiques i privades.

**Josep M. Martí**

Director de l'Observatori de la Ràdio a Catalunya.  
Membre del grup de recerca en Imatge, So i Síntesi<sup>8</sup>  
de la UAB.

6. J. M. Martí, X. Ribes, M. Gutiérrez, L. Martínez i B. Monclús, *La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur*; ACR, Generalitat de Catalunya, 2009. [Edició policopiada]

7. J. M. Martí, X. Ribes, M. Gutiérrez, L. Martínez i B. Monclús, *La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur*; ACR, Generalitat de Catalunya, 2009. [Edició policopiada]

8. Grup de recerca reconegut per la Generalitat de Catalunya (Grup 2009 SGR 1013)

# CAPÍTOL I

## Mapa de la radiodifusió analògica i evolució històrica del tercer sector (1979-2009)

Per **Cinto Niqui**, doctor en Ciències de la Comunicació i professor associat del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat I de la UAB, i **Luis Segarra**, editor de *La guía de la radio en España* i col·laborador del programa *L'altra ràdio*, de Ràdio 4.

---

En aquest capítol s'actualitza el mapa de la radiodifusió analògica a Catalunya. Presentem, agrupades per comarques i freqüència d'emissió, totes les ràdios públiques, privades i del *tercer sector* que estaven en funcionament a Catalunya el mes de desembre de 2009.

La part més significativa de l'estudi d'enguany és la documentació cronològica referida a la manca de regulació del tercer sector radiofònic. Hem quantificat i catalogat aquest conjunt divers i variat, present al dial català des de l'any següent a l'aprovació de la Constitució, que representa la quarta part de totes les ràdios existents a Catalunya i que ocupa el 12% de totes les freqüències actives en FM. També hem dedicat un apartat a algunes de les accions que ha fet l'Administració contra les emissores de caire comercial que emeten sense llicència.

---



La Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), aprovada el 18 de març de 2010 pel Ple del Congrés, inclou una disposició transitòria que obliga a aprovar, en el termini d'un any i mig, un pla tècnic per a la digitalització integral del servei de radiodifusió sonora terrestre. Gairebé una dècada després del llançament de la ràdio digital a l'Estat espanyol, el Govern sembla que vol reactivar el trànsit cap als nous sistemes de transmissió, respectant les actuals concessions de ràdio digital, en ona mitjana (OM) i freqüència modulada (FM). Durant l'any 2009 la transmissió radiofònica en *Digital Audio Broadcasting* (DAB) ha seguit en via morta. A Catalunya només es podien escoltar tres múltiples estatals —FU-E, MF-I i MF-II—, amb un total de 16 emissores diferents. Cal recordar que el grup d'emissores de Catalunya Ràdio va deixar d'emetre en DAB el 4 de novembre de 2008 quan va tancar el darrer transmissor, el de Collserola.

On s'ha notat un increment en l'ús de la ràdio digital, a causa del gran nombre de receptors posats en funcionament durant l'any 2009, és als múltiples de la televisió digital terrestre (TDT). Un fet significatiu és que algunes televisions han començat a oferir els partits del Futbol Club Barcelona amb l'àudio en català sincronitzat amb les transmissions radiofòniques de Catalunya Ràdio i RAC 1 —caldría també esmentar ONA FM, en FM, sincronitzada amb Canal +, via satèl·lit.

Per tant, l'oferta radiofònica hertziana ha seguit arribant als oïdors mitjançant les dues bandes analògiques tradicionals: la de freqüència modulada (FM) i la d'ona mitjana (OM).

Segons el nostre estudi, fet el mes de desembre de 2009, a Catalunya, el nombre total d'emissores que emeten una programació pròpia en FM, durant tot el dia o en franques diàries, és de 423: 247 públiques (58,4%), 103 del tercer sector (24,4%) i 73 privades (17,2%).

Com en anys anteriors, entre les 247 emissores de gestió pública podem fer quatre divisions ben clares. Les cinc emissores de Radio Nacional de España, les quatre programacions de Catalunya Ràdio, que surten en FM, COMRàdio i el conjunt de ràdios municipals, format per unes 237 emissores amb programació pròpia —de les 243 que hi ha. Dels 946 municipis existents a Catalunya, una quarta part (el 25,7%) tenen emissora municipal pròpia.

L'any 2009 van deixar de funcionar dues emissores municipals: Sarroca Ràdio, de Sant Martí Sarroca, i Ràdio 010, de Santa Maria d'Oló. Per contra, en van aparèixer tres: Ràdio Vallalta, de Sant Iscle de Vallalta, Ràdio Polinyà i Ràdio Arbúcies, que va estar inactiva des del mes d'octubre de 2004 fins al mes de maig de 2009.

---

*Al dial d'FM de Catalunya, 423 emissores transmeten un mínim de programació pròpia: 247 públiques (58,4%), 103 del tercer sector (24,4%) i 73 privades (17,2%)*

---

El nombre de ràdios privades que emeten una programació pròpia en FM s'ha incrementat lleugerament respecte de l'any 2008. S'ha passat de 67 a 73. Tret de 7, totes pertanyen a alguna cadena de radiodifusió. De les emissores independents, hem de recollir la desaparició de Ràdio Salut, que emetia des del Garraf, i l'aparició d'El 9 FM, a Vic; Mol'FM, al Vallès —l'any passat comptada dins del tercer sector—, i Zeta Ràdio, a la Bisbal —com un fil musical. A Calella, l'emissora privada Ràdio Marina de Blanes va obrir un segon projecte amb el nom de Top Ten Ràdio. A més, han aparegut al dial de Barcelona quatre emissores de cadenes estatals: Radio Inter i Interpop, del Grupo Intereconomía; Rock & Gol, de la cadena COPE, i esRadio. Totes sense llicència administrativa. esRadio també va aparèixer a l'FM de Tarragona, sense concessió de freqüència.

El recompte de l'FM es completa amb un centenar de ràdios diferents del tercer sector, entre les anomenades ràdios lliures, ràdios de districte i de barri, emissores religioses, ràdios escolars i educatives, ràdios culturals o associatives, emissores penitenciàries, estacions llatines, emissores esotèriques, fórmules musicals i ràdios que segueixen un model de programació privat sense regularitzar. La xifra que donem és una mica més baixa que la de l'any 2008. L'Administració va tancar un dels punts emissors del sud de Catalunya, des d'on transmetien algunes emissores sense concessió. A l'FM de Barcelona van desaparèixer alguns canals que estaven ocupats per fils musicals, que també es van comptabilitzar dins d'aquest conjunt l'any anterior. Mol'FM, que al nostre estudi de l'any 2008 estava

comptada dins de les emissores del tercer sector, com que va obtenir una llicència del CAC al Vallès, enguany ja l'hem comptabilitzat dins de les emissores de radiodifusió privada. Pel que fa a algunes de les altes i baixes, a les emissores culturals s'hi ha afegit Ràdio Sentmenat i Fem Ràdio, de Cabrils. En el conjunt d'emissores amb un model de programació semblant al comercial del tercer sector, han aparegut, entre d'altres: Cadena Elite, del Bages, i Radio Unió Catalunya, Kiero Radio i Éxito Radio, totes a Barcelona —Éxito també transmetia a Tarragona. Dins de les emissores llatines han desaparegut Fiesta FM, Radio Tropical i Olímpica FM. I ha aparegut La Nueva FM. Totes a Barcelona.

De les 103 ràdios del tercer sector, 81 ofereixen una programació ben diferent de la de la ràdio pública i privada. Representen, aproximadament, un 78% del total d'aquest grup. Hi ha un predomini clar de la tipologia cultural, amb 32 emissores, gairebé una tercera part del total. Les 22 emissores que segueixen un model de programació proper al de la ràdio privada suposen el 22%. Dins d'aquest segon conjunt hi ha dos tipologies dominants: la fórmula musical, 9 casos, i la llatina, amb 8 ràdios.

En una mitjana, com als darrers anys, es poden escoltar 15 emissores diferents: 3 de públiques i 12 de privades. Sí que hi ha hagut canvis pel que fa a la programació. Només una emissora, LatinCOM 882, transmetia una programació diferent de la que es pot sintonitzar simultàniament pel seu canal d'FM. L'any 2009 Rock & Gol va deixar d'estar present, de 16.00 a 01.30 hores, a la freqüència de COPE Miramar, ja que aquesta va passar a oferir la totalitat de la programació de la COPE. Cal precisar que des del mes de febrer de 2010 Ràdio Terrassa no fa programació pròpia. Inicialment va repetir el senyal de la cadena SER i des del mes de març radiava Kiss FM, l'emissora dels actuals propietaris de Ràdio Terrassa. Com que el canvi és posterior al desembre de 2009 no l'hem inclòs a l'estudi d'enguany, encara que ara en fem esment.

El nombre total de freqüències diferents en ús a totes les comarques catalanes en el dial d'FM s'ha mantingut força similar al de l'any anterior, 886: 583 públiques (65,8%), 195 privades (22%) i 108 del tercer sector (12,2%). El tercer sector ha perdut una desena de freqüències, mentre que el sector públic n'ha guanyat una xifra similar amb la posada en funcionament de tres punts emissors de Catalunya Ràdio.

Les ràdios públiques emeten per 583 freqüències d'FM. Les emissores de Catalunya Ràdio emeten per 242 freqüències, 14 més que l'any anterior; les cinc cadenes de RNE, per 78; COMRàdio, per 20, més les 243 emissores municipals. Una puntualització: la gran majoria de les aproximadament 120 ràdios municipals consorciades a la

xarxa pública COMEmissores tenen identitat i una part de programació pròpia. Hi ha cinc excepcions: Freqüència Barcelona, Ràdio Estudi Esplugues, Freqüència Lleida, Freqüència Girona i Freqüència Camp de Tarragona, que actuen com a repetidors de la programació de COMRàdio en FM, amb una programació pròpia mínima, en cas que en tinguin. Tenint en compte la finalitat inicial de la seva concessió, aquestes cinc emissores també les hem inclòs, juntament amb les altres, dins del conjunt d'emissores municipals.

El sector radiofònic privat transmet a Catalunya per 195 freqüències. Tres més que l'any passat. Aquesta xifra no inclou els repetidors d'Onda Rambla - Punto Radio Lleida, a Mequinensa (Saragossa), i Rock & Gol Lleida, a Fraga (Osca).

Les ràdios del tercer sector han reduït lleugerament el seu nombre de freqüències d'emissió i han arribat a la xifra de 108 a tot Catalunya. El fet més destacat és la pèrdua de 7 freqüències que va tenir l'emissora religiosa Radio María durant l'any 2009.

En la banda d'OM, el repartiment de les freqüències és el mateix que el dels dos últims anys: un 45,4% (10 freqüències) per al sector públic i un 54,6% (12 freqüències) per al privat.

---

*El nombre total de freqüències diferents en ús a totes les comarques catalanes en el dial d'FM és de 886: 583 públiques (65,8%), 195 privades (22%) i 108 del tercer sector (12,2%)*

---

## 1. Grups empresarials

Al mapa radiofònic català operen tres grups públics: Radio Nacional de España, de la Corporación de Radio Televisión Española; Catalunya Ràdio SRG, SA, que forma part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, i COMRàdio, que depèn del Consorci de Comunicació Local (CCL) format per la Diputació de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, l'Associació d'Emissores Municipals de Catalunya i l'adhesió de l'Ajuntament de Barcelona i un centenar d'ajuntaments més.

Dels grups radiofònics privats existents a finals de l'any 2009, nou basen el seu negoci en el mercat de Catalunya i vuit tenen interessos comercials a tot l'Estat espanyol. En el moment de fer l'estudi, tret del Grup Flaix, el GrupCat de Comunicació i Ràdio Marina SA, totes les empreses amb concessions de llicències radiofòniques

**Quadre 1.** Cadenes radiofòniques dels grups empresarials privats que operen a Catalunya i nombre real de freqüències analògiques en OM i FM (desembre 2009)

## GRUPS PRIVATS DE COMUNICACIÓ DEL MERCAT ESPANYOL

(OM), Baix Empordà, Tossa d'Alp, Girona, Lleida, Vielha, Tortosa i Tarragona.

### Unión Radio (Grupo Prisa i Grupo Godó)

#### 57 emissores

- Cadena SER Catalunya, 22 emissores: Barcelona (OM i FM), Manresa (OM i FM), Vic, Terrassa (OM i FM), Vilafranca del Penedès, Palamós, Olot, Girona (OM, FM), Ripoll, Tremp, Lleida (OM i FM), Tortosa, Móra d'Ebre, Reus (OM), Tarragona, la Selva i Puigcerdà (Ràdio Pirineus).
- 40 Principales, 10 emissores: Barcelona, Manresa, Sant Pere de Ribes, Vic, Palamós, Puigcerdà, Girona, Lleida, Reus i Tortosa.
- Cadena Dial, 7 emissores: Barcelona, Manresa, Sant Pere de Ribes, Rocacorba, Lleida, Vila-seca i Salou, i Tortosa.
- M-80, 4 emissores: Barcelona, Girona, Lleida i La Mussara.
- Radio Olé, 2 emissores: Barcelona i Tarragona.
- Máxima, 1 emissora: Barcelona.
- ONA FM, 11 emissores: Barcelona, Manresa, Figueres, Maçanet de Cabrenys, Olot, Girona, Ripoll, Lleida, Tortosa, el Vendrell i Tarragona, més una al Principat d'Andorra, que no s'ha comptat en aquest estudi.

### Radio Popular, SA

#### 15 emissores

- Cadena COPE, 10 emissores: Barcelona, Miramar-Badalona (OM), Manresa, Rocacorba, Alpicat, Tarragona, Reus (OM), Puigcerdà, Figueres (OM) i Lleida (OM).
- Cadena 100, 4 emissores: Barcelona, Rocacorba, Lleida i Reus.
- Rock & Gol, 1 emissora: Barcelona. Sense concessió administrativa.

### Vocento (Punto Radio)

#### 11 emissores

- Onda Rambla - Punto Radio, 11 emissores: Barcelona, Igualada, Osona, Vilanova i la Geltrú

### Grupo Antena 3 (Uniprex)

#### 10 emissores

- Onda Cero, 6 emissores: Barcelona (OM i FM), Vilanova i la Geltrú, Girona, Lleida, Tarragona i Sant Feliu de Guíxols (inactiva).
- Europa FM, 4 emissores: Barcelona, Rocacorba, Lleida i La Mussara.

### Grupo Intereconomía

#### 7 emissores

- Radio Intereconomía, 4 emissores: Montserrat, Barcelona, Girona i Tarragona. Només la primera, llogada a RTV Manresa, disposa de concessió administrativa.
- Radio Inter, 2 emissores: Barcelona (2 freqüències). Les dues sense concessió administrativa.
- Interpop, 1 emissora: Barcelona. Sense concessió administrativa.

### Grupo Radio Blanca, SA

#### 4 emissores

- Kiss FM, 4 emissores: Terrassa-Barcelona, Sant Pere de Ribes, Castell d'Aro i Girona. Només la primera té concessió administrativa. Des de Sant Pere de Ribes i Castell d'Aro transmetia, dins del Pla Pilot, però finalment no li van ser assignades.

### Unidad Editorial (Unedisa-Recoletos)

#### 2 emissores

- Radio Marca, 2 emissores: Barcelona i Garraf. La segona provisional fins que el nou adjudicatari es faci càrrec de la freqüència.

### Libertad Digital, SA

#### 2 emissores

- esRadio, 2 emissores: Barcelona i Tarragona. Les dues sense concessió administrativa.

## GRUPS PRIVATS DE COMUNICACIÓ CATALANS D'ABAST NACIONAL

### Grupo Godó

#### 30 emissores

- RAC 1, 17 emissores: Barcelona, Igualada, Sant Celoni, Sant Pere de Ribes, Osona, Castell d'Aro, Lloret de Mar, Puigcerdà, Olot, Rocacorba, Ripoll, Lleida, Sant Carles de la Ràpita, Tarragona, la Seu d'Urgell, Sort i Tremp.
- RAC 105, 13 emissores: Barcelona, Montserrat, Sant Pere de Ribes, Osona, Castell d'Aro, Puigcerdà, Olot, Banyoles, Ripoll, Alpocat, Valls, Tortosa i Lloret de Mar.

### Grup TeleTaxi

#### 23 emissores

- Radio TeleTaxi, 14 emissores: Barcelona, Montserrat, Osona, la Molina, Olot, Rocacorba, Ripoll, Tremp, Alpocat, a Mussara, el Vendrell i Sant Pere de Ribes, Sort i Tortosa. En aquestes dues últimes localitats transmetia, dins del Pla Pilot, per unes freqüències que finalment no li van ser assignades. Les dues noves freqüències que fa servir l'any 2009 no tenen concessió. També opera l'emissora municipal Grama Ràdio, de Santa Coloma de Gramenet.
- Radio RM, 9 emissores: Barcelona, Montserrat, Mataró, Calella, Osona, Maçanet de Cabrenys, Portbou, Platja d'Aro i Lloret de Mar.

### Grup Flaix

#### 20 emissores

- Flaix FM, 10 emissores: Barcelona, Montserrat, Osona, l'Alt Empordà, Castell d'Aro, Puigcerdà, Girona, Alpocat, Valls i Tortosa.
- Ràdio Flaixbac, 10 emissores: Barcelona, Montserrat, Sant Pere de Ribes, Osona, Alt Empordà, Tossa d'Alp, Rocacorba, Lleida, La Mussara i Tortosa.

### Cadena Estel

#### 10 emissores

- Ràdio Estel, 9 emissores: Barcelona, Montserrat, Osona, Tossa d'Alp, Rocacorba,

Alpocat, la Mussara, Tortosa i Sant Pere de Ribes.

- Ràdio Principat, 1 emissora: la Seu d'Urgell.

## GRUPS PRIVATS DE COMUNICACIÓ SUPRACOMARCALS

### GrupCat de Comunicació

#### 8 emissores

- Gum FM, 8 emissores: la Molina, la Seu d'Urgell, Pont de Suert, Sort (2 freqüències), Bossòst i Vielha (2 freqüències).

### Ràdio i Televisió de Manresa, SA

#### 3 emissores

- Styl FM Classics, 2 emissores: Barcelona i Manresa.
- Styl FM, 1 emissora: Barcelona.
- L'empresa només té una concessió a Montserrat, llogada a Grupo Intereconomía.

### Ràdio Marina, SA

#### 2 emissores

- Ràdio Marina, 1 emissora: Blanes.
- Top Ten Ràdio, 1 emissora: Calella.

## GRUPS PRIVATS DE COMUNICACIÓ COMARCALS

### Grup Segre

#### 2 emissores

- Segre Ràdio, 1 emissora: Lleida. També opera l'emissora municipal Ràdio Ponent, de Mollerussa.
- Pròxima Lleida, 1 emissora: Alpocat. L'any 2009 el Grup Segre va tancar Èxits FM i va arribar a un acord amb la Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió per oferir la seva programació a través de la seva emissora.

### Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió <sup>(1)</sup>

#### 1 emissora

- Pròxima FM, 1 emissora pròpia: Tossa d'Alp. També ofereix la seva programació per Pròxima Lleida, del Grup Segre.

(1) Cadena Pirenaica té la seu al Principat d'Andorra.

Font: Elaboració pròpia..

tenen negocis relacionats amb la premsa escrita o amb canals de televisió i se les podia considerar multimèdia.

Només hi ha set emissores locals comercials independents, amb llicència d'FM, que no pertanyen a cap cadena radiofònica: Ràdio Vic, d'Osonenca de Ràdio i TV; El 9 FM, a Vic, de Premsa d'Osona; Ràdio Aran, d'Aranesa de Ràdio i TV —que opera tres freqüències—; Imagina Ràdio, de Tortosa, del diari *La Veu de l'Ebre*; Ràdio Valira, a la Seu d'Urgell, amb estudis al Principat d'Andorra, on disposa d'una altra freqüència; Mol'FM, del Grup Mola, amb una llicència a Terrassa (89,4 MHz), però transmetent des de Sabadell en una altra freqüència (92,8 MHz), i Zeta Ràdio, del Grupo Zeta, a la Bisbal, que només emet música. L'any 2009 va desaparèixer del dial la marca de Ràdio Salut, que els darrers anys transmetia una programació musical des del centre emissor del Garraf. A principis de l'any 2010 va començar a emetre la ràdio privada independent El 9 FM, a Vic, després d'obtenir la llicència del Consell Audiovisual de Catalunya en el darrer concurs. L'empresa promotora havia participat en concursos d'adjudicació de freqüències des de mitjan anys vuitanta sense resultats positius.

---

*Nou grups radiofònics privats basen el seu negoci en el mercat de Catalunya i vuit tenen interessos comercials a tot l'Estat espanyol. Només hi ha set emissores locals comercials independents, amb llicència d'FM, que no pertanyen a cap de les 31 cadenes radiofòniques, gestionades pels 17 grups de comunicació*

---

### **1.1. Cadenes ràdiofòniques dels grups empresarials privats que operen a Catalunya en FM i OM (2009)**

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), el 7 de novembre de 2008, segons l'Acord número 174 d'aquell any, va fer pública l'adjudicació de 83 noves concessions al sector ràdiofònic privat. La gran majoria de llicències van ser atorgades a les empreses que ja transmetien per aquestes freqüències dins del Pla Pilot que va començar l'any 2003. Durant l'any 2009, algunes emissores que van obtenir concessions van començar a emetre i les recollim en el nostre mapa. A finals d'any, 24 freqüències, en 12 comarques, encara estaven pendents de seguir els dictàmens del CAC. Totes aquestes freqüències que encara no han canviat d'emissora o que no s'han activat les hem destacat en negreta als llistats de freqüències per comarques<sup>1</sup>. A

---

1. Vegeu apartat 5: Mapa radiofònic de Catalunya.

la part superior hi ha el nom de l'emissora que s'escoltava a finals de desembre, i a la línia inferior, l'empresa que va guanyar la concessió del CAC.

## **2. El tercer sector radiofònic a Catalunya**

### **2.1. Definició i classificació**

Partint del criteri que el primer i el segon sector són les ràdios públiques i privades que tenen una llicència per transmetre, a Europa s'han agrupat dins del tercer sector (TS) les ràdios sense ànim de lucre que ofereixen una programació amb voluntat de servei social, educatiu o comunitari i que transmeten en FM amb baixa potència.

El professor John Downing, investigador del Global Media Research Center, College of Mass Communication and Media Arts, de la Universitat de Southern Illinois, a la seva conferència «Medios comunitarios, movimientos sociales y redes», organitzada el mes de març de 2010 per la Càtedra UNESCO de Comunicació InCom-UAB en col·laboració amb la Fundació CIDOB (Centre d'Estudis i Documentació Internacionals de Barcelona), puntualitzava el següent:

*Mitjans del tercer sector*, indicant «mitjans en l'àmbit d'acció social voluntari», és un terme que es fa servir a vegades en les discussions europees. [...] És un terme provinent de la política que, per davant de tot, defineix aquests mitjans com el que no són, o sigui, aquella part de l'espectre dels mitjans que no són finançats per entitats comercials, governamentals o institucionals. Per tant, és un terme convenient per a discussions sobre la política de la comunicació, però, a banda d'això, no ens ofereix res.

El terme que prefereixo és *mitjans de moviments socials*, atès que subjecta aquests projectes de comunicació a moviments socials de tot tipus, siguin grans o petits, constructius o repressius, etcètera (2010, pàg. 5).

Segons l'*Informe sobre els mitjans del tercer sector de la comunicació* (2008/2011[INI]), elaborat per la Comissió de Cultura i Educació del Parlament Europeu, aprovat el mes de juny de 2008: «Els mitjans de comunicació del tercer sector de la comunicació són organitzacions sense ànim de lucre i són responsables davant la comunitat a la qual tracten de servir. L'absència d'ànim de lucre vol dir que l'objectiu primordial d'aquests mitjans de comunicació és emprendre activitats d'interès públic o privat sense tractar d'obtenir beneficis comercials o monetaris».



Aquest informe afirmava també que els mitjans de comunicació audiovisuals impulsats per entitats sense ànim de lucre són un instrument fonamental per facilitar que la ciutadania pugui participar activament en la societat. D'aquesta manera, es reforça la identitat local, s'estimulen el pluralisme i la diversitat cultural i lingüística, i s'afavoreix la inclusió social. La Comissió de Cultura i Educació del Parlament Europeu recomanava als Estats membres que «donessin reconeixement legal als mitjans del tercer sector de la comunicació com a grup definit, juntament amb els mitjans de comunicació comercials i públics, quan no existís aquest reconeixement legal, sense que això vagi en detriment dels mitjans de comunicació tradicionals».

L'Associació Mundial de Ràdios Comunitàries (AMARC), fundada el 1983, és un organisme internacional que agrupa unes 3.000 ràdios comunitàries —molt poques d'europées— i federacions, d'uns 110 països. Segons l'AMARC, la ràdio comunitària té tres aspectes que la caracteritzen: es tracta d'una activitat amb finalitats no lucratives, la comunitat té el control sobre la propietat i està caracteritzada per la participació de la comunitat. L'AMARC defensa i promou els interessos del moviment de les ràdios comunitàries a través de la solidaritat, el treball en xarxa i la cooperació. Dins de l'AMARC hi ha ràdios comunitàries, rurals, cooperatives, participatives, lliures, alternatives, populars, educatives, etc.

Al nostre país, diverses emissores del tercer sector formen part de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya, integrada per emissores de ràdio locals de titularitat municipal i d'associacions culturals.

La varietat i la diversitat són dues característiques del tercer sector arreu del món. En el cas català, en aquest estudi hem optat per fer una subdivisió en dos conjunts. Dins del primer incloem les emissores que ofereixen una programació ben diferent de la de la ràdio pública i privada i establim les tipologies següents: lliures, escolars i educatives, penitenciàries, culturals, religioses, de barri i de districte, emissores internacionals i megafonia en FM.

Dins del tercer sector català, a més de les emissores de les tipologies anteriors, n'hi ha d'altres que, pel contingut de la seva programació, haurien de ser incloses dins de la categoria de radiodifusió privada, tot i que en alguns casos puguin estar promogudes per associacions culturals. Dins d'aquest segon conjunt de ràdios en el nostre estudi hem establert les tipologies següents: llatines, esotèriques, fórmules musicals i emissores que segueixen un model de programació de la ràdio privada sense tenir llicència. Tal com vam fer en els dos mapes de la ràdio a Catalunya precedents, aquestes quatre tipologies

d'emissores també les hem inclòs dins del tercer sector.

Com que sempre donarem les dades per tipologia d'emissora, sempre quedarà clar quantes emissores hi ha dins de cadascun dels dos conjunts que integren el tercer sector. Els autors volen precisar que la inclusió de les emissores dins de cada tipologia pot ser inexacta en algun cas concret, a causa de l'elevat nombre i la casuística complexa de les emissores. Si hi ha alguna equivocació és involuntària i no vol perjudicar ningú. El nostre estudi és fonamentalment descriptiu de la situació del tercer sector i en pocs moments és valoratiu.

## 2.2. Cens d'emissores del tercer sector català (2009)

A Catalunya 103 emissores del tercer sector transmeten per 108 freqüències, de les quals un 70,3% operen a la

**Quadre 2.** Nombre de ràdios diferents del tercer sector, segons tipologia (desembre 2009)

	Nombre d'emissores per tipologia	%
Cultural	32	31,1
Religiosa	13	12,8
Lliure	11	10,8
Barri	8	7,8
Escolar	7	6,7
Penitenciària	4	3,9
Districte	3	2,8
Megafonia en fm	2	1,8
Internacional	1	0,9
<b>Subtotal conjunt 1</b>	<b>81</b>	<b>78,6</b>
Fórmula musical TS	9	8,8
Llatina	8	7,8
Model privat TS	4	3,9
Esotèriques	1	0,9
<b>Subtotal conjunt 2</b>	<b>22</b>	<b>21,4</b>
<b>Total Catalunya</b>	<b>103 ràdios diferents</b>	

Font: Elaboració pròpia.

**Quadre 3.** Nombre de freqüències dels dos conjunts del tercer sector (TS) per províncies i tipologia (desembre 2009)

	Freqüències				Nombre de freqüències per tipologia i percentatge
	Barcelona	Tarragona	Girona	Lleida	
Cultural	25	5	1	1	32 (29,3%)
Religiosa	9	2	3	3	17 (15,3%)
Lliure	8	1	1	1	11 (10%)
Barri	6	2	-	-	8 (7,4%)
Escolar	7	-	-	-	7 (6,2%)
Penitenciària	2	-	1	1	4 (3,7%)
Districte	3	-	-	-	3 (2,5%)
Megafonia en FM	3	-	-	-	3 (2,5%)
Internacional	1	-	-	-	1 (0,9%)
<b>Subtotal conjunt 1</b>	<b>62*</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>84 (77,8%)</b>
Fórmula musical TS	5	2	1	2	10 (9,3%)
Llatina	4	1	2	1	8 (7,4%)
Model privat TS	4	-	-	-	4 (3,7%)
Esotèriques	1	1	-	-	2 (1,8%)
<b>Subtotal conjunt 2</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>24 (22,2%)</b>
<b>Total freqüències TS per províncies</b>	<b>76</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	
<b>Total Catalunya</b>	<b>108 freqüències diferents</b>				

\* 3 de les quals en una mateixa freqüència.

Font: Elaboració pròpia.

província de Barcelona. Aquestes ràdios, pendents de regularització, suposen una quarta part de les existents a Catalunya i ocupen el 12% de totes les freqüències actives en FM a totes les comarques. Com ja apuntàvem en el capítol dedicat al «Mapa de la radiodifusió analògica i digital» de l'*Informe sobre la Ràdio a Catalunya 2006-2007*: «Si un dels trets diferencials històrics del mapa radiofònic català era l'elevat nombre de ràdios públiques de proximitat, d'uns anys ençà han aparegut un gran nombre de ràdios locals del tercer sector que defineixen un segon tret característic del nostre mapa radiofònic en FM».

Normalment, les emissores d'aquest conjunt transmeten per una única freqüència cap a un territori d'extensió geogràfica limitada. Hi ha quatre excepcions que en fan servir més d'una: la religiosa Radio María, 4 fre-

qüències; la megafonia de Ràdio Circuit, 2; la fórmula musical, Loca FM, 2, i l'esotèrica Éxito Radio, 2. També cal puntualitzar que a Barcelona la freqüència de 91,6 MHz la fan servir tres emissores de baixa potència del tercer sector.

Tant si ens fixem en el nombre de ràdios per tipologia com en el de freqüències que ocupen a l'FM, les 81 emissores que ofereixen una programació ben diferent de la de la ràdio pública i privada (conjunt 1) representen aproximadament un 78% del tercer sector, i les 22 emissores que segueixen un model de programació proper al de la ràdio privada (conjunt 2), un 22%.

Dins del conjunt 1 de ràdios del tercer sector català predomina clarament, en nombre, la tipologia cultural, amb 32 emissores, el 31,1% del total. La segueixen quatre tipologies, amb quantitats similars i prou significatives:

religiosa, 13; lliure, 11, i barri i districte, 11 —sumant les dues categories. Aquestes cinc tipologies són el 65% de tot el tercer sector català.

Dins del conjunt 2 de ràdios del tercer sector català hi ha dues tipologies dominants: la fórmula musical, 9 casos (8,8%), i la llatina, amb 8 ràdios (7,8%).

## 2.3. Tipologia d'emissores del tercer sector

### 2.3.1. Ràdios lliures

L'any 1994 les emissores lliures catalanes s'autodefinien així: no lucratives, autogestionàries, independents, organitzades de manera no jeràrquica i compromeses amb la transformació social.

Les ràdios lliures “clàssiques” segueixen un patró força semblant des de 1979 ençà. Els seus continguts són alternatius i difícilment es poden trobar en emissores comercials. Els programes estan produïts per i per a col·lectius de tipus ecologista, feminista, immigrant o antisistema. També pot haver-hi programes de literatura o música alternativa o no comercial (*punk*, *hardcore*, *heavy metal*, *dark*, *hip-hop*, etc.).

No emeten publicitat i se solen finançar amb aportacions de les persones que participen en els programes, organitzant concerts de grups de rock i amb la venda de samarretes, CD, etc. Dins de les ràdios lliures trobem: Radio Bronka (Barcelona), Radio Kaos (Terrassa), Radio Korneta (Berga), Radio Linea IV (Barcelona), Ràdio RSK (Barcelona, actualment inactiva) i Ràdio Trama (Sabadell). Dues de les més veteranes del dial d'FM de Barcelona són: Ràdio PICA i Contrabanda FM.

- Ràdio PICA: s'autodefineix com una emissora independent, autogestionada i no comercial. Les sigles PICA signifiquen Promoció Independent Coordinació Artística - Alternativa. Ràdio Pica està finançada pels realitzadors dels programes i té com a objectius la creativitat, l'experimentació i la lliure expressió.

Va començar a emetre el 9 de març de 1981 i és la més veterana de les ràdios lliures actuals i de tot el tercer sector a Catalunya. Entre 1987 i 1990 va estar en silenci ja que els seus equips van ser confiscats per l'Administració, però va tornar a l'aire quan els va recuperar després d'un llarg procés judicial.

El setembre de 2008 va reduir notablement la seva programació, perquè va començar a compartir horari d'emissió amb Radio Gladys Palmera i amb Scanner FM.

- Contrabanda FM: emet des del gener de 1991. Va ser creada després de l'acord de sis grups pro-

motors de ràdios lliures per gestionar una única emissora. En un dossier de 2002 es definia com: assembleària, autogestionada i independent, social i participativa, diversa i oberta, divulgativa, crítica i creativa.

Un dels programes més coneguts de Contrabanda FM és *Radio Nikosia*, en antena des del gener de 2003, fet per persones amb algun tipus de malaltia mental. El 8 de juny de 2005 es va presentar el llibre *Radio Nikosia, voces que hablan desde la locura*.

### 2.3.2. Emissores de barri i de districte

Aquest tipus d'emissores es concentren en els grans nuclis urbans on el concepte de barri està més arrelat o bé on la divisió de la ciutat es fa en districtes municipals.

Si fan publicitat local o tenen algun patrocini no és per fer negoci, sinó per poder finançar una part del projecte. La majoria transmeten tot el dia, però algunes només ho fan durant unes franges horàries setmanals, com ara Ràdio Pardiniyes, creada el 1985 a Lleida, que només transmet els divendres, dissabtes i diumenges.

Algunes emissores de la ciutat de Barcelona s'autodefineixen com a “municipals de districte”. Aquesta és una figura legalment inexistente atès que cada municipi només pot disposar d'una concessió. En el cas de Barcelona és el 91 MHz de Freqüència Barcelona que utilitza com a pròpia COMRàdio. En aquest treball ens referim en aquestes emissores com de districte i no pas com a municipals.

Una de les zones de Barcelona amb més tradició d'emissores de barri és Sants-Montjuïc. Actualment hi conviuen tres projectes:

- Ona de Sants Montjuïc: emet des del mes de març de 1985. Organitza maratons de recollida de joguines per Reis, participa al Carnaval de Sants i a Firentitats. Durant la Festa Major de Sants, posa un estudi al carrer.
- Sants Montjuïc Ràdio / Alternativa Barcelona: va començar a funcionar com a Ràdio Zona Franca, l'abril de 1988, per iniciativa de l'Associació de Veïns El Polvorí. El 1998 va obtenir el premi Benestar Social de l'Ajuntament de Barcelona. Ha estat un planter de professionals: Joan Barutel (40 Principales Manresa, Ràdio 4, Europa FM), Alex Salgado (Ràdio 4, Grama Ràdio), Jordi Tuñón (RNE), Marc Cadena (40 Principales Barcelona), Xavi Canalías (Flaix FM), Ruth Santesmases, “Ruth Medina” (Cadena 100 Madrid), Carles Lamelo (Onda Cero Barcelona), Xavi Alfaro (Ràdio Marca Barcelona) i un llarg etcètera.

- Sants 3 Ràdio: emet des de 1997. Participa activament en totes les activitats del barri. És de les poques emissores del tercer sector que té una unitat mòbil, regalada per un veí. Actualment l'emissora té uns 150 col·laboradors.

Altres emissores d'aquesta categoria al dial de Barcelona són:

- Ràdio Trinitat Vella: va començar a emetre el 1983. Des de 1988 ho fa des d'un local municipal. Participa en la Mostra d'Entitats de Sant Andreu. Des de 2005 forma part de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya. El 22 d'octubre de 2008, el Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, va assistir a la presentació de la seva programació.
- Ràdio Gràcia: Malgrat que està en una situació al·legal, emet des d'unes instal·lacions municipals a la part alta del districte de Gràcia. Està funcionant des de 1990 i la seva gestió, gairebé sempre, ha estat cedida per l'Ajuntament de Barcelona a empreses privades que administren el pressupost aportat per l'Ajuntament. El seu programa infantil *El Galliner* ha obtingut diversos premis i ha estat inclòs en la programació de COMRàdio.
- Boca Ràdio: és l'hereva de l'antiga Ràdio Carmel, que va canviar de nom l'abril de 2006. Emet des del Centre Cívic Municipal Boca Nord de Barcelona. Entre els seus objectius fundacionals hi ha «fomentar i difondre l'associacionisme juvenil del districte d'Horta-Guinardó i de la resta de Barcelona, emetre una programació musical feta amb material de tots aquells grups de la ciutat que comencen o que no tenen cabuda en l'actual panorama radiofònic i informar sobretot d'allò que afecta els veïns d'Horta-Guinardó i de la ciutat».

De les emissores de barri i de districte de fora de Barcelona podríem esmentar:

- Radio Star, de Terrassa: els seus promotors la cataloguen com a cultural, tot i que emet des del local de l'Associació de Veïns de les Arenes, La Gripa i Can Montllor. Participa activament a la Festa Major de les Arenes. L'alcalde de Terrassa hi surt amb freqüència en entrevistes i debats. Va començar el 1984 i ha tingut diversos canvis de nom. Va ser clausurada l'any 1986. Des de 1997 emet amb regularitat.
- Ràdio La Mina, de Sant Adrià de Besòs: emet des de 1985. Va començar com un taller de ràdio. Fins a la creació de la ràdio municipal de Sant Adrià,

durant molts anys, ha estat l'única emissora del municipi.

- Ràdio Sant Pere i Sant Pau, de Tarragona: va ser inaugurada el 12 d'octubre de 1986 amb la presència de l'alcalde de Tarragona. Fa 23 anys que concedeix els Premis Micro.

### 2.3.3. Emissores culturals

Dins d'aquesta categoria trobem les emissores sense afany de lucre que tenen la seva programació dedicada principalment als continguts culturals. Si inclouen alguna publicitat no és amb afany de lucre, sinó per ajudar a finançar una part del projecte. Formalment solen ser propietat d'una associació cultural, generalment sense patrimoni, per evitar el pagament de possibles sancions, en cas que les rebin. Podem esmentar un parell d'exemples ben diferents:

- Ràdio Despi, de Sant Joan Despi: emet des del mes de juny de 1995. Té els estudis en unes instal·lacions municipals. Compta amb el suport de l'Ajuntament, malgrat que no és una emissora municipal, per la seva implicació amb la ciutat. Fa campanyes de recollida de joguines per Reis, partits de futbol benèfics, tallers de ràdio... Connecta amb els informatius horaris de COMRàdio. La programació és variada, amb predomini de la música. Està realitzada per voluntaris i estudiants de periodisme en pràctiques. Emet publicitat local.
- Radio Gladys Palmera (RGP), de Barcelona: sembla que s'hagués de classificar dins de les ràdios llatines, però la seva programació i el seu objectiu són diferents. Mentre que les ràdios llatines són bàsicament d'entreteniment i tenen presentadors llatinoamericans, RGP ha buscat la difusió, entre tot tipus de públic, d'estils musicals de l'àrea del Carib, independentment de la seva comercialitat. Als darrers anys s'ha obert també al concepte músiques del món. Hi ha presentadors llatinoamericans, espanyols i catalans. Emet des del mes de juny de 1999. Oficialment pertany a l'Associació d'Amics de la Cultura i de la Música Caribenya. La seva creadora i mecenes, Alejandra Fierro, és una especialista en música caribena que a la dècada dels anys vuitanta presentava un programa sobre el tema a la Cadena COPE amb el pseudònim de Gladys Palmera.

Mai no ha utilitzat un emissor propi. Els primers anys va utilitzar franges horàries de Ràdio PICA. L'any 2009 i fins al 28 de febrer de 2010 va llogar

tot el temps d'Exaradio a l'FM de Barcelona. També estava present als dials de València i Madrid. Havia anunciat que, a partir del mes de març de 2010, passava a ser una emissora distribuïda per Internet.

### 2.3.4. Emissores religioses

Les emissores religioses prediquen les seves creences en diversos formats de programes. Algunes fan campanyes per recaptar diners a partir dels donatius dels oïdors.

Al dial de Barcelona una de les més antigues és l'emissora evangèlica Ràdio Bona Nova, que emet des del mes de febrer de 1985. A Terrassa funciona, des de 2003, Ràdio 7, d'orientació adventista —en la seva programació inclou programes elaborats per Trans World Radio. Altres projectes radiofònics religiosos que es poden escoltar al dial català són:

- RKM Barcelona: emissora creada per REMAR (Rehabilitación de Marginados). A Barcelona surt des del mes d'octubre de 2001. Forma part de la cadena de 42 emissores creada durant la dècada dels anys noranta per REMAR a partir de la compra de Radio Kadena Modulada de Camas (Sevilla).
- Radio Amistad, de Sabadell: és una de les 23 emissores de la cadena d'orientació evangèlica fundada per Lisardo Cano. A Catalunya emet des de l'agost de 1987. Va ser precintada el 17 de març de 1998. Un any després, l'Audiència Nacional va declarar nul el precintament dels equips.
- Radio María: emissora de la cadena catòlica que va ser creada a la parròquia d'Arcellasco d'Erba (Itàlia) l'any 1982. A l'Estat espanyol s'hi va establir el 1999, a la Comunitat de Madrid, on té dues freqüències legals. A Catalunya va començar a emetre a Tarragona i a Barcelona el 2007. A principis de l'any 2009 tenia 184 emissores a tot l'Estat espanyol, 13 de les quals eren a Catalunya. El mes de febrer de 2010 només tenia quatre freqüències, de les tretze, en funcionament.
- AVM Ràdio: creada pel rector Juan Morera Peralta. Al principi sortia únicament per Internet. Després va transmetre en FM a Barcelona i Torrelles de Llobregat. El rector Morera ja havia gestionat emissores de ràdio en les seves anteriors destinacions pastorals a l'Amèrica Llatina.
- Manà Ràdio: funciona des de 2007. És una emissora associada a Onda Paz, que emet al Vendrell des del novembre de 2002, amb una pausa entre juny i novembre de 2004 per requeriment de la Generalitat. La seva filial gironina és Ona Pau, en antena des del maig de 2006.

### 2.3.5. Ràdios escolars i educatives

Les ràdios escolars es caracteritzen perquè emeten amb potències molt baixes, rares vegades per sobre dels 10 watts. A les àrees urbanes, la poca potència i la saturació del dial fan que la seva cobertura sigui molt petita. En canvi, en poblacions petites, amb la mateixa potència, sí que poden ser escoltades en una extensió més gran.

A l'última dècada s'ha observat la tendència de deixar l'FM per passar a distribuir els programes a Internet. El projecte XTEC Ràdio, del Departament d'Educació, aplega la majoria d'aquestes iniciatives fetes a la xarxa telemàtica.

Només emeten quan els alumnes utilitzen l'emissora com a activitat extraescolar, poques hores a la setmana. Deixen de funcionar en períodes de vacances i generalment el seu funcionament depèn dels professors encarregats de coordinar l'activitat de ràdio de l'escola.

Algunes ràdios pioneres d'aquesta tipologia van ser: Antena Escolar (Badia del Vallès), Ràdio Milà (Milà i Fontanals, Barcelona), Radio ELAM (Liceu Ave Maria, Barcelona), MC Ràdio (Centre Martí Codolar, Barcelona), R.I.A. Ràdio Albeniz (Badalona) o Ràdio Urgell (Barcelona).

Hi ha tres ràdios escolars catalanes que han rebut el reconeixement per la seva feina:

- Ràdio Escola Vedruna, de Tona: va rebre el Premi Baldiri Reixac del 2007 concedit per la Fundació Lluís Carulla. Com a curiositat, volem apuntar que l'equip d'emissió de Ràdio Escola Vedruna va ser utilitzat a les primeres proves de l'emissora municipal de Tona.
- Ràdio Estalella, de Vilafranca del Penedès: va tenir el seu origen en un programa fet per alumnes de l'Escola Pública Estalella Graells a l'emissora municipal Ràdio Vilafranca. El mes de maig de l'any 2000 es va independitzar i va a passar a tenir la seva pròpia emissora d'FM que va arribar a la seva emissió número 1.000 el mes de febrer de 2007, motiu pel qual va rebre com a convidat Xavier Solà, de Catalunya Ràdio.
- Ràdio Ràpia, de Santa Margarida i els Monjos: el projecte de l'escola Sant Domènec de la Ràpita va començar a funcionar el 23 d'abril de 1990. El mes de juny de 2005, quan el llavors president de la Generalitat, Pasqual Maragall, va visitar la localitat, els alumnes de 6è curs de primària li van fer una entrevista. L'any següent van rebre un premi del Consell de l'Audiovisual de Catalunya pel seu projecte de ràdio escolar. Abans, l'any 1999, havien rebut un premi de la Fundació Rafael Peris. Transmet amb 20 watts.

Encara que a altres comunitats hi ha emissores universitàries en FM, fins i tot amb concessió administrati-

va, com ara a Pamplona i Salamanca, a Catalunya no n'hi ha hagut mai cap. Els projectes radiofònics universitaris catalans han optat directament per Internet: Radio Art (Universitat Politècnica de Catalunya), Blanquerna Ràdio (Universitat Ramon Llull) o Ràdio Girona Campus (Universitat de Girona).

En aquest punt, per acabar, cal esmentar Aula Ràdio. És un cas singular, atès que és una emissora educativa, creada el 1992 pel radiofonista Pere Bernal Segura, com un complement al centre de formació Aula Ràdio, situat al principi del carrer Roger de Llúria de Barcelona. Amb l'emissora es vol ajudar a la formació de futurs professionals del mitjà, a banda dels acords que el centre acadèmic té perquè grups d'alumnes facin pràctiques en emissores professionals.

### 2.3.6. Emissores penitenciàries

Les emissores de les presons tenen dues característiques similars a les escolars: potències molt petites i horaris d'emissió reduïts. Tenen una doble funció: d'entreteniment per als interns i com una eina de reinserció social. La seva coordinació i continuïtat depèn gairebé sempre d'un educador que coordina les emissions. A Catalunya funcionen tres projectes radiofònics en centres penitenciaris: el de la Model, de Barcelona, el de la Roca del Vallès i Ona One, a Lleida.

### 2.3.7. Altres tipologies d'emissores sense afany de lucre

En aquest apartat esmentem breument la resta de tipologies existents en el dial català que normalment són casos únics.

- Radio Pakcelona, de Barcelona: creada per Raja Shafiq Kiani. Va començar a emetre, l'abril de 2007, al Prat de Llobregat. Emissora comunitària, amb publicitat, orientada a la població pakistanesa. Emetia programes en urdú, bengalí, anglès, castellà i català. A la seva programació incloïa cursos de català. Va ser clausurada el març de 2008. El seu tancament va provocar una manifestació de protesta a la plaça de Sant Jaume. Actualment Radio Pakcelona té llogada una franja horària dins de la graella de Ràdio Kanal Barcelona, una de les emissores amb programació de model privat sense concessió.
- Radio France Internacional: des de l'any 2003, l'Institut Francès, situat al centre de Barcelona, emet en FM el senyal de RFI obtingut d'Internet. No fa cap programació pròpia. Moltes ciutats cosmopolites dis-

posen d'alguna freqüència per radiar programacions en altres idiomes, sovint produïdes per emissores internacionals, com ara la BBC, la Veu d'Amèrica, Radio Nederland i d'altres. No és el cas de cap localitat catalana, tot i que Catalunya atregui força turisme durant tot l'any.

- Ràdio Circuit: emet des del Circuit de Catalunya, a Montmeló, únicament quan hi ha curses. Permet al públic assistent que porta un receptor d'FM escoltar la megafonia. En competicions importants utilitza dues freqüències: una amb la locució en castellà i català i l'altra en anglès i algun altre idioma.
- Emissora de la Residència d'Avis Maranatha, de Cardedeu: transmet en FM el so ambient de la residència, que es pot escoltar a uns quants quilòmetres a la rodona.

Actualment no hi ha cap emissora sindical o política. Durant la transició política n'hi van haver algunes: Ràdio Obrera, del sindicat Comissions Obreres, La Voz de la España Nacional, a Barcelona, i Radio Azul, a Rubí, ambdues properes a la ideologia del règim franquista.

### 2.3.8. Emissores amb model de programació privat i fórmules musicals dins del tercer sector

Dins del tercer sector trobem algunes emissores de barri o algunes ràdios gestionades per una associació cultural que han evolucionat cap a un model de programació més propi d'una ràdio privada local independent:

- Radio Unión Catalunya, de Barcelona: entre 1982 i 1987 es va dir Radio Phono Taxi. Radio Unión Catalunya va reparèixer l'any 1997 i va ser tancada l'any 2006, tot i que va tornar a emetre de nou l'agost de 2009. La seva programació variada vol abastar tota mena de públics i, segons el seu web, «el nostre compromís amb el col·lectiu de discapacitats és prioritari, i estem en tot moment a la seva disposició, per al que necessitin».
- Ona Mar, de Badalona: va començar a emetre el 1990 amb el nom de Ràdio Llefà. Inicialment era una emissora de barri. Entre el més destacat de la seva producció de la primera època hi ha la marató *2.000 minuts per la solidaritat*, el Nadal de 2003. El setembre de 2004 va passar a dir-se Ona Mar, i va canviar el seu model inicial de programació per un amb més presència comercial, pensat per a una audiència més àmplia. A la seva pàgina web s'informa d'alguns dels seus patrocinadors. Connecta amb els informatius de Catalunya Ràdio.

- Ràdio Kanal Barcelona: emissora que va començar el març de 1997 com Santa Coloma Ràdio. El juliol de 2003, com que hi va haver un canvi en els responsables de l'associació cultural propietària de l'emissora, l'Asociación Amigos de la Radio del Barcelonès Nord, va passar a ser RKB. Va obrir nous estudis al centre de Barcelona. La seva programació és generalista. Els preus del patrocini dels espais i de les mencions en directe es poden consultar al seu web.

A Catalunya també hi ha 9 emissores basades en fórmules musicals pròpies de la ràdio privada musical temàtica que no estan regulades: Cadena Élite, de Manresa; Kiero Radio, de Santa Coloma de Gramenet; Euro TOP FM i Energy FM, les dues de Terrassa; Radio Now, de Granollers; Capital Radio, de Pals; Loca FM i Sonora FM, les dues de Lleida —Loca FM també surt des de les Terres de l'Ebre—, i Tot Música, de Tarragona.

### 2.3.9. Emissores llatines

Des que l'any 2005 van sorgir Latina FM de Sabadell i Ràdio Tropical de Barcelona, han aparegut 15 emissores llatines a l'FM catalana. L'any en què van aparèixer més emissores en aquest grup va ser el 2007.

La majoria d'emissores transmeten des de Barcelona, Girona (Caribe FM Stereo) i Tarragona (Energia FM) cap a les comunitats de persones arribades de l'Amèrica Central i del Sud residents a les grans ciutats catalanes. Combinen la programació generalista d'entreteniment amb les franges de fórmula musical temàtica. Com que la seva programació és més propera a la de la ràdio comercial, la majoria no es poden classificar com a emissores comunitàries, tot i que algunes puguin estar impulsades per associacions culturals. Alguns exemples d'aquesta tipologia són:

- Barcelona Latina, de Barcelona: creada a principis de 2006 pel dominicà Osiris Guzmán, impulsor de l'Associació per la Integració Llatinoamericana a Catalunya. El seu objectiu inicial era oferir una programació de servei per ajudar totes les persones procedents de l'Amèrica Llatina que resideixen a Barcelona.
- La Bomba, de Barcelona: emet des d'octubre de 2006. Té el seu origen en el programa *La Bomba* que s'emetia a Antena 2.000 Radio.
- Latina Estéreo, de Tarragona: va ser la primera ràdio llatina de Tarragona. Creada el març de 2007 a partir d'un programa de música llatina que Juan Carlos Lozano presentava a l'emissora municipal Tarragona Ràdio.

- La Mega, de Tarragona: va començar a emetre el maig de 2008 i ha canviat algunes vegades de nom per dir-se La Mega Tarragona i Sol FM.

### 2.3.10. Emissores esotèriques

Es tracta d'emissores temàtiques que basen la seva programació en les trucades telefòniques, a números de tarifa especial, per tal que els oïdors facin les seves consultes als tarotistes que els atenen. Generalment no emeten publicitat atès que el seu finançament es basa en el que ingressen per les trucades telefòniques rebudes.

A Barcelona van aparèixer Magic Radio i Astro Radio, ambdues de curta vida. La més coneguda és Exito Radio, amb seu central a La Algaba (Sevilla), present a l'FM de diverses ciutats de l'Estat espanyol. A Catalunya aquesta emissora ha aparegut i desaparegut en diferents freqüències de Barcelona i Tarragona.

## 2.4. Cronologia d'una regulació pendent del tercer sector (1977-2010)

En el moment de redactar aquest estudi, a començament de l'any 2010, la Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya confirmava a l'Observatori de la Ràdio a Catalunya que no hi havia cap llicència ni autorització atorgada a cap emissora cultural.

Si les ràdios municipals van ser legislaades dotze anys després d'haver sorgit, el 1991, els diversos governs de l'Estat no han reservat cap part de l'espectre d'FM a les emissores lliures, culturals, associatives, de barri, etc. Algunes comunitats autònomes, de 1994 ençà, van aprovar normatives pròpies de regulació que no van poder ser aplicades perquè es tractava d'una matèria que requereix primer una regulació estatal que no existia. Això ha comportat una situació d'al·legalitat crònica del tercer sector radiofònic de l'Estat espanyol fins que la Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), aprovada el 18 de març de 2010 pel Ple del Congrés, dedica el seu article 32 a regular per primera vegada els serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre.

En el cas de la Generalitat de Catalunya, que té competències reconegudes sobre les concessions radiofòniques privades des de 1982, també s'està intentant resoldre aquesta mancança legal. En el programa *L'altra ràdio*, de Ràdio 4, de l'1 de febrer de 2010, el Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, declarava: «Una cosa són els mitjans públics i els mitjans privats. Una altra cosa són les entitats del tercer sector. És a dir: entitats, institucions sense ànim de lucre que no emeten publicitat,

que poden tenir, d'una manera reglada, alguns patrocinis i que compleixen una funció social de ràdio de proximitat i que han de tenir una empara legal. No han de ser tolerades, com ara, sinó que han de tenir una clara empara legal i això és el que farem amb el Decret del tercer sector. Una altra cosa és la gent que simplement el que vol és ser present a les ones i emetre els seus missatges sense pagar impostos, sense subjectar-se a la llei a la qual els altres se subjecten».

Quan l'any 1978 es va aprovar la Constitució democràtica a l'Estat espanyol, el primer govern democràtic, d'Unió del Centre Democràtic, va promulgar un Reial decret, de 27 d'octubre de 1978, amb el Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora (seguint els acords internacionals adoptats en la Conferència de Ginebra de 1975). L'any 1979, en el Pla tècnic transitori del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència, fixat al Reial decret 1433/1979, de 8 de juny, l'Estat es reservava la titularitat del servei de radiodifusió en FM, tot i que podia fer concessions d'exploració a institucions i empreses privades. Es van concedir tres-cents noves llicències a tot l'Estat. Va ser en aquell moment quan, a Catalunya, van sorgir les primeres experiències alternatives de comunicació al marge de la llei: Ona Lliure, nascuda el 4 d'abril de 1979, a Barcelona —el mateix any de l'inici al·legal de les emissores municipals, amb Ràdio Arenys— o La Campana de Gràcia, la primera ràdio lliure de barri en antena des de l'estiu d'aquell any.

L'Ordre del Ministeri de Cultura de 28 d'agost de 1980 desenvolupava el Reial decret 1433/1979, sobre radiodifusió sonora en FM. En el seu article 2.2 incloïa les emissores institucionals amb la finalitat de promocionar «l'educació, la ciència i la cultura a través de programes específics, sense suport publicitari de cap mena». El 2 d'octubre de 1980, a Catalunya, el Parlament va aprovar per unanimitat una resolució que instava el Consell Executiu a ordenar immediatament la regulació de les emissores de radiodifusió institucionals i privades en FM. Els dies 3 d'octubre de 1980, i 10 i 13 d'abril de 1981, la Generalitat va publicar diversos decrets sobre aquest tema. Això va provocar un conflicte de competències amb el Govern de l'Estat que va ser admès a tràmit pel Tribunal Constitucional el 22 de juny de 1981. Cal precisar que el terme *emissores institucionals* estava referit a les emissores municipals encara no legalitzades, tot i que la definició de l'Ordre del Ministeri de Cultura semblava que es referia a una emissora cultural sense ànim de lucre.

Les primeres ràdios lliures sense concessió que van sorgir a l'FM catalana emetien amb potències baixes, solament unes quantes hores al dia, i en alguns casos canviaven sovint de situació per evitar ser localitzades i precintades. Tal com apunta la catedràtica Rosa Franquet en el llibre *Història de la ràdio a Catalunya al segle XX* quan es refereix

a les ràdios lliures: «La situació d'efervescència democràtica de l'etapa de la transició origina un fenomen que s'ha produït en altres països europeus: el naixement de petites estacions d'FM lligades a diferents col·lectius de joves que reivindiquen el dret a deixar sentir la seva veu. Aquests moviments socials (dones, homosexuals, antimilitaristes, objectors, ecologistes...) fan una tasca intensa durant els primers anys de la transició i generen una activitat que necessita un canal de comunicació per arribar a la societat» (2001, p. 265).

L'any 1979 la revista *Triunfo* publicava un article, signat per Manuel Campo Vidal, amb el profètic títol «Estalla la guerra de las ondas, la legislación no podrá con las emisoras piratas». Certament, a partir de 1979 i durant els primers anys de la dècada dels vuitanta, van sorgir i van desaparèixer un elevat nombre d'emissores sense afany de lucre amb programes i objectius ben diferents. A les esmentades Ona Lliure i La Campana de Gràcia caldria afegir: Contraradio, Ràdio Llibertina, Ràdio Gavina, Ràdio Farigola, La Voz de la España Nacional, Ràdio Obrera, Ràdio La Paloma, Ràdio Clot, Ràdio Venus, Ràdio Sintonia, Radio Verdun i Ràdio PICA, totes de Barcelona. Fora de la capital catalana: Boira Lliure (Vic), Ràdio Cornellà i Ràdio Almeda (Cornellà de Llobregat), Ràdio L'Hospitalet i Ràdio Can Serra (l'Hospitalet de Llobregat), El Avispero i Ràdio Inoxidable (Santa Coloma de Gramenet), La Seva (Sabadell), Ràdio Itaca (Girona), Ràdio Lliure de Sant Adrià (Sant Adrià de Besòs), Radio Azul (Rubí), Ràdio Cerdanyola (Mataró), etc.

L'any 1985 la Direcció General de Radiodifusió i Telecomunicació de la Generalitat de Catalunya va elaborar un pla d'actuació urgent per tancar les emissions comercials il·legals, reconduir les emissores municipals a unes freqüències específiques i ser tolerants amb les emissores culturals sense afany de lucre. De fet, l'any 1986, algunes emissores culturals van rebre unes autoritzacions concedides per escrit per la Generalitat per emetre en unes freqüències determinades sobre les quals no tenia competències. En aquell moment semblava que el Govern de l'Estat, a la Llei d'ordenació de les telecomunicacions que estava preparant, volia crear la categoria legal de ràdio de caràcter educatiu-cultural. Finalment, la Llei 31/1987, de 18 de desembre, no va recollir aquella nova categoria.

L'any 1989, amb el Partit Socialista Obrer Espanyol governant en la seva segona legislatura, es va posar en marxa el segon Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en Ones Mètriques amb Modulació de Freqüència, segons el Reial decret 169/1989, de 10 de febrer. Es volia reordenar el sector de l'FM i donar més freqüències, seguint els acords de la Conferència de Ginebra de 1984, que va assignar a l'Estat espanyol 2.000 noves freqüències. La Generalitat de Catalunya, mitjançant els decrets 79/1989 i



80/1989, de 4 d'abril, va regular el règim jurídic i el procés de concessió del servei de radiodifusió en FM en el marc de les normes bàsiques de l'Estat i d'acord amb les competències de desenvolupament legislatiu i d'execució, previstes en l'article 16 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya. Aquesta regulació va ignorar novament el tercer sector.

L'any 1996, Josep Maria Martí, en el llibre *La ràdio a Catalunya*, editat per la Generalitat de Catalunya, tanca va l'apartat dedicat a les ràdios lliures recordant que «les diferents normatives sobre radiodifusió promulgades amb la democràcia han ignorat sistemàticament aquest tipus d'emissores (ja hem vist el que va costar reconèixer les municipals). La LOT tampoc no les tindrà en compte, mentre que la neoregulació en altres països europeus sí que les ha previst. Amb el Pla Tècnic Nacional de 1989, les emissores lliures fan sentir la seva veu i eleven la seva protesta perquè consideren que el Pla no maximitza l'ús de l'espai radiofònic i no és l'ús social, sinó la lògica estatal, el que domina sobre la distribució de freqüències» (1996, p. 71).

El Parlament de Catalunya va aprovar el mes de febrer de 1991 una proposició no de llei que instava el Govern de la Generalitat a presentar davant del Parlament un cens actualitzat de les ràdios lliures existents a Catalunya, que fossin agrupades segons la naturalesa i les finalitats i que es mirés de trobar una viabilitat per a aquest sector comunicacional. També es demanava la preparació d'un marc radioelèctric adequat que garantís l'existència d'aquestes ràdios i la modificació de la Llei orgànica de les telecomunicacions i del Pla Tècnic Nacional per tal d'assegurar un marc tècnic i jurídic que conduís a l'assignació d'un segment del dial a aquesta modalitat radiofònica. El mes següent, el Departament de Presidència de la Generalitat de Catalunya va concedir verbalment un permís de mig any, perquè, de manera experimental, sis emissores lliures de Barcelona poguessin transmetre per tres de les cinc freqüències que l'Administració de l'Estat havia atorgat recentment a Catalunya: 91, 91,8 i 98,2 MHz.

L'any 1994 les vuit emissores lliures de Barcelona rebutjaven ser definides com a ràdios culturals i que l'Administració catalana els volgués assignar tres freqüències de 100 watts. A la sessió núm. 46 de la Comissió de Política Cultural del Parlament de Catalunya, celebrada el 6 d'abril de 1995, va comparèixer el director general de Radiodifusió i Televisió, Agustí Gallart, i entre els diversos temes als quals va respondre hi havia les preguntes referides a la previsió que havia de fer el Govern sobre la normalització de les ràdios lliures i sobre l'atorgament de freqüències i concessions a aquestes emissores.

En el 1r Congrés de la Ràdio a Catalunya, celebrat el mes d'octubre de 1996, el degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, Emili Prado, a la seva ponència «Coexistència del sector públic i del sector privat»

escrivia: «Les ràdios comunitàries, hereves dels moviments democratitzadors de les ràdios lliures, prossegueixen la seva activitat com a instruments de comunicació i àmbits d'agregació que propicien la producció cultural dels actors socials especialment urbans» (1997, pàg. 115).

Durant l'elaboració del Pla Tècnic Nacional de 1997 va haver-hi un projecte de Reial decret que preveia la planificació radioelèctrica de les emissores del tercer sector a l'Estat. El Govern espanyol així ho manifestava al Congrés, quan va respondre per escrit a la pregunta formulada per la diputada Pilar Rahola: «En el borrador del Real Decreto por el que se aprobará el nuevo Plan Técnico, se ha incluido la posibilidad de otorgar concesiones para dicha clase de radiodifusión con fines no lucrativos y de carácter educativo, cultural, juvenil, etcétera. Dicho Plan Técnico únicamente regulará aspectos técnicos, como frecuencia, potencia, etcétera. El número de concesiones vendrá determinado en función de las solicitudes que formulen los órganos competentes de las comunidades autónomas para la oportuna reserva de frecuencia y de la disponibilidad de estas últimas de acuerdo con la situación en cada caso del espectro radioeléctrico destinado a la radiodifusión en FM».

Quan es va saber que el Govern de l'Estat tenia un projecte de planificació per a les emissores culturals, algunes comunitats autònomes van redactar normes pròpies per ordenar-les: Extremadura (Decret 131/1994, de 14 de novembre), Múrcia (Decret 17/1995, de 7 d'abril), Comunitat de Madrid (Decret 57/1997, de 30 d'abril) i Comunitat Valenciana (Decret 38/1998, de 31 de març). Finalment, el Govern del Partit Popular, amb el Reial decret 1388/1997, de 5 de setembre, va aprovar 350 freqüències per a la gestió indirecta d'emissores d'FM, dins del Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora vigent, però no va reservar freqüències per a les emissores del tercer sector. Aquell canvi d'opinió va provocar que les comunitats autònomes no poguessin portar a la pràctica els seus decrets i algunes van decidir rectificar els seus plantejaments inicials. Per exemple, la Comunitat de Madrid, a través del Decret 29/2003, de 13 de març, eliminava la categoria d'emissores culturals de caràcter no lucratiu que havia creat l'any 1997. La Unión de Radios Comunitarias de Madrid va interposar un recurs contenciós administratiu contra aquesta decisió. La Secció III del Tribunal Suprem, el 2 de desembre de 2008, va dictar sentència a favor d'aquell recurs i va impedir l'eliminació de la categoria d'«emisoras culturales y otras de carácter no lucrativo» de la normativa de radiodifusió madrilenya.

El 16 de març de 1998, el Govern de l'Estat va respondre a una pregunta que havia formulat Izquierda Unida en el Congrés dels Diputats en la qual demanava informació sobre si es pretenia regular l'assignació de freqüències

per a les emissores associatives, comunitàries o culturals: «No existe ninguna previsión específica para emisoras privadas de carácter asociativo, comunitarias o culturales. En todo caso, si las características técnicas de estas emisoras fuesen equiparables a las denominadas comerciales deberían incluirse, desde el punto de vista del Plan Radioeléctrico, dentro de las de gestión indirecta. Y serían las comunidades autónomas, en el ámbito de sus competencias, quienes, en el proceso de concurso, deberían reservar alguna de estas frecuencias para este tipo de emisoras mencionado».

Al report d'activitats del Consell Audiovisual de Catalunya, corresponent a l'any 1998, presentat al Parlament de Catalunya i publicat al Butlletí Oficial del Parlament el 26 de març de 1999, es recollia el següent: «Mitjançant el Decret 269/1998, de 21 d'octubre, el Govern ha procedit a actualitzar el règim jurídic de la concessió per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència, de caràcter comercial. Resten fora de l'àmbit de la nova regulació les emissores municipals i les emissores culturals i educatives que es continuaran regint per la normativa anterior [...] Finalment, el mapa de la radiodifusió catalana es completa amb dotze ràdios lliures, que continuen a l'espera de la regulació d'aquesta modalitat radiofònica. Aquestes emissores, que es concentren clarament en zones urbanes (sis a Barcelona, dues a Terrassa i una a Santa Coloma de Gramenet, l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels i Tarragona), mantenen, doncs, les seves programacions en una situació d'il·legalitat. Una de les propostes que s'han apuntat per regularitzar les ràdios lliures és la d'incloure-les com a emissores culturals i educatives, amb una potència d'emissió de 15 watts. Les emissores, però, s'han mostrat contràries a aquesta solució, ja que consideren que aquesta reducció de potència les col·locaria en una situació de pràctica desaparició dels dials urbans».

L'abril de 2001, el Departament de Radiodifusió de la Generalitat de Catalunya va ordenar el tancament de l'emissora de barri de la ciutat de Barcelona Sants 3 Ràdio. A l'escrit que va rebre l'emissora es deia que en cas que no es tanqués l'emissió als 88,7 MHz s'imposaria una multa de cent milions de pessetes i la confiscació dels equips, atès que aquell tipus d'emissores no estaven regularitzades. En aquell moment l'Administració volia destinar la freqüència esmentada a una emissora comercial. El mes d'agost la Generalitat va concedir la freqüència de 90,1 MHz, per nou dies, a Sants 3 Ràdio perquè pogués fer la seva programació de Festa Major. Sants 3 Ràdio tan sols va utilitzar-la durant 24 hores i va ocupar il·legalment la freqüència dels 107.3 MHz. Després de protestes veïnals i de boicotejar un ple municipal del districte de Sants-Montjuïc, els responsables de l'emissora i del Departament de Radiodifusió, amb la mediació d'alguns regidors de la ciutat, van arribar

a un acord pel qual Sants 3 Ràdio va poder seguir emetent com a emissora local.

El Govern de l'Estat, el 4 de juliol de 2002, va contestar al Congrés dels Diputats una nova pregunta formulada per Izquierda Unida en la qual demanava per què no s'havia fet un Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en FM que regulés les emissores no lucratives: «Los planes técnicos nacionales establecen, con carácter general, las características técnicas de las estaciones de radiodifusión sonora, pero no determinan, salvo en lo referente a la gestión directa o gestión indirecta del servicio, el fin al que están destinadas dichas estaciones. Las comunidades autónomas, en el ejercicio de sus competencias, determinan las condiciones para su adjudicación de las frecuencias de gestión indirecta planificadas para sus ámbitos territoriales y otorgan las concesiones. Es decir, corresponde a las comunidades autónomas, en primer lugar, indicar sus necesidades y, en segundo, establecer las condiciones para el otorgamiento de las emisoras, que pudieran ser, entre otras, las de ofrecer una programación cultural o educativa».

Era clar que el Govern central no volia fer una regulació general de les ràdios culturals. Les comunitats autònomes eren les que havien de redactar les normes necessàries per donar una empara legal a les emissores sense afany de lucre i les que havien de sol·licitar al Govern central les modificacions al Pla Tècnic Nacional per poder donar espai radioelèctric a les emissores del tercer sector. La Comunitat d'Andalusia, amb el Decret 174/2002, d'11 de juny, i la d'Aragó, amb les proposicions no de llei 73/03-VI i 19/04, de l'any 2004, van fer les primeres accions en pro de la regulació de les ràdios culturals en el sentit marcat pel Govern de l'Estat.

A Catalunya, l'abril de 2003 va sorgir l'Assemblea per la Comunicació Social (ACS) amb l'objectiu principal de «crear mitjans audiovisuals (ràdio i televisió) de caràcter comunitari i el qüestionament del model de comunicació social actual». Ràpidament es va impulsar la campanya *Okupem les ones* per tal d'articular un discurs des de la societat civil que incidís en la futura llei de l'audiovisual de Catalunya i estendre el debat social al voltant d'aquest tema per aconseguir el reconeixement del tercer sector i que no fos «negat un cop més (com ja va ser-ho en el passat) o desvirtuat amb limitacions discriminatòries».

El 17 d'agost de 2004, en una entrevista publicada al diari *Avui*, el director general de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals de la Generalitat, Santiago Ramentol, admetia que un terç de les emissores que emetien a Catalunya eren il·legals: «Són ràdios d'iniciativa cívica, que tenen prohibida la publicitat comercial —només poden rebre publicitat institucional— i que també tenen reduïda la potència en el seu àmbit d'actuació, ja sigui l'institut, l'escola, l'ateneu, el barri o el districte». Cal precisar que en

aquell moment a Catalunya seguia sense haver-hi cap reglamentació, per això el mes de desembre de 2004 Santiago Ramentol puntualitzava al diari local *La Marina*: «Totes les ràdios han de tenir papers abans de tres anys i treballarem perquè així sigui».

Després de vint-i-vuit anys d'existència, la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, en el seu article 70, reconeixia que s'havia de reservar una part de l'espai públic de comunicació a les entitats privades sense ànim de lucre:

1. La prestació de serveis de comunicació audiovisual per part d'entitats privades sense ànim de lucre es beneficia d'una reserva d'espai públic de comunicació, atenent la contribució que facin a la realització de finalitats d'interès general i de manera proporcionada a aquesta contribució.
2. Els serveis de comunicació audiovisual desenvolupats per les universitats que s'ajustin als criteris generals que estableix aquest article resten assimilats a la condició de serveis prestats sense ànim de lucre.
3. Formen part de les activitats sense ànim de lucre els serveis de comunicació comunitària que ofereixen continguts destinats a donar resposta a les necessitats socials, culturals i de comunicació específiques de les comunitats i els grups socials a què donen cobertura, basant-se en criteris oberts, clars i transparents d'accés, tant a l'emissió com a la producció i a la gestió, i assegurant la participació i el pluralisme màxims.
4. El compliment de l'obligació de reserva per part dels distribuïdors de serveis de comunicació audiovisual no pot comportar cap mena de cost afegit per als usuaris.
5. Per a l'accés a l'espai de reserva s'han d'aplicar criteris que garanteixin la igualtat, la llibertat i la concurrència d'acord amb el que es determini per reglament.
6. La programació de l'activitat audiovisual sense ànim de lucre pot ser patrocinada, però no pot incloure publicitat, excepte la d'activitats d'economia social i del tercer sector.
7. La reserva d'espai públic de comunicació correspon:
  - a) Als plans tècnics, si l'espai radioelèctric ho permet, d'acord amb les condicions i el procediment establerts per reglament. Aquesta reserva no pot comportar cap contraprestació econòmica.
  - b) Als distribuïdors de serveis de comunicació audiovisual. Com a obligació de servei públic, aquests han de reservar un 5% de la seva oferta a serveis de comunicació sense ànim de lucre. Aquesta reserva no pot comportar cap contraprestació econòmica.

8. En la planificació de l'espectre radioelèctric s'ha de preveure l'establiment de serveis de ràdio i televisió d'un àmbit més reduït que les demarcacions locals, difosos des d'estacions de baixa potència, per a entitats sense ànim de lucre.

L'any 2006 el Consell de Ministres de l'Estat espanyol va aprovar, mitjançant el Reial decret 264/2006, d'1 de setembre, el nou Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en Ones Mètriques amb Modulació de Freqüència que destinava 866 noves freqüències a les emissores privades. Aquell any tornava a governar el Partit Socialista Obrer Espanyol. En el cas de Catalunya, el Pla Tècnic Nacional determinava un total de 105 noves freqüències que van servir per regularitzar una vintena de freqüències de COMRàdio i atorgar 83 freqüències a prestadors privats, segons l'Acord número 174 de 2008 del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Per tant, les emissores del tercer sector en restaven al marge.

A la sessió celebrada el 18 de novembre de 2009 al Parlament de Catalunya, el Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, va anunciar que el seu Departament estava tramitant el Decret dels serveis de comunicació audiovisuals sense ànim de lucre a Catalunya, que havia d'establir el marc reglamentari per garantir l'accés d'aquests mitjans a l'espai públic de comunicació en condicions d'igualtat. L'objecte del Decret era determinar les condicions que havien de fer possible l'accés de les entitats sense ànim de lucre a l'espai públic de comunicació en els termes de la Llei 22/2005 de la comunicació audiovisual de Catalunya i descrivia els requisits i les obligacions d'aquestes entitats. El Govern de Catalunya també havia instat el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç perquè planifiqués les freqüències per als mitjans audiovisuals d'entitats sense ànim de lucre, ja que és aquesta administració la que té les competències per planificar l'espai radioelèctric.

Coincidint amb el període d'alegacions del Decret, la Secretaria de Mitjans de Comunicació i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) van organitzar, el mes de desembre de 2009, la jornada *Els Mitjans Audiovisuals sense Ànim de Lucre. Present i Futur de la Ràdio i Televisió Comunitàries a Catalunya*, al Palau Robert de Barcelona. Durant la jornada es va debatre amb el sector el decret que en aquell moment tramitava el Govern català. En aquella jornada el Conseller Tresserras va anunciar que el Govern aprovaria, la primavera del 2010, el decret per donar cobertura legal a les emissores comunitàries i sense ànim de lucre. El decret volia delimitar clarament quines activitats tenen un sentit comunitari i fixar un marc normatiu diferent de la resta de mitjans de comunicació. El president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

Ramon Font, va assegurar que, d'acord amb el projecte de decret, el CAC tramitaria els procediments i l'atorgament de les concessions per prestar els serveis de comunicació audiovisual.

Com apuntàvem en obrir aquest punt, a l'Estat, finalment la Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), aprovada el 18 de març de 2010 pel Ple del Congrés, dedica el seu article 32 a regular els serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre:

1. Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial.
2. La Administración General del Estado debe garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.
3. La prestación de este tipo de servicios requiere licencia previa. En dicho título se establecerán las condiciones que aseguren su naturaleza sin ánimo de lucro, pudiendo establecerse el uso compartido de un mismo canal así como las condiciones de dicho uso.
4. La adjudicación de la licencia lleva aparejada la concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico disponible para la prestación del servicio. La Administración General del Estado habilitará el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.
5. La licencia en ningún caso podrá perder su carácter original de servicio de comunicación audiovisual comunitario sin ánimo de lucro y no podrá ser objeto de transmisión ni arrendamiento.
6. Las entidades prestadoras de estos servicios deberán justificar la procedencia de sus fondos, así como el desglose de gastos e ingresos, si los hubiere. La autoridad audiovisual establecerá un sistema de evaluación de gestión financiera y un registro específico para el depósito de su memoria económica. Salvo autorización expresa de la autoridad audiovisual sus gastos de explotación anuales no podrán ser superiores a 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.

7. Las entidades titulares de los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro deberán acreditar el pago de cuantos derechos, cánones o tasas, se deriven de su actividad.

Tal com expressa la Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), serà l'Agència Estatal de Radiocomunicacions l'organisme encarregat de controlar l'espai radioelèctric. Aquest organisme encara no té una data de constitució, tot i que va ser creat de conformitat amb l'article 47 de la Llei 32/2003 General de Telecomunicacions, amb l'objectiu de planificar i gestionar el domini públic radioelèctric. És un organisme autònom adscrit al Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, a través de la Secretaria d'Estat de les Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, que ha de seguir les directrius fixades per la normativa que fixi el Govern, el Ministeri de Ciència i Tecnologia i la Secretaria d'Estat de la qual forma part.

Cal dir que, a finals de 2009, l'Associació Catalana de Ràdio va presentar un document d'esmenes al Projecte de llei al Congrés on mostrava el seu interès per accelerar els processos legals de les emissores del tercer sector i es mostrava contrari al procés de legalització indiscriminat de les ràdios sense ànim de lucre que preveu el projecte, perquè, segons l'Associació, l'espectre radioelèctric no pot donar cabuda a tothom, i una banda en FM que no respecti la separació de freqüències recomanada internacionalment seria molt difícil de digitalitzar.

Alguns experts creuen que l'ocupació regulada d'una part de l'espectre radioelèctric d'FM per emissores de baixa potència dirigides a unes comunitats per raó d'un interès cultural, ètnic o social hauria d'evitar les interferències i l'ocupació il·lícita per particulars o empreses amb afany de lucre fora del marc legal. Els mateixos experts consideren que la regulació del tercer sector, que després de trenta-tres anys afronten tant l'Administració de l'Estat com l'Administració catalana, hauria de tenir en compte la diversitat d'emissores de ràdio sense finalitat comercial existents i que els autors d'aquest capítol hem descrit en un punt anterior. Per facilitar el procés, el sistema regulador hauria de ser com més senzill millor. Caldria facilitar als col·lectius que impulsen aquests projectes radiofònics el tràmit administratiu i simplificar les exigències de les memòries tècniques de les instal·lacions, potser creant uns models administratius, segons la tipologia, adequats al que fixi finalment la norma. El cost econòmic per obtenir una llicència d'aquesta mena i mantenir-la hauria de ser el més baix possible.

Igual que les emissores municipals, les emissores del tercer sector han servit de planter de futurs professionals. Alguns noms poden servir d'exemple: Jordi Casòliva, director de la Cadena COPE a Catalunya, que va començar a

Ràdio PICA; Pere Cerón, cap de programes de Ràdio Mallorca, ho va fer a Radio Linea IV; Raquel Aturia, de Ràdio Barcelona, a Ona de Sants; Cristina Garrote, de Cadena 100 Barcelona, a Ràdio La Mina; Albert Buscarons, d'Europa FM, a Ràdio Llefià; Maria José Salvador, de Radio TeleTaxi, i Manolo Garrido, de COMRàdio, van començar a Ràdio Metropol, de Cornellà, etc.

## 2.5. L'Administració i les emissores amb model de programació privat sense llicència

La tolerància administrativa amb les emissores del tercer sector, a causa de la seva al·legalitat, ha coincidit amb l'aparició a l'FM catalana, des dels anys vuitanta ençà, d'un nombre significatiu d'emissores comercials sense llicència o bé de projectes inicialment sense ànim de lucre que amb el pas del temps han tendit cap a un model de programació semblant al de la ràdio comercial o a la fórmula musical temàtica com la de qualsevol ràdio privada musical.

Cal diferenciar les emissores que ofereixen continguts destinats a donar resposta a les necessitats socials, culturals i de comunicació específiques de les comunitats i els grups socials a què donen cobertura, i que són prestats per entitats sense ànim de lucre, dels projectes comercials que funcionen de manera il·legal i de les emissores amb un model de programació semblant al de la ràdio privada que emeten sense llicència. El desembre de 2009, a la jornada *Els Mitjans Audiovisuals sense Ànim de Lucre. Present i Futur de la Ràdio i Televisió Comunitàries a Catalunya*, el president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Ramon Font, remarcava que la normativa en la qual s'estava treballant «permetrà una separació clara i nítida entre el tercer sector i els prestadors il·legals o pirates».

L'Administració catalana pot requerir el cessament d'una activitat radiofònica per a la qual no es té llicència, i iniciar un expedient sancionador, amb una sanció mínima de 60.000 euros. Com qualsevol procediment administratiu, aquell que sigui objecte del requeriment pot posar els recursos judicials que estimi oportuns o pot fer servir els períodes d'al·legacions que preveu la normativa.

Hi ha tres tipus d'emissores que tenen un model de programació com el de la ràdio privada que estan fora de la legalitat. D'una banda, tenim aquelles iniciatives empresarials independents, que, pels motius que sigui en cada cas, no han obtingut una concessió o ni tan sols s'han presentat a concurs i que de manera independent s'estableixen en una població com a emissora local. En general, fan 24 hores de programació pròpia, generalista o estructurada com una fórmula musical. Un grup significatiu de ràdios d'aquest grup estan adreçades a la població de l'Amèrica Llatina que ha arribat els darrers anys a les grans ciutats catalanes.

En la majoria de casos emeten publicitat o tenen programes patrocinats, ja que és la seva única font d'ingressos, i únicament una part del personal està remunerat. Amb la legislació actual, algunes d'aquestes emissores veuen inviable presentar-se a un concurs per les exigències prèvies: un projecte tècnic d'elevat cost o tenir uns avals bancaris per garantir la seva viabilitat econòmica. A més, les empreses que s'han valgut de procediments il·legals comprovats han de restar excloses de qualsevol procés concursal posterior, tal com fixen les clàusules.

El segon grup està format per emissores de cadenes privades, en situació legal en algun punt de l'Estat, que no tenen concessions en zones que els resulten interessants comercialment i senzillament s'hi estableixen, bé instal·lant un repetidor o llogant una antena a un revenedor de freqüències. Aquest sistema l'han fet servir durant els darrers anys diversos grups de comunicació de l'Estat espanyol. A Catalunya podríem esmentar un parell de casos: el de Kiss FM, que l'any 2003, emparant-se en el Pla Pilot acordat entre la Secretaria de Comunicació del Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya i l'Associació Catalana de Radiodifusió Privada, va començar a transmetre el mes de novembre. Va ser clausurada el mes de maig de 2004 perquè estava fora d'aquell acord. L'any 2007, el grup empresarial que la va impulsar va comprar Radio Club 25 i va aconseguir una freqüència legal a Collserola. En altres punts de Catalunya, l'any 2009, encara emprava freqüències no atorgades. El segon exemple seria el Grupo Intereconomía. Té només una freqüència legal, llogada a Manresa, i la resta estan en una situació encara irregular: quatre freqüències a Barcelona —Intereconomía, Interpop i dues per a Radio Inter—, una a Girona i una a Tarragona per a Radio Intereconomía.

Si es pregunta als propietaris d'aquest tipus d'emissores comercials el motiu de la seva situació anormal, generalment expressen la seva queixa sobre el mecanisme d'adjudicació de freqüències mitjançant concurs públic. Es justifiquen en el fet que diversos concursos per concedir freqüències en diverses comunitats autònomes han acabat als tribunals i, en alguns casos, aquests rectifiquen o anul·len els concursos.

A més, alguns models de programació comercial topen frontalment amb l'obligació d'emetre unes hores en llengua catalana tot i que volen ser fetes únicament en castellà o bé ser fórmules musicals amb poca o nul·la producció en català.

El tercer grup serien les ràdios o fórmules musicals privades que transmeten per alguna emissora municipal. El 24 de març de 2010, durant el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, fet a Girona, el seu president, Ramon Font, va anunciar l'obertura d'expedients informatius a sis emissores per un presumpte ús il·legal de freqüències ator-

gades a ajuntaments que va ser denunciat per l'Associació Catalana de Ràdio, i sobre el qual ja s'estava treballant al CAC amb anterioritat.

Des de fa temps, a Catalunya —però també a la Costa del Sol, Alacant i Canàries— han aparegut empreses que munten un centre emissor per llogar espais en una torre per situar antenes o bé que ocupen freqüències per llogar-les després. Fins i tot s'han donat alguns casos d'emissores sense concessió que una vegada muntades han estat venudes. La majoria d'emissores llatines acostumen a llogar una freqüència ocupada anteriorment. La premsa durant l'any 2009 s'ha fet ressò d'aquesta situació i esmentava els casos d'Exaradio, a Barcelona, o Tot Música, a Tarragona —a finals d'any es va tancar aquest centre emissor a la Selva del Camp.

Tal com ja hem apuntat, les ràdios comercials sense llicència no són un fet nou en el dial català. Van sorgir a començaments de la dècada dels anys vuitanta, juntament amb moltes emissores sense ànim de lucre que van aparèixer a l'FM de les grans ciutats, la majoria lliures i alternatives. En aquell moment, aprofitant la tolerància de l'Administració, van aparèixer amb un cert èxit d'audiència i publicitat, Radio Stereo (Barcelona), MK 3 (Barcelona), Ràdio Onda 69 (Santa Coloma de Cervelló), Radio TeleTaxi (Santa Coloma de Gramenet), Radio Joven (Santa Coloma de Gramenet), Radio Music (l'Hospitalet de Llobregat), Ràdio 2.000 (Sabadell), etc. La primavera de l'any 1983, el diari *La Vanguardia* anunciava que el Govern de l'Estat volia tancar les emissores comercials sense llicència i que toleraria les *underground* durant un temps.

A Catalunya, l'any 1985 la Direcció General de Radiodifusió i Telecomunicació de la Generalitat de Catalunya, seguint un pla d'actuació urgent per tancar les emissions comercials il·legals, en va clausurar una vintena, entre les quals hi havia MK3 o Ràdio Port, de Barcelona. El radiofonista Justo Molinero, un any i pocs mesos després que el Govern Civil clausurés Radio TeleTaxi, creada a Santa Coloma de Gramenet el 1982, va comprar Ràdio Mataró, l'any 1988, i va seguir, dins de la legalitat a partir d'aquell moment, el seu projecte radiofònic amb el nom de RM Ràdio. Cal dir que a imatge de Radio TeleTaxi van sorgir altres emissores intentant captar el mateix *target* de públic: Ràdio Nou Barris, Radio Alegría, Radio Algarabía i Radio Unión Catalunya (entre 1982 i 1987, Radio Phono Taxi). Radio Unión Catalunya va reaparèixer l'any 1997 a Barcelona i va ser tancada l'any 2006, però va tornar a emetre de nou l'agost de 2009. L'any 2006, abans del seu tancament, el director de Radio Unión Catalunya, Mario Fernández, va al·ludir que no s'havien respectat uns documents en els quals la Generalitat, malgrat que no tenia competències, va autoritzar una sèrie d'emissores a emetre en unes determinades freqüències no previstes pel Pla Tècnic Nacional.

El mateix que havia passat a l'FM catalana havia passat en altres comunitats de l'Estat. L'any 2004 l'Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC) va lliurar al Ministeri d'Indústria un informe amb totes les irregularitats existents, segons el seu parer, per tal que es tingués en compte en el moment de fer el nou Pla Tècnic d'FM. En aquell moment es van identificar 2.279 emissores que transmetien al marge de la regulació vigent. Hi havia 124 freqüències no regulades que eren emprades per ràdios legals i 504 emissores municipals que incomplien la llei que les regulava perquè cedien l'explotació a empreses privades o formaven xarxes.

Quan el mes d'octubre de 2009 es va presentar a la seu del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació la segona edició de l'*Informe sobre la Ràdio a Catalunya* corresponent a l'any 2008, durant l'acte, el Conseller Joan Manuel Tresserras va reconèixer que els índexs d'eficàcia que s'havien aconseguit fins aquell moment amb les mesures antipirateria havien estat molt baixos.

El 3 de novembre de 2009, a Barcelona, l'Associació Catalana de Ràdio, la Federació de Ràdio Local de Catalunya, l'Asociación Española de Radiodifusión Comercial, l'Associació Catalana de Concessionaris de TDT, el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (Comunicàlia), la Xarxa de Televisions Locals, Televisions Digitals de Proximitat, Catalunya Ràdio, COMRàdio, Radio Nacional de España, 8TV, 105TV, Antena 3, Cuatro, Televisió de Catalunya i Televisió Espanyola van fer públic un manifest que es va enviar al Congrés dels Diputats en el qual demanaven reformes de la Llei general de la comunicació audiovisual, que estava en tràmit en aquell moment, per eradicar les emissores il·legals i denunciar el creixement de la pirateria. Xifraven en unes dues-centes les emissores il·legals de ràdio i televisió a Catalunya, la qual cosa suposava un 15% de l'espectre total ocupat de manera il·lícita. Pel que feia als 82 expedients —34 ràdios i 48 televisions— que l'Administració catalana havia obert des de l'any 2007 a les emissores il·legals, els signants feien notar la seva ineficàcia, atès que en la majoria dels casos quedaven paralitzats perquè les emissores il·legals sabien com evitar pagar les sancions a través, per exemple, de tenir les seves seves socials fora de Catalunya. Segons aquest col·lectiu professional al barri del Carmel de Barcelona, de les vint antenes transmissores, divuit eren il·legals.

Els mitjans legals asseguren que la presència de les ràdios sense llicència és un greuge per als que compleixen la normativa. Fonamentalment per dues raons: la competència publicitària deslleial i els problemes tècnics que els ocasionen.

Tal com recollia el capítol «La inversió publicitària» de l'*Informe sobre la ràdio a Catalunya 2008*, aquell any els ingressos publicitaris de la ràdio a Catalunya van decreixer

un 5,6% respecte a l'any 2007, després de molts anys de creixement. En concret, es van deixar d'ingressar 4,239 milions d'euros. El sector privat de la radiodifusió mostrava la seva preocupació perquè, a més de les conseqüències de la crisi econòmica general, una part d'aquelles pèrdues podien atribuir-se a la competència deslleial de les emissores amb afany de lucre que havien anat apareixent a l'FM i que com que no tenien llicència no havien de fer front a una sèrie de despeses econòmiques que les emissores legals sí que havien d'afrontar.

Pel que fa a les interferències radioelèctriques en el dial d'FM de les zones més poblades de Catalunya —com ara del Barcelonès, el Baix Llobregat i el Vallès Oriental i Occidental—, s'han agreujat d'uns anys ençà. Si la separació mínima entre emissores d'FM a Europa ha de ser de 300 kHz, diverses emissores sense llicència han anat ocupant canals a 200 kHz de les ja existents al dial (tal com passa als EUA, on la norma tècnica és diferent).

A finals de l'any 2009, un dels casos irregulars que va ocupar més espai als mitjans de comunicació per les interferències causades en el dial de Barcelona a Catalunya Ràdio (102,8 MHz) va ser el de la ràdio privada esRadio, amb llicència a la Comunitat de Madrid, que transmetia als 103 MHz. La Generalitat li va obrir un expedient administratiu el mes d'octubre per emetre sense llicència. Al programa *El matí de Catalunya Ràdio*, del 9 de novembre de 2009, Manel Fuentes preguntava al Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, quan es tancaria l'emissió d'esRadio a Barcelona. «No la podem tancar, perquè no tenim l'ordre judicial que ens permeti tancar-la. [...] Ara trobem més col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona i altres ajuntaments, perquè, algunes vegades, podem tancar aquestes antenes, perquè hi ha hagut un incompliment d'alguna norma municipal o en el pagament d'impostos. Nosaltres el que intentem des de fa molts anys, i estem procurant, és que la Llei de l'audiovisual espanyola ens permeti entrar en això, atès que és un tema de titularitat de l'Estat, el control de l'espectre radioelèctric. [...] Des del Departament s'han obert tots els procediments i els expedients per poder actuar. El que no podem fer és actuar fora del marc normatiu, i en aquests moments el marc normatiu és molt garantista. [...] necessitem les autoritzacions judicials per entrar a precintat aquests equips. El que estem intentant és canviar la normativa estatal per tal que el Govern de l'Estat s'adoni que un sistema tan garantista el que fa és protegir aquells que delinqueixen en aquest àmbit».

El Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, al programa *L'altra ràdio*, de Ràdio 4, de l'1 de febrer de 2010, puntualitzava aquesta darrera qüestió: «Què és el que acaba passant? Acabarà passant que, abans que puguis clausurar algun repetidor o puguis tancar alguna d'aquestes emis-

sions, qui les fa, quan falten quatre dies, plega. És a dir, tu has estat un any i mig tramitant i, quan toca ja la intervenció, simplement marxen i ocupen la freqüència del costat. Aleshores, si és una altra freqüència, has de tornar a començar la tramitació. Això és tenir l'Administració lligada de mans i peus. El que nosaltres vam plantejar, després de donar-hi moltes voltes, era canviar el procediment que seguïem per incoar els expedients i tramitar-los, tenir la col·laboració dels ajuntaments, perquè a vegades el que passa és que alguna d'aquestes antenes pirates no tenen permís d'obres [...]. Com que l'espectre radioelèctric és competència de l'Estat, el que els dèiem és: arbitreu a la llei mesures, perquè nosaltres puguem ocupar l'espectre en aquelles freqüències que queden lliures d'assignació a empreses legalment constituïdes. Això vol dir poder emetre un senyal que interfereixi a tothom que vulgui ocupar aquelles freqüències. Si tu tens l'espectre no utilitzat realment cobert el que no hi pot haver és una ocupació fraudulenta de les ones. I, per tant, ningú no atempta contra els interessos de les empreses legalment constituïdes. [...] Però el que no pot ser és que tinguem espectre que no està planificat totalment alliberat, perquè qualsevol que vulgui el pot ocupar. I les fórmules de desocupació no estan establertes. Això no és un tema de llibertat d'expressió. És un tema de caos. Va en contra dels interessos de la gent que té unes empreses legalment constituïdes, que paga els impostos, que contracta persones, que fa les seves programacions i que compleix una funció. El sector regulat és el que està indignat amb aquesta situació, el que veu minvar els seus beneficis o els seus legítims interessos. Nosaltres estem d'acord amb ells que, realment, això no pot ser i no és tan difícil de resoldre-ho. Ara bé, s'han d'instrumentar els mecanismes perquè l'administració hi pugui intervenir. Nosaltres tenim la voluntat política clara d'intervenir».

Quan les Corts de l'Estat, a finals de 2009, tramitaven el projecte de Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), alguns grups polítics van presentar esmenes per tal que les administracions autonòmiques tinguessin eines molt més eficaces per poder intervenir directament sobre l'espectre radioelèctric i que, a partir d'instruments tècnics, poguessin fer cessar les emissions sense llicència sense previ avís. Tal com hem esmentat abans, a l'Estat, tal com expressa la Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), serà l'Agència Estatal de Radiocomunicacions (AER) l'organisme encarregat de controlar l'espai radioelèctric.

Una esmena de Coalició Canària va incloure en el text un reforç de la lluita enfront de la pirateria a les ones que atribuïa a l'AER l'encàrrec d'elaborar un mapa radiofònic de l'Estat i facultats de control i sanció de les emissions il·legals.

El web de l'Associació Catalana de Ràdio el mes de desembre de 2009 va incorporar un comptador de les emis-

sores que considerava il·legals. En un comunicat les xifrava en 184: 125 a Barcelona, 26 a Tarragona, 18 a Lleida i 15 a Girona. Segons l'ACR hi ha hagut un augment sostingut, d'entre el 10% i el 15%, de noves freqüències il·legals els darrers anys. El web també incorporava fotografies i coordenades dels centres emissors il·legals al barri del Carmel de Barcelona, a la carretera de Sant Cugat i a parts altes d'Esplugues, Badalona, Montcada i Reixac, etc. Cal precisar que en aquest comptador se sumaven a les emissores privades il·legals les al·legals del tercer sector que no entren en la competència comercial, però que en alguns casos poden causar interferències a causa de l'elevada ocupació de l'espectre.

Precisament l'Ajuntament de Barcelona el mes de desembre va demanar al propietari dels terrenys on hi havia l'antena que remetia el senyal d'esRadio, que interferia a Catalunya Ràdio, que la desmuntés. Segons el decret del consistori, l'antena instal·lada el mes de juliol al Tibidabo havia d'estar desmuntada en dues setmanes. Finalment va ser el dia 1 de març de 2010 quan esRadio va deixar d'emetre pels 103 MHz.

També a començaments del mes de desembre, l'Ajuntament de la Selva del Camp (Baix Camp) va enderrocar una antena de telecomunicacions, propietat de l'empresa Tot Música Ràdio, que el mes d'agost va ser declarada il·legal per un jutge. A través d'aquesta antena emetien Radio María, La Mega FM, Energia FM, Loca FM i Latina. Segons havien constatat la Generalitat i el Ministeri d'Indústria aquelles emissores provocaven interferències a altres emissores de la zona amb els permisos corresponents.

### 3. Conclusions

- Segons el nostre estudi, fet el mes de desembre de 2009, a Catalunya, el nombre total de freqüències diferents en ús a totes les comarques catalanes en el dial d'FM puja a 886: 583 públiques (65,8%), 195 privades (22%) i 108 del tercer sector (12,2%). Respecte de l'any passat, la xifra global es manté estable. El tercer sector ha perdut una desena de freqüències, mentre que el sector públic n'ha guanyat una xifra similar amb la posada en funcionament de tres punts emissors de Catalunya Ràdio.
- El nombre total d'emissores que emeten una programació pròpia en FM, durant tot el dia o en franges diàries, és de 423: 247 públiques (58,4%), 103 del tercer sector (24,4%) i 73 privades (17,2%). Dins de les ràdios públiques, dels 946 municipis que hi ha a Catalunya, una quarta part (25,7%) tenen emissora municipal i 237 ofereixen una programació pròpia.
- El nombre de ràdios públiques es manté i el de privades s'ha incrementat lleugerament respecte de l'any

2008. S'ha passat de 67 a 73. El motiu radica en l'aparició al dial de Barcelona de quatre emissores de cadenes estatals: Radio Inter i Interpop, del Grupo Intereconomía; Rock & Gol, de la cadena COPE, i esRadio. Totes sense llicència administrativa. esRadio va aparèixer a l'FM de Tarragona, també sense concessió de freqüència. El nombre de ràdios del tercer sector s'ha reduït lleugerament a causa, fonamentalment, del fet que l'Administració va tancar un dels punts emissors del sud de Catalunya, des d'on transmetien algunes emissores sense concessió, i que a l'FM de Barcelona van desaparèixer alguns canals que estaven ocupats per fils musicals, que també es van comptabilitzar dins d'aquest conjunt a l'estudi de l'any anterior.

- Dels grups radiofònics privats existents a finals de l'any 2009, 9 basen el seu negoci en el mercat de Catalunya i 8 tenen interessos comercials a tot l'Estat espanyol. Només hi ha 7 emissores locals comercials independents, amb llicència d'FM, que no pertanyen a cap de les 31 cadenes radiofòniques, gestionades pels 17 grups de comunicació: Ràdio Vic, El 9 FM, Ràdio Aran, Imagina Ràdio, Ràdio Valira, Mol'FM i Zeta Ràdio.
- El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), el 7 de novembre de 2008, segons l'Acord número 174 d'aquell any, va fer pública l'adjudicació de 83 noves concessions al sector radiofònic privat. La gran majoria de llicències van ser atorgades a les empreses que ja transmetien per aquestes freqüències dins del Pla Pilot que va començar l'any 2003. A finals de l'any 2009, 24 freqüències d'FM, en 12 comarques, encara estaven pendents de seguir els dictàmens del CAC.
- A Catalunya, 103 emissores del tercer sector transmeten per 108 freqüències, de les quals un 70,3% operen a la província de Barcelona. Aquestes ràdios, pendents de regularització, suposen una quarta part de les existents a Catalunya i ocupen el 12% de totes les freqüències actives en FM en totes les comarques.
- Les 81 emissores del tercer sector que ofereixen una programació ben diferent de la de la ràdio pública i privada representen, aproximadament, un 78% del total d'aquest grup. Hi ha un predomini clar de la tipologia cultural, amb 32 emissores, gairebé una tercera part del total. Les 22 emissores que segueixen un model de programació proper al de la ràdio privada suposen el 22%. Dins d'aquest segon conjunt hi ha dues tipologies dominants: la fórmula musical, 9 casos, i la llatina, amb 8 ràdios.
- La tolerància administrativa amb les emissores del tercer sector, a causa de la seva al·legalitat, ha coincidit amb l'aparició a l'FM catalana, des dels anys vuitanta ençà, d'un nombre significatiu d'emissores comercials



sense llicència o bé de projectes inicialment sense ànim de lucre que amb el pas del temps han tendit cap a un model de programació semblant al de la ràdio comercial o a la fórmula musical temàtica com la de qualsevol ràdio privada musical. Els mitjans legals asseguren que la presència de les ràdios sense llicència és un greuge per als que compleixen la normativa, fonamentalment per dues raons: la competència publicitària deslleial i els problemes tècnics, les interferències, que els ocasionen.

- En el moment de redactar aquest estudi, a començament de l'any 2010, la Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya confirmava a l'Observatori de la Ràdio a Catalunya que no hi havia cap llicència ni autorització atorgada a cap emissora cultural.
- Els diversos governs de l'Estat no han reservat cap part de l'espectre d'FM a les emissores lliures, culturals, associatives, de barri, etc. Algunes comunitats autònomes, des de 1994 ençà, van aprovar normatives pròpies de regulació que no van poder ser aplicades, perquè es tractava d'una matèria que requereix primer una regulació estatal que no existia. Això ha comportat una situació d'al·legalitat crònica del tercer sector radiofònic de l'Estat espanyol fins que la Llei general de la comunicació audiovisual (LGCA), aprovada el 18 de març de 2010 pel Ple del Congrés, dedica el seu article 32 a regular per primera vegada els serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre.
- Pel que fa a Catalunya, la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, en el seu article 70, reconeixia que s'havia de reservar una part de l'espai públic de comunicació a les entitats privades sense ànim de lucre. A finals de 2009, el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació estava tramitant el Decret dels serveis de comunicació audiovisuals sense ànim de lucre a Catalunya. El Govern de Catalunya també havia instat el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç perquè planifiqués les freqüències per als mitjans audiovisuals d'entitats sense ànim de lucre, ja que és aquesta administració la que té les competències per planificar l'espai radioelèctric. L'Administració volia fer una separació clara i nítida entre el tercer sector i els prestadors il·legals o pirates.
- Pel que fa a la banda d'ona mitjana, la situació es manté igual que els darrers anys: es poden escoltar 15 emissores diferents, 3 de públiques i 12 de privades. El repartiment de les freqüències és el mateix que els dos últims anys: un 45,4% (10 freqüències) per al sector públic i un 54,6% (12 freqüències) per al privat.
- S'ha notat un increment en la recepció de la ràdio digital que transmet dins dels múltiples de la televisió

digital terrestre, a causa del gran nombre de receptors posats en funcionament durant l'any 2009. Les emissions en DAB estan en via morta, amb només 16 emissores estatals en funcionament.

## 4. Bibliografia

- ASSOCIACIÓ CATALANA DE RÀDIO [en línia]. <<http://www.acradio.org/>> [Consulta: desembre 2009]
- ASSOCIACIÓ MUNDIAL DE RÀDIOS COMUNITÀRIES (AMARC) [en línia]. <<http://www.amarc.org/>> [Consulta: desembre 2009]
- BASSETS, Lluís. *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- *Boletín Oficial del Estado*, núm. 209 (30 agost 1980) [en línia]. <<http://www.boe.es/boe/dias/1980/08/30/pdfs/A19570-19571.pdf>> [Consulta: desembre 2009]
- *Boletín Oficial del Congreso* (BOCG) (11 abril 1997).
- *Boletín Oficial de las Cortes Generales*, núm. 45-9 (25 gener 2010) [en línia]. <[http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L9/CONG/BOCG/A/A\\_045-09.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L9/CONG/BOCG/A/A_045-09.PDF)> [Consulta: gener 2010]
- *Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, núm. 383 (26 març 1999) [en línia]. <http://www.parlament.cat/activitat/bopc/05b383.pdf> [Consulta: desembre 2009]
- Campaña *Okupem les ones* [en línia]. <<http://www.okupemlesones.org>> [Consulta: desembre 2009]
- CASELLAS, Josep. *Déu a les ones*. Barcelona: Mediterrània, 1992.
- Comunicació 21 [en línia]. <<http://www.comunicacio21.cat>> [Consulta: desembre 2009]
- *Diari de Sessions del Parlament de Catalunya*. Sèrie C, núm. 286 (6 abril 1995) [en línia]. <<http://www.parlament.cat/activitat/dspcc/04c286.pdf>> [Consulta: desembre 2009]
- DOWNING, John. Conferència *Medios comunitarios, movimientos sociales y redes*. Barcelona, 2010 [en línia]. <[http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/2010\\_DOWNING\\_NANOMEDIOS%20DE%20COMUNICACION.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/2010_DOWNING_NANOMEDIOS%20DE%20COMUNICACION.pdf)> [Consulta: març 2010]
- FRANQUET, Rosa. *Història de la ràdio a Catalunya al segle XX*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Direcció General de Radiodifusió i Televisió, 2001.
- *Guia de la radio* [en línia]. <<http://www.guiadelaradio.com>> [Consulta: desembre 2009]
- *Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya* [en línia]. <<http://www.gencat.cat/diari/4543/05363034.htm>> [Consulta: desembre 2009]

- MARTÍ, Josep Maria. *La ràdio a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, 1996.
- NIQUI, Cinto; SEGARRA, Luis; FÁBREGAS, Joaquim. «Mapa de la radiodifusió analògica i digital». *Informe sobre la Ràdio a Catalunya 2006-2007*. Barcelona: Observatori de la Ràdio a Catalunya. Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2008, p. 9-49.
- NIQUI, Cinto; SEGARRA, Luis. «Mapa de la radiodifusió analògica i evolució històrica de les concessions d'FM al sector privat (1978-2008)». *Informe sobre la Ràdio a Catalunya 2008*. Barcelona: Observatori de la Ràdio a Catalunya. Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2009, p. 7-70.
- PARLAMENT EUROPEU [en línia]. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0263+0+DOC+XML+V0//ES> [Consulta: desembre 2009]
- PRADO, Emili. «Coexistència del sector públic i del sector privat». *1r Congrés de la Ràdio a Catalunya*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 1997.
- SABÉS, Fernando. «Las radios culturales en España: una vida en tierra de nadie aunque con esperanzas de legalización» [en línia]. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. VIII, núm. 1 (gener-abril 2006). <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VIII,n.1,2006/FernandoSabesTurmo.pdf>>
- VILLAGRASA, Fèlix. *Una història de Ràdio Pica: 25 anys a contrapèl*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 2006.
- YARZA, Enric. «La inversió publicitària». *Informe sobre la Ràdio a Catalunya 2008*. Barcelona: Observatori de la Ràdio a Catalunya. Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2009, p. 123.

## 5. Mapa radiofònic de Catalunya

Actualitzat el 31 de desembre de 2009

### 5.1. Consideracions prèvies

- **Altes i novetats.** Les noves freqüències i els canvis de nom i freqüència a cada comarca s'han marcat **en negreta**.
- **Concurs de 2008.** El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el 7 de novembre de 2008, segons l'Acord número 174 d'aquell any, va fer pública l'adjudicació de

83 noves concessions al sector privat. La gran majoria van ser atorgades a les empreses que ja transmetien per aquestes freqüències dins del Pla Pilot que va començar l'any 2003. S'indica amb **negreta i cursiva** quan la ràdio que ocupa una de les freqüències atorgades no pertany a l'empresa privada que ha obtingut l'adjudicació del CAC i es fa constar el nom de l'empresa adjudicatària a la línia inferior.

- **Potències.** La dada relativa a la potència d'emissió pot considerar-se com una orientació. En el cas de les emissores amb concessió administrativa, s'indica la potència concedida. En el cas de les que no la tenen, és impossible conèixer-la amb exactitud atès que escapen a tot control. És molt freqüent que les que emeten amb potències reduïdes, quan n'informen, l'exagerin perquè no semblin "massa petites", i les que emeten amb potències superiors també és freqüent que declari potències inferiors perquè no resultin "massa cridaneres". A les concessions municipals, freqüentment se'ls assignen potències molt petites que, en el cas que es respectessin, les faria passar desapercebudes en un dial saturat. A les emissores municipals de la llista, quan hi apareixen dues potències, primer hi figura la concedida i després la que en teoria utilitzen.
- **Tercer sector (TS).** L'anomenat tercer sector engloba, bàsicament, emissores sense concessió administrativa. Dins d'aquesta categoria, s'han fet les subcategories següents: lliures, escolars i educatives, penitenciàries culturals, religioses, de barri i de districte, emissores internacionals, megafonia en FM, llatines, esotèriques, fórmules musicals i emissores del TS que segueixen un model de programació de la ràdio privada sense tenir llicència (F. musical TS i Model priv. TS).
- **Municipals de districte.** Algunes emissores de la ciutat de Barcelona s'autodefineixen com a «municipals de districte». Aquesta és una figura legalment inexistent atès que cada municipi només pot disposar d'una concessió que, en el cas de Barcelona, és el 91.0 de Freqüència Barcelona que utilitza com a pròpia COMRàdio. En aquest treball les catalogarem com a *emissores de districte*.
- **COMRàdio.** Es defineix com a «emissora pública». Si ho analitzem des del punt de vista de la titularitat i el finançament, és pública. No obstant això, cal fer notar que la seva freqüència pròpia, l'EAJ 20 d'OM, és una concessió de ràdio privada. En aquest treball la considerarem com a pública. La seva xarxa d'emissores té unes característiques especials perquè es basa en emissores municipals amb la seva identitat i programació. Tot i així, comptarem com a pròpies Freqüència Barcelona, Freqüència Lleida, Freqüència Girona i Freqüència Camp de Tarragona.

## 5.2. Ona mitjana

Freqüència	Emissora	Estudis	Centre emissor	Watts	Cadena
540	Onda Cero Barcelona	Barcelona	Badalona	50.000	Onda Cero
576	Radio 5 Todo Noticias	Barcelona	Palau-solità i Plegamans	100.000	RNE
612	Radio 1 / RNE 1	Lleida	Alcoletge	10.000	RNE
666	Ràdio Barcelona	Barcelona	Sant Boi de Llobregat	50.000	SER
693	Radio 1 / RNE 1	Tortosa	Tortosa	10.000	RNE
738	Radio 1/ RNE 1	Barcelona	Palau-solità i Plegamans	600.000	RNE
783	COPE Miramar (1)	Barcelona	Badalona	50.000	COPE
801	Radio 1 / RNE 1	Girona	Campllong	10.000	RNE
828	Ràdio Terrassa (2)	Terrassa	Terrassa	2.000	SER
855	Radio 1 / RNE 1	Reus	Reus	20.000	RNE
882	COMRàdio (3)	Barcelona	Palau-solità i Plegamans	10.000	COMRàdio
1.008	Ràdio Girona	Girona	Girona	2.000	SER
1.026	Ràdio Reus	Reus	Reus	10.000	SER
1.143	COPE Reus	Reus	Reus	2.000	COPE
1.152	Radio 5 Todo Noticias	Lleida	Alcoletge	10.000	RNE
1.224	COPE Lleida	Lleida	Lleida	2.000	COPE
1.269	COPE Figueres	Girona	Figueres	2.000	COPE
1.287	Ràdio Lleida	Lleida	Lleida	5.000	SER
1.314	Radio 5 Todo Noticias	Reus	Reus	20.000	RNE
1.413	Radio 5 Todo Noticias	Girona	Campllong	10.000	RNE
1.485	Onda Rambla - Punto Radio Vilanova	Vilanova i la Geltrú	Vilanova i la Geltrú	5.000	Punto Radio
1.539	Ràdio Manresa	Manresa	Manresa	8.000	SER

(1) Ha recuperat el 100% de programació COPE i ha deixat Rock & Gol a l'FM.

(2) Des de febrer de 2010 no fa programació local. Inicialment repetia el senyal de la cadena SER i des del mes de març, la de Kiss FM, la ràdio del propietari de l'emissora.

(3) Concessió a Sabadell; s'identifica com a «Latin COM» amb una programació diferenciada de l'FM.

## 5.3. Freqüència modulada

### BARCELONA

#### ALT PENEDÈS

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.6	Ràdio Ràpia	Santa Margarida i els Monjos	20	Escolar
90.1	Ràdio Vilafranca (1)	Vilafranca del Penedès	50	Municipal
97.9	Ràdio Estalella	Vilafranca del Penedès	20	Escolar

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
103.1	SER Penedès Garraf	Vilafranca del Penedès	1.200	SER
107.0	Canal 20 Ràdio Olèrdola	Moja - Olèrdola	10 / 100	Municipal
107.0	Ona Bitlles	Sant Pere de Riudebitlles	50	Municipal
<b>107.2</b>	Ràdio Sant Sadurní	Sant Sadurní d'Anoia	50	Municipal
107.6	Ràdio Gelida	Gelida	27 / 50	Municipal
107.7	Ràdio Mediona	Mediona	50 / 200	Municipal
107.8	Ràdio Vilafranca (1)	Vilafranca del Penedès	25 / 50	Municipal
<b>107.9</b>	Ràdio Foix	Torrelles de Foix	10 / 20	Municipal

(1) Provisionalment fa servir les freqüències de 90.1 i 107.8 tot i que té previst deixar de fer servir els 90.1 MHz.

#### ANOIA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.9	iCat fm	Igualada		CCMA
89.4	Radio 1 / RNE 1	Igualada	2.000	RNE
90.0	Montbui Ràdio	Santa Margarida de Montbui	50	Municipal
90.9	Radio Clásica / RNE 2	Igualada	2.000	RNE
91.3	Ràdio Piera	Piera	20 / 50	Municipal
91.4	COMRàdio	Santa Margarida de Montbui		COMRàdio
92.2	Onda Rambla - Punto Radio Centre	Igualada	2.000	Punto Radio
97.9	COMRàdio	Igualada	2.000	COMRàdio
99.2	Catalunya Ràdio	Igualada		CCMA
101.1	RAC 1	Igualada	2.000	RAC 1
102.2	Catalunya Música	Igualada		CCMA
103.2	Ràdio Igualada	Igualada	150 / 500	Municipal
104.0	Catalunya Informació	Igualada		CCMA
104.7	Ràdio Capellades	Capellades	10 / 200	Municipal
105.1	Radio 3 / RNE 3	Igualada	2.000	RNE
106.9	Ràdio 4	Igualada	2.000	RNE
107.2	Ràdio Altiplà	Calonge de Segarra	25	Municipal
107.3	Ràdio Bruc	El Bruc	10 / 50	Municipal
107.7	Ràdio Nova	Vilanova del Camí	50 / 250	Municipal
<b>107.9</b>	Ràdio Masquefa	Masquefa	50	Municipal

## BAGES

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.1	COMRàdio	Montserrat	2.000	COMRàdio
88.5	Ràdio TeleTaxi	Montserrat	2.000	RTT-RM
88.9	Ràdio Zènit	Sant Vicenç de Castellet	50 / 250	Municipal
90.0	Ràdio Santpedor	Santpedor	50 / 1.000	Municipal
90.3	Radio Clásica / RNE 2	Montserrat		RNE
91.5	Ràdio TV Artés	Artés	50 / 100	Municipal
91.7	40 Principales C. C.	Manresa	4.000	40 Principales
92.7	COPE Manresa	Manresa	4.000	COPE
93.7	Ràdio Estel	Montserrat	1.000	Ràdio Estel
94.3	Radio 1 / RNE 1	Montserrat	2.000	RNE
<b>95.2</b>	<b>Styl FM Classics</b>	<b>Manresa Bufalvent</b>	<b>4.000</b>	<b>Styl FM</b>
<b>Adjudicada a Sistema Català de Radiodifusió, SL (Grup Flaix)</b>				
95.8	Ràdio Manresa 2 (1)	Manresa	1.200	SER
96.5	iCat fm	Montserrat	2.000	CCMA
97.3	Catalunya Ràdio	Montserrat	2.000	CCMA
98.3	Catalunya Informació	Montserrat	2.000	CCMA
98.9	Radio 5 Todo Noticias	Montserrat		RNE
99.8	Ràdio Flaixbac	Montserrat	2.000	Grup Flaix
<b>100.6</b>	<b>Styl FM</b>	<b>Manresa Bufalvent</b>	<b>4.000</b>	<b>Styl FM</b>
<b>Adjudicada a La Seva Llar el seu Món, SL</b>				
101.7	Radio Intereconomía	Montserrat	4.000	Intereconomía
102.4	Catalunya Música	Montserrat	2.000	CCMA
103.4	<b>Cadena Élite Manresa</b>	Manresa		F. musical TS
103.8	Ràdio 4	Montserrat	2.000	RNE
104.4	ONA FM (2)	Manresa		ONA FM
104.8	RAC 105	Montserrat	2.000	RAC 105
105.4	Radio RM	Montserrat		RTT-RM
105.9	Flaix FM	Montserrat		Grup Flaix
<b>106.8</b>	<b>Cadena Dial Catalunya Central</b>	<b>Manresa Bufalvent</b>	<b>4.000</b>	<b>Cadena Dial</b>
<b>Adjudicada a Edicions Intercomarcals, SA (Regió 7)</b>				
107.1	Ràdio Balsareny	Balsareny	50	Municipal
107.2	Ràdio Cardona	Cardona	50	Municipal

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
107.2	Ràdio Vilomara	El Pont de Vilomara	50	Municipal
<b>107.2</b>	<b>Ràdio 010 (3)</b>	<b>Santa Maria d'Oló</b>	<b>10</b>	<b>Municipal</b>
107.2	Monestir de Montserrat	Montserrat	10	Religiosa
107.4	Ràdio Centre	Sant Salvador de Guardiola	50	Municipal
107.5	Ràdio Sant Fruitós	Sant Fruitós de Bages	50 / 80	Municipal
107.6	Monistrol Ràdio	Monistrol de Montserrat	50	Municipal
107.6	Ràdio Sallent	Sallent	50	Municipal
107.8	Ràdio Moià	Moià	50	Municipal
107.8	Ràdio Súria FM	Súria	10 / 20	Municipal
107.9	La Veu de Navàs	Navàs	50	Municipal
107.9	Ràdio Sant Joan	Sant Joan de Vilatorrada	50 / 600	Municipal

(1) Concessió a Berga.

(2) Concessió a Mollerussa.

(3) Inactiva.

#### BAIX LLOBREGAT

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.0	Ràdio Sant Esteve - RTV 10	Sant Esteve Sesrovires	50	Municipal
89.4	Ràdio Esparreguera	Esparreguera	81 / 120	Municipal
89.4	Ràdio Sant Boi	Sant Boi de Llobregat	30 / 500	Municipal
90.1	Olesa Ràdio	Olesa de Montserrat	150 / 250	Municipal
90.1	Ràdio Evolució (1)	Cornellà de Llobregat		Cultural
90.2	Ràdio Sant Vicenç	Sant Vicenç dels Horts	12 / 500	Municipal
91.2	Ràdio Molins de Rei	Molins de Rei	22 / 1.000	Municipal
91.2	Ràdio Sellarés (2)	Viladecans	34	Municipal
91.6	El Prat Ràdio	El Prat de Llobregat	500	Municipal
94.4	Ràdio Marianao	Sant Boi de Llobregat		Cultural
98.0	Ràdio Castelldefels	Castelldefels	37 / 250	Municipal
98.0	Ràdio Sant Andreu	Sant Andreu de la Barca	150	Municipal
100.3	Ràdio Martorell	Martorell	150 / 250	Municipal
100.5	RAT La Cirereta	Torrelles de Llobregat	30	Cultural
101.2	<b>Papiol FM</b>	El Papiol	50	Municipal
103.9	Atlàntida FM	Castelldefels		Cultural
104.6	Ràdio Cornellà	Cornellà de Llobregat	500	Municipal

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
105.3	Ràdio Sant Feliu	Sant Feliu de Llobregat	62 / 190	Municipal
105.8	Ràdio Sant Climent	Sant Climent de Llobregat	50	Municipal
107.0	Ràdio Corbera	Corbera de Llobregat	10 / 100	Municipal
107.0	Ràdio Torrelles (3)	Torrelles de Llobregat	50 / 200	Municipal
<b>107.1</b>	Ràdio Despí	Sant Joan Despí	250	Cultural
107.4	Ràdio Cervelló	Cervelló	50	Municipal
107.8	Ràdio Pallejà	Pallejà		Municipal
107.9	Ràdio Abrera	Abrera	50	Municipal
108.0	AVM Radio	Torrelles de Llobregat		Religiosa

(1) Inactiva des del 14 de gener de 2010.

(2) Municipal mancomunada de Gavà i Viladecans.

(3) Frequència assignada 98.3.

## BARCELONÈS

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.7	RAC 1 (1)	Barcelona	20.000	RAC 1
87.7	RAC 1	Túnel de Vallvidrera		RAC 1
<b>88.0</b>	<b>Interpop</b>	<b>Barcelona</b>	<b>3.000</b>	<b>Intereconomía</b>
88.3	Radio 1 / RNE 1	Barcelona Collserola	100.000	RNE
88.5	Radio Primavera	Santa Coloma de Gramenet		Escolar
88.7	Radio RM (2)	Barcelona - Mataró	20.000	RTT-RM
89.1	Radio Marca Barcelona (3)	Barcelona	20.000	Radio Marca
89.4	Radio Algarabía	Barcelona	200	Cultural
89.4	Ràdio Gaudí	Santa Coloma de Gramenet		Escolar
<b>89.5</b>	<b>Radio Gladys Palmera</b>	<b>Barcelona</b>	300	<b>Cultural</b>
89.8	Onda Rambla - Punto Radio Barcelona	Barcelona	20.000	Punto Radio
89.8	Onda Rambla - Punto Radio Barcelona	Túnel de Vallvidrera		Punto Radio
90.1	Boca Ràdio	Barcelona	600	Cultural
90.1	Ona Badal - Ona Dance	Badalona		Cultural
90.5	M-80 Radio	Barcelona	8.000	M-80 Radio
<b>90.8</b>	<b>Radio Unió Catalunya</b>	<b>Barcelona</b>	<b>3.000</b>	<b>Model privat TS</b>
91.0	Frequència Barcelona	Barcelona	1.000	COMRàdio / Municipal
91.0	Frequència Barcelona	Túnel de Vallvidrera		COMRàdio / Municipal
91.4	Contrabanda FM	Barcelona	500	Ràdio lliure
91.6	Aula Ràdio	Barcelona	120	Escolar

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
91.6	Ràdio Trinitat Vella	Barcelona		Barri
91.6	Ràdio Urgell	Barcelona		Escolar
92.0	Catalunya Informació	Barcelona Collserola	20.000	CCMA
92.0	Catalunya Informació	Barcelona Túnel Vallvidrera	40	CCMA
<b>92.0</b>	<b>Catalunya Informació</b>	<b>Túnel de la Rovira</b>		<b>CCMA</b>
92.3	Cool FM	Barcelona		Cultural
92.5	iCat fm	Barcelona Collserola		CCMA
92.5	iCat fm	Túnel de Vallvidrera		CCMA
<b>92.4</b>	<b>iCat fm</b>	<b>Túnel de la Rovira</b>		<b>CCMA</b>
93.0	Radio Clásica / RNE 2	Barcelona Collserola	100.000	RNE
93.2	Onda Paz	Barcelona		Religiosa
93.5	Onda Cero Barcelona (4)	Barcelona	20.000	Onda Cero
93.9	40 Principales	Barcelona	8.000	40 Principales
<b>94.2</b>	<b>Kiero Radio</b>	<b>Santa Coloma de Gramenet</b>		<b>F. musical TS</b>
94.4	Ràdio Ciutat de Badalona	Badalona	158 / 200	Municipal
94.6	COMRàdio (5)	Esplugues de Llobregat	150	COMRàdio
<b>94.6</b>	<b>Styl FM</b>	<b>Barcelona</b>		<b>Styl FM</b>
94.6	Ona de Sants-Montjuïc	Barcelona	200	Barri
94.9	Europa FM	Barcelona	20.000	Europa FM
95.2	Antena 2.000 Radio	L'Hospitalet de Llobregat	1.000	Llatina
95.5	Kiss FM (6)	Barcelona Terrassa	20.000	Kiss FM
<b>95.7</b>	<b>La Nueva FM</b>	<b>Barcelona</b>		<b>Llatina</b>
96.0	Radio Olé (7)	Barcelona	20.000	Radio Olé
96.0	Radio Olé	Túnel de Vallvidrera		Radio Olé
96.3	Ràdio L'Hospitalet	L'Hospitalet de Llobregat	500	Municipal
96.6	Ràdio Pica	Barcelona	150	Ràdio lliure
96.9	Ràdio Barcelona 2	Barcelona	8.000	SER
97.2	RKM	Barcelona		Religiosa
97.4	(8)	Barcelona		
97.7	Radio TeleTaxi (9)	Santa Coloma de Gramenet	20.000	RTT-RM
97.7	Radio TeleTaxi	Túnel de Vallvidrera		RTT-RM
<b>98.0</b>	<b>BBC World Service</b>	<b>L'Hospitalet de Llobregat</b>	<b>20</b>	<b>Cultural</b>
98.1	Ràdio Desvern	Sant Just Desvern	100 / 200	Municipal



Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
98.3	Radio Intereconomía	Barcelona		Intereconomía
98.6	Radio 3 / RNE 3	Barcelona Collserola	100.000	RNE
99.0	RNE Radio 5 Todo Noticias	Barcelona Collserola	20.000	RNE
99.4	Cadena Dial Barcelona	Barcelona	8.000	Cadena Dial
99.7	Ona Mar	Badalona	500	Model privat TS
99.7	Radio Florida	L'Hospitalet de Llobregat	125	Barri
100.0	Cadena 100 Barcelona	Barcelona	20.000	Cadena 100
100.3	La Bomba	Barcelona		Llatina
100.4	Districte 9 Ràdio	Barcelona		Districte
100.5	Ràdio Ciutat Vella	Barcelona		Barri
100.8	Ràdio 4	Barcelona Collserola	100.000	RNE
101.2	Ràdio Pomar	Badalona		Model privat TS
101.5	Catalunya Música	Barcelona Collserola	8.000	CCMA
101.5	Catalunya Música	Túnel de Vallvidrera	40	CCMA
<b>101.5</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Túnel de la Rovira</b>		<b>CCMA</b>
102.0	COPE Barcelona	Barcelona	20.000	COPE
<b>102.3</b>	<b>Radio Inter</b>	<b>Barcelona</b>		<b>Intereconomía</b>
<b>102.4</b>	Alternativa Barcelona	Barcelona	600	Districte
<b>102.5</b>	Radio La Mina	Sant Adrià de Besòs		Cultural
102.8	Catalunya Ràdio	Barcelona Collserola	100.000	CCMA
102.8	Catalunya Ràdio	Túnel de Vallvidrera	40	CCMA
<b>102.8</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Túnel de la Rovira</b>		<b>CCMA</b>
<b>103.0</b>	<b>esRadio</b>	<b>Barcelona</b>		<b>esRadio</b>
103.2	Frecuencia Musical	Santa Coloma de Gramenet		Cultural
103.2	Sants 3 Ràdio	Barcelona	125	Barri
103.5	ONA FM	Barcelona	20.000	Ona FM
103.5	ONA FM	Túnel de Vallvidrera		Ona FM
<b>103.8</b>	<b>Rock &amp; Gol</b>	<b>Barcelona</b>		<b>Rock &amp; Gol</b>
103.9	Radio Bétulo	Badalona	500	Cultural
103.9	Radio Linea IV	Barcelona		Ràdio Lliure
104.2	Màxima FM	Barcelona	20.000	Màxima FM
104.5	Radio Bronka	Barcelona	600	Ràdio Lliure
104.7	Barcelona Latina FM	Barcelona	1.000	Llatina

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
105.0	RAC 105	Barcelona	20.000	RAC 105
105.0	RAC 105	Túnel de Vallvidrera		RAC 105
105.3	R. France Internationale	Barcelona		Emissora Internacional
<b>105.4</b>	<b>Éxito Radio</b>	<b>Barcelona</b>		<b>Esotèrica</b>
105.7	Flaix FM (10)	Barcelona	20.000	Grup Flaix
105.7	Flaix FM	Túnel de Vallvidrera		Grup Flaix
106.1	Ràdio Flaixbac (11)	Barcelona	20.000	Grup Flaix
106.1	Ràdio Flaixbac	Túnel de Vallvidrera		Grup Flaix
<b>106.4</b>	<b>Radio María</b>	<b>Barcelona</b>		<b>Religiosa</b>
106.6	Ràdio Estel	Barcelona	20.000	Ràdio Estel
106.9	Radio Kanal Barcelona	Barcelona	150	Model privat TS
107.1	Ràdio Bona Nova	Barcelona		Religiosa
107.4	Gramà Ràdio (12)	Santa Coloma de Gramenet	50 / 5.000	Municipal
107.7	Ràdio Gràcia	Barcelona	400	Districte
107.8	Radio Modelo	Barcelona	15	Penitenciària

- (1) Concessió al Masnou.  
(2) Concessió i estudis a Mataró i centre emissor a Collserola.  
(3) Concessió a Sabadell.  
(4) Concessió a Granollers.  
(5) És l'antiga Ràdio Estudi Esplugues que l'Ajuntament manté les 24 hores connectada a COMRàdio.  
(6) Concessió i estudis a Terrassa, centre emissor a Collserola.  
(7) Concessió a Martorell.  
(8) Portadora el desembre de 2009.  
(9) Concessió a Rubí, estudis a Santa Coloma de Gramenet i centre emissor a Collserola.  
(10) Concessió a Terrassa a 105.6.  
(11) Concessió a Sant Feliu de Llobregat.  
(12) Municipal sota gestió privada.

#### BERGUEDÀ

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.6	iCat fm	Guardiola de Berguedà	200	CCMA
89.5	Catalunya Ràdio	La Figuerassa		CCMA
90.1	Catalunya Ràdio	Guardiola de Berguedà	200	CCMA
90.6	Ràdio Korneta	Berga		Ràdio Lliure
90.9	COMRàdio	Puig-reig	250	COMRàdio
91.3	Catalunya Música	La Figuerassa		CCMA
93.3	Catalunya Música	Guardiola de Berguedà		CCMA
94.6	Catalunya Informació	Guardiola de Berguedà	200	CCMA
97.6	Ràdio Lillet FM (1)	La Pobla de Lillet	50	Municipal

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
101.0	iCat fm	La Figuerassa		CCMA
106.4	Catalunya Informació	La Figuerassa		CCMA
107.3	Ràdio Puig-reig	Puig-reig	50	Municipal
107.6	Ràdio Berga	Berga	150 / 400	Municipal

(1) Té assignada la freqüència de 107.4 MHz.

#### GARRAF

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.7	RAC 1	Túnel Garraf		RAC 1
88.2	Ràdio Flaixbac	Montgròs		Grup Flaix
89.0	40 Principales	Sant Pere de Ribes	2.000	40 Principales
89.5	Xtreme FM	Vilanova i la Geltrú		Cultural
89.8	Onda Rambla - Punto Radio Barcelona	Túnel Garraf		Punto Radio
89.9	COMRàdio	Sant Pere de Ribes	2.000	COMRàdio
<b>90.6</b>	<b>Kiss FM</b>	<b>Sitges – Sant Pere de Ribes</b>	<b>2.000</b>	<b>Kiss FM</b>
<b>Adjudicada a RKOR Radio, SL (Onda Cero Radio - Europa FM)</b>				
91.0	Freqüència Barcelona	Túnel Garraf		Municipal COMRàdio
91.2	RAC 105	Sant Pere de Ribes	2.000	RAC 105
91.9	Catalunya Música	Sant Pere de Ribes	250	CCMA
<b>92.0</b>	<b>Catalunya Informació</b>	<b>Túnel Garraf</b>		<b>CCMA</b>
<b>92.7</b>	<b>Radio 5 Todo Noticias</b>	<b>Sant Pere de Ribes</b>		<b>RNE</b>
93.3	iCat fm	Sant Pere de Ribes	200	CCMA
93.5	Onda Cero Barcelona	Túnel Garraf		Onda Cero
94.1	RAC 1			RAC 1
94.7	Catalunya Informació	Sant Pere de Ribes		CCMA
<b>94.7</b>	<b>Catalunya Informació</b>	<b>Túnel Garraf</b>		<b>CCMA</b>
95.2	Radio Clásica / RNE 2	Sant Pere de Ribes	2.000	RNE
95.6	Catalunya Ràdio	Sant Pere de Ribes	250	CCMA
95.6	Catalunya Ràdio	Túnel del Garraf		CCMA
96.3	Onda Cero Penedès	Vilanova i la Geltrú	2.000	Onda Cero
96.8	Ràdio Estel	Montgròs	2.000	Ràdio Estel
96.9	Ràdio Barcelona	Túnel Garraf		SER
97.5	Radio 3 / RNE 3	Sant Pere de Ribes	2.000	RNE

<b>Freqüència</b>	<b>Emissora</b>	<b>Població</b>	<b>Watts</b>	<b>Cadena</b>
97.7	Radio TeleTaxi	Túnel Garraf		RTT - RM
98.8	Cadena Dial Garraf	Sant Pere de Ribes	2.000	Cadena Dial
100.4	Canal Blau FM	Vilanova i la Geltrú	<b>4.000</b>	Municipal
<b>100.9</b>	<b>Radio Marca (1)</b>	<b>Montgròs</b>	<b>2.000</b>	
<b>Adjudicada a Publicacions Penedès, SA</b>				
<b>101.3</b>	<b>Radio 1 / RNE 1</b>	<b>Sant Pere de Ribes</b>		<b>RNE</b>
101.9	Radio TeleTaxi	Sant Pere de Ribes	2.000	RTT-RM
102.8	Catalunya Ràdio	Túnel Garraf		CCMA
104.7	Nova FM	Vilanova i la Geltrú	15	Cultural
105.0	RAC 105	Túnel Garraf		RAC 105
105.2	Ràdio Olivella	Olivella		Cultural
105.7	Flaix FM	Túnel Garraf		Grup Flaix
106.1	Ràdio Flaixbac	Túnel Garraf		Grup Flaix
106.3	Ràdio 4	Sant Pere de Ribes	2.000	RNE
107.2	Ràdio Ribes	Sant Pere de Ribes	50	Municipal
107.5	Ràdio Cubelles	Cubelles	50 / 600	Municipal
107.8	Ràdio Maricel	Sitges	150	Municipal

(1) Canvi provisional de programació fins que el nou adjudicatari es faci càrrec de la freqüència.

#### MARESME

<b>Freqüència</b>	<b>Emissora</b>	<b>Població</b>	<b>Watts</b>	<b>Cadena</b>
<b>87.5</b>	<b>Fem Ràdio</b>	<b>Cabrils</b>		<b>Cultural</b>
88.0	Catalunya Ràdio	Arenys de Munt		CCMA
89.3	Mataró Ràdio	Mataró	500	Municipal
89.5	Catalunya Informació	Arenys de Munt		CCMA
90.2	Radio RM	Mataró - Cabrils	500	RTT-RM
90.7	Catalunya Ràdio	Calella	200	CCMA
91.2	Ràdio Arenys	Arenys de Mar	150 / 250	Municipal
91.4	Premià de Dalt Ràdio	Premià de Dalt	50	Municipal
91.7	Catalunya Ràdio	Cabrils	500	CCMA
91.7	Ràdio Santa Susanna	Santa Susanna	50	Municipal
92.3	Caldetes Ràdio	Caldes d'Estrac	50	Municipal
94.2	Radio RM	Calella	250	RTT-RM

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
94.2	Radio María	Mataró		Religiosa
94.6	Ràdio Pineda	Pineda de Mar	150	Municipal
95.2	Ràdio Premià de Mar	Premià de Mar	150	Municipal
<b>95.3</b>	<b>Ràdio Vallalta (1)</b>	<b>Sant Iscle de Vallalta</b>	<b>125</b>	<b>Municipal</b>
<b>96.2</b>	<b>Top Ten Ràdio</b>	<b>Calella</b>	<b>250</b>	<b>Ràdio Marina</b>
96.4	Catalunya Música	Cabrils	500	CCMA
97.2	Catalunya Informació	Calella	200	CCMA
97.4	Ràdio Vilassar de Dalt	Vilassar de Dalt	50 / 400	Municipal
98.1	Vilassar Ràdio	Vilassar de Mar	150	Municipal
98.4	Catalunya Música	Arenys de Munt		CCMA
99.1	Catalunya Música	Calella		CCMA
99.7	iCat fm	Arenys de Munt		CCMA
100.5	Clap FM	Mataró		Cultural
101.0	Duba FM	Argentona		Cultural
<b>102.4</b>	<b>(adjudicada a Uniprex, SA)</b>	<b>Calella</b>	<b>250</b>	
103.1	Catalunya Informació	Cabrils	500	CCMA
103.2	Ràdio SCV - La Radio Activitat	Sant Cebrià de Vallalta	30 / 50	Municipal
103.9	iCat fm	Calella	200	CCMA
104.6	Ràdio Argentona	Argentona	50	Municipal
105.4	iCat fm	Cabrils	200	CCMA
107.0	Ràdio Arenys de Munt	Arenys de Munt	50	Municipal
107.1	Ràdio Cabrera	Cabrera de Mar	50	Municipal
107.1	Ràdio Tordera	Tordera	50 / 300	Municipal
107.2	Ràdio Litoral	Sant Pol de Mar	50	Municipal
107.2	Ràdio Tiana	Tiana	50	Municipal
107.4	Ràdio Malgrat	Malgrat de Mar	150	Municipal
107.4	Ràdio Santvi	Sant Vicenç de Montalt	50	Municipal
<b>107.5</b>	<b>Ràdio Vallalta (1)</b>	<b>Sant Iscle de Vallalta</b>	<b>125</b>	<b>Municipal</b>
107.6	Ràdio Canet	Canet de Mar	50	Municipal
107.7	Ràdio Palafolls	Palafolls	50 / 80	Municipal
107.9	Ràdio Calella	Calella	150	Municipal

(1) Provisionalment emet en proves a 95.3 i 107.5 Mhz.

OSONA

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.9	iCat fm	Collsuspina	5.000	CCMA
88.7	Radio RM	Tavèrnoles (els Munts)		RTT-RM
89.3	iCat fm	Tavèrnoles (els Munts)		CCMA
89.6	40 Principales	Vic	2.000	40 Principales
90.3	Ràdio Vic	Vic	2.000	Ràdio Vic
91.3	Ràdio Estel	Collsuspina		Ràdio Estel
91.8	RAC 105	Tavèrnoles (els Munts)	2.000	RAC 105
92.3	SER Osona	Vic	2.000	SER
<b>92.8</b>	<b>EI 9 FM</b>	<b>Santuari dels Munts</b>	<b>2.000</b>	<b>EI 9 FM</b>
93.2	Ràdio Flaixbac	Vic	2.000	Grup Flaix
93.5	Ràdio Escola Vedruna	Tona		Escolar
94.5	Catalunya Informació	Collsuspina	5.000	CCMA
95.7	COMRàdio	Collsuspina	2.000	COMRàdio
96.2	Catalunya Ràdio	Tavèrnoles (els Munts)		CCMA
97.9	Radio Clásica / RNE 2	Collsuspina	5.000	RNE
<b>98.4</b>	<b>(Adjudicada a Ràdio Estel)</b>	<b>Collsuspina</b>	<b>2.000</b>	
99.2	Radio 1 / RNE 1	Collsuspina	5.000	RNE
99.7	Catalunya Ràdio	Collsuspina	5.000	CCMA
100.5	Catalunya Música	Collsuspina	5.000	CCMA
101.2	RAC 1	Tavèrnoles (els Munts)	2.000	RAC 1
102.0	Catalunya Música	Tavèrnoles (els Munts)		CCMA
103.1	Radio 3 / RNE 3	Collsuspina	5.000	RNE
103.8	Catalunya Informació	Tavèrnoles (els Munts)		CCMA
104.7	Ràdio 4	Collsuspina	5.000	RNE
105.3	Radio TeleTaxi	Tavèrnoles	2.000	RTT-RM
105.9	Flaix FM	Collsuspina	2.000	Grup Flaix
106.7	Ràdio Taradell	Taradell	10 / 50	Municipal
107.0	Ràdio Manlleu	Manlleu	150	Municipal
107.1	Ràdio Troka	Prats de Lluçanès		Municipal
107.3	Ràdio Pista	Els Hostalets de Balenyà	50	Municipal
107.4	Ràdio Ona	Torelló	150	Municipal
107.6	Ràdio Roda	Roda de Ter	50	Municipal
107.8	Ràdio Voltregà	Sant Hipòlit de Voltregà	50	Municipal
107.9	Ràdio Montesquiu	Montesquiu	50	Municipal

## VALLÈS OCCIDENTAL

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
<b>89.4</b>	<b>Ràdio Terrassa (1)</b>	<b>Terrassa</b>	<b>2.000</b>	<b>SER</b>
<b>Adjudicada a Metropolitana Audiovisuals, SL</b>				
89.5	Ràdio Sant Quirze (2)	Sant Quirze del Vallès	150	Municipal
90.0	Radio Onda 2.000	Polinyà		Ràdio lliure
90.1	Ràdio Castellar	Castellar del Vallès	15 / 150	Municipal
90.1	Radio Kaos	Terrassa	60	Ràdio lliure
90.8	Ràdio Vila	Viladecavalls	50	Municipal
91.3	Ripollet Ràdio	Ripollet	150 / 500	Municipal
91.4	Ràdio Trama	Sabadell		Ràdio lliure
91.5	<b>Cugat Ràdio</b>	Sant Cugat del Vallès	150 / 250	Municipal
<b>91.7</b>	<b>Ràdio Palau (3)</b>	<b>Palau-solità i Plegamans</b>	<b>50</b>	<b>Municipal</b>
92.8	Mola FM (4)	Sabadell		Grup Mola
94.6	Ràdio Sabadell	Sabadell	500	Municipal
95.2	Ràdio Municipal de Terrassa	Terrassa	500	Municipal
98.0	Ràdio 7	Terrassa		Religiosa
98.1	Ràdio Barberà	Barberà del Vallès	100 / 250	Municipal
99.7	Ràdio Rubí	Rubí	500	Municipal
100.4	Radio Star	Terrassa	20	Cultural
101.3	Ràdio Nadal	Terrassa		Cultural
103.2	Ràdio Ullastrell	Ullastrell	50	Municipal
<b>103.2</b>	<b>Radio Inter</b>	<b>Montcada i Reixac</b>		<b>Intereconomía</b>
<b>103.2</b>	<b>Ràdio Polinyà</b>	<b>Polinyà</b>		<b>Municipal</b>
104.5	H Ràdio - Hostafranch Ràdio	Sabadell	300	Barri
104.6	Montcada Ràdio	Montcada i Reixac	100 / 125	Municipal
104.6	Euro Top FM	Terrassa	25	F. musical TS
105.3	Cerdanyola Ràdio	Cerdanyola del Vallès	125	Municipal
<b>106.4</b>	<b>Ràdio Sentmenat</b>	<b>Sentmenat</b>		<b>Cultural</b>
107.0	Ràdio Santa Perpètua	Santa Perpètua de Mogoda	150	Municipal
107.1	Matadepera Ràdio	Matadepera	10 / 200	Municipal
107.7	<b>Energy FM</b>	Terrassa		F. musical TS
107.8	Ràdio Rellinars	Rellinars		Municipal
107.9	Radio Amistad (5)	Castellar del Vallès		Religiosa

(1) Des de febrer de 2010 no fa programació local. Inicialment repetia el senyal de la cadena SER i des de març, la de Kiss FM.

(2) Té assignada la freqüència de 90.9.

(3) Provisionalment inactiva per obres dels nous estudis.

(4) Té assignada pel CAC 89.4 MHz a Terrassa.

(5) Centre emissor a Badalona.

VALLÈS ORIENTAL

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
90.2	iCat fm	Sant Celoni	250	CCMA
90.5	Ràdio Contrapunt	La Roca del Vallès		Penitenciària
90.7	Ràdio Cardedeu	Cardedeu		Cultural
91.2	Ràdio Montornès	Montornès del Vallès	150 / 200	Municipal
91.3	COMRàdio	Sant Celoni	500	COMRàdio
91.5	Ràdio Vitamènia	Santa Maria de Palautordera	50	Municipal
94.2	Catalunya Informació	Sant Celoni	250	CCMA
94.2	Ràdio Vallromanes	Vallromanes	20 / 50	Municipal
96.3	Ràdio Mollet del Vallès	Mollet del Vallès	500	Municipal
97.2	Catalunya Ràdio	Sant Celoni	250	CCMA
<b>98.0</b>	<b>Ràdio Vilamajor</b>	<b>Sant Antoni de Vilamajor</b>		<b>Cultural</b>
100.4	Emissora de la RAM (1)	Cardedeu		Megafonia
100.4	Ràdio La Llagosta	La Llagosta	150	Municipal
102.5	RAC 1	Sant Celoni	500	RAC 1
103.0	Ràdio Circuit	Montmeló		Megafonia
103.2	Ràdio Circuit	Montmeló		Megafonia
103.9	Catalunya Música	Sant Celoni	250	CCMA
104.5	Ràdio L'Ametlla	L'Ametlla del Vallès	10	Municipal
106.3	Radio Now (2)	Granollers		F. musical TS
107.2	Ona Codinenca	Sant Feliu de Codines	25 / 50	Municipal
107.2	Rap 107	Parets del Vallès	82 / 400	Municipal
107.4	Ràdio Silenci	La Garriga	50 / 250	Municipal
107.6	Ràdio 7 Vallès	Granollers	50 / 500	Municipal
107.7	Punt 7 Ràdio Sant Celoni	Sant Celoni	75	Municipal
107.8	Ràdio Caldes	Caldes de Montbui	150 / 350	Municipal

(1) Megafonia de la residència d'avis Maranatha.

(2) Forma part de la cadena asturiana Medea FM.



## GIRONA

### ALT EMPORDÀ

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	Catalunya Música	Portbou	250	CCMA
88.7	Ràdio Cap de Creus	Cadaqués	50	Municipal
90.8	Catalunya Música	Maçanet de Cabrenys		CCMA
91.6	Catalunya Informació	Cadaqués		CCMA
92.7	Catalunya Ràdio	Portbou	250	CCMA
92.8	Flaix FM Girona	Maçanet de Cabrenys		Grup Flaix
<b>93.5</b>	Radio RM	Maçanet de Cabrenys		RTT-RM
93.7	Catalunya Música	Cadaqués	20	CCMA
97.5	Radio RM			RTT-RM
99.0	iCat fm	Portbou		CCMA
99.4	Catalunya Informació	Maçanet de Cabrenys		CCMA
101.1	Ràdio Cabanes	Cabanes	50	Municipal
102.8	iCat fm	Maçanet de Cabrenys		CCMA
103.6	Ràdio Flaixbac	Maçanet de Cabrenys		Grup Flaix
104.0	ONA FM	Maçanet de Cabrenys		ONA FM
104.1	Catalunya Ràdio	Cadaqués	20	CCMA
104.4	ONA FM	Figueres	2.000	ONA FM
105.5	Catalunya Ràdio	Maçanet de Cabrenys	600	CCMA
105.7	iCat fm	Cadaqués	20	CCMA
105.8	Catalunya Informació	Portbou	200	CCMA
106.5	Xtra FM	Costa Brava		Xtra FM
107.0	Cent 7 Música (1)	Vila-sacra	50	Municipal
107.3	Ràdio Vilafant	Vilafant	50	Municipal
107.6	Ràdio L'Escala	L'Escala	50 / 80	Municipal
107.9	<b>Ona Vilamalla</b>	Vilamalla	50	Municipal

(1) També coneguda com a Ràdio Vila-sacra.

### BAIX EMPORDÀ

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.8	Catalunya Música	Calonge	600	CCMA
88.4	Radio RM	Platja d'Aro		RTT-RM
<b>89.6</b>	<b>Flaix FM Girona</b>	<b>Castell d'Aro</b>	<b>600</b>	<b>Grup Flaix</b>

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
<b>Adjudicada a RM Radio, SA</b>				
90.1	Onda Rambla - Punto Radio Girona	Calonge		Punto Radio
90.8	COMRàdio	Calonge	600	COMRàdio
91.4	RAC 105	Castell d'Aro	1.200	RAC 105
91.8	<b>Zeta Radio (1)</b>	La Bisbal d'Empordà	500	Grupo Zeta
92.5	Catalunya Ràdio	Calonge	600	CCMA
92.9	Catalunya Ràdio	Palafrugell	200	CCMA
93.0	Catalunya Ràdio	Sant Feliu Guíxols		CCMA
93.6	Capital Ràdio (2)	Pals	500	F. musical TS
94.1	Catalunya Informació	Calonge	600	CCMA
<b>95.6</b>	<b>Kiss FM</b>	<b>Castell d'Aro</b>	<b>600</b>	<b>Kiss FM</b>
<b>Adjudicada a D-9 Comunicació, SL (TV Costa Brava)</b>				
96.3	R. Costa Brava 40 Principales	Palamós	1.200	40 Principales
97.0	iCat fm	Palafrugell	200	CCMA
97.1	Catalunya Música	Sant Feliu Guíxols		CCMA
97.7	Ràdio Begur	Begur	10 / 500	Municipal
98.2	Radio 4	Palafrugell	1.000	RNE
99.2	iCat fm	Calonge	600	CCMA
99.9	RAC 1	Castell d'Aro	600	RAC 1
100.4	Catalunya Música	Palafrugell	200	CCMA
101.0	Radio Clásica / RNE 2	Palafrugell	1.000	RNE
101.3	Xtra FM	Sant Feliu Guíxols		Xtra FM
101.3	<b>Zeta Radio</b>	La Bisbal d'Empordà		Grupo Zeta
101.4	Catalunya Informació	Sant Feliu Guíxols		CCMA
101.9	SER Costa Brava	Palamós	600	SER
<b>102.7</b>	<b>Ràdio Platja d'Aro</b>	<b>Platja d'Aro</b>	<b>300</b>	<b>Municipal</b>
103.0	Ràdio 1 / RNE 1	Palafrugell	1.000	RNE
103.7	Ràdio Santa Cristina	Santa Cristina d'Aro	20 / 250	Municipal
104.1	iCat fm	Sant Feliu Guíxols		CCMA
104.8	Catalunya Informació	Palafrugell	200	CCMA
107.0	Ràdio Sant Feliu	Sant Feliu Guíxols	78 / 500	Municipal
107.1	Ràdio Montgrí	Torroella de Montgrí	50	Municipal
107.4	Ràdio Bisbal	La Bisbal d'Empordà	50 / 200	Municipal

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
107.5	Ràdio Palamós	Palamós	60 / 150	Municipal
107.8	Ràdio Palafrugell	Palafrugell	15 / 150	Municipal

(1) Emissora concedida (en projecte).

(2) Va començar a emetre des de Sant Boi de Llobregat.

#### CERDANYA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.7	RAC 1	Puigcerdà	1.200	RAC 1
88.4	Catalunya Música	La Molina	250	CCMA
<b>88.4</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Túnel del Cadí</b>		<b>CCMA</b>
89.1	Pròxima FM (1)	Tossa d'Alp	1.200	Cadena Pirenaica
89.8	Ràdio Pirineus	Puigcerdà	1.200	<b>SER</b>
90.3	Radio TeleTaxi	La Molina - Tossa	1.200	RTT-RM
90.8	Ràdio 4	La Molina	1.000	RNE
91.4	RAC 105	Puigcerdà	1.200	RAC 105
92.0	COPE La Cerdanya	Puigcerdà	1.200	COPE
93.4	Onda Rambla - Punto Radio Girona	La Molina		Punto Radio
93.3	Adjudicada a Mola TV, SL	Tossa d'Alp	1.200	
94.2	COMRàdio	Puigcerdà - Alp	1.200	COMRàdio
94.8	Catalunya Informació	La Molina	200	CCMA
<b>94.8</b>	<b>Catalunya Informació</b>	<b>Túnel del Cadí</b>		<b>CCMA</b>
96.1	Ràdio Flaixbac	Tossa d'Alp	1.200	Grup Flaix
97.0	Radio Clásica / RNE 2	La Molina	1.000	RNE
99.1	40 Principales	Puigcerdà - Tossa	1.200	40 Principales
100.4	iCat fm	La Molina	200	CCMA
<b>100.4</b>	<b>iCat fm</b>	<b>Túnel del Cadí</b>		<b>CCMA</b>
104.0	Radio 1 / RNE 1	La Molina	1.000	RNE
104.4	Ràdio Principat	Tossa d'Alp	1.200	Ràdio Estel
105.3	Catalunya Ràdio	La Molina	250	CCMA
<b>105.3</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Túnel del Cadí</b>		<b>CCMA</b>
106.6	Flaix FM Girona	Puigcerdà	1.200	Grup Flaix
107.1	Ràdio Bellver	Bellver de Cerdanya	50	Municipal
107.6	Ràdio Alp	Alp	50	Municipal
107.9	Ràdio Puigcerdà	Puigcerdà		Municipal

(1) Estudis al Principat d'Andorra

(2) El municipi és a la província de Lleida.

## GARROTXA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.5	Catalunya Ràdio	Olot	200	CCMA
<b>88.5</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Túnel de Bracons</b>		<b>CCMA</b>
91.5	Catalunya Ràdio	Montagut		CCMA
92.1	RAC 105	Olot	500	RAC 105
92.9	COMRàdio	Olot	500	COMRàdio
93.8	Radio 1 / RNE 1	Olot	500	RNE
94.2	Radio TeleTaxi	Olot	500	RTT-RM
94.7	Radio Clásica / RNE 2	Olot	500	RNE
95.5	SER La Garrotxa	Olot	500	SER
97.1	Catalunya Música	Olot	200	CCMA
98.1	Ràdio Olot	Olot	2.000	ONA FM
99.2	iCat fm	Montagut		CCMA
100.3	RAC 1	Olot	500	RAC 1
101.4	Ràdio 90	Olot		Cultural
102.6	iCat fm	Olot	200	CCMA
103.2	Catalunya Informació	Montagut		CCMA
104.8	Catalunya Música	Montagut		CCMA
105.4	Catalunya Informació	Olot	200	CCMA
106.6	Ràdio 4	Olot	500	RNE
107.0	Ràdio Sant Joan	Sant Joan les Fonts	50 / 600	Municipal
107.6	Ràdio La Vall	Les Preses	50	Municipal
107.7	Ràdio Les Planes	Les Planes d'Hostoles	50	Municipal
107.8	Ràdio Besalú	Besalú	50	Municipal
107.9	Bas Ràdio	La Vall d'en Bas	600	Municipal

## GIRONÈS

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	Ràdio Sarrià	Sarrià de Ter	25 / 150	Municipal
88.1	40 Principales	Girona	10.000	40 Principales
88.9	iCat fm	Rocacorba	2.500	CCMA
89.9	Onda Rambla - Punto Radio Girona	Girona	10.000	Punto Radio
89.4	COPE Girona	Rocacorba (1)	10.000	COPE

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
90.4	Onda Cero Girona	Girona	1.200	Onda Cero
91.1	Radio Clásica / RNE 2	Rocacorba Girona	70.000	RNE
91.9	RAC 105	Banyoles - Girona	10.000	RAC 105
92.7	Frequència Girona	Girona	500	COMRàdio
93.3	Radio 1 / RNE 1	Rocacorba Girona	70.000	RNE
94.0	Radio 5 Todo Noticias	Rocacorba Girona	10.000	RNE
94.4	Ràdio Girona FM (2)	Girona	10.000	SER
95.1	M-80 Radio	Girona	10.000	M-80 Radio
<b>95.4</b>	<b>Radio Intereconomia</b>	<b>Girona</b>		<b>Intereconomía</b>
95.9	Radio 3 / RNE 3	Rocacorba Girona	70.000	RNE
96.3	América FM	Salt		Llatina
96.7	Catalunya Música	Rocacorba	5.000	CCMA
97.7	Ràdio Salt	Salt	50 / 500	Municipal
<b>97.4</b>	<b>Cadena 100 Girona</b>	<b>Rocacorba Girona</b>	<b>10.000</b>	<b>Cadena 100</b>
<b>Adjudicada a Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat, SL</b>				
<b>97.9</b>	<b>Radio María</b>	<b>Girona</b>		<b>Religiosa</b>
98.5	ONA FM	Girona	10.000	ONA FM
<b>98.9</b>	<b>Cadena Dial Girona</b>	<b>Rocacorba Girona</b>	<b>10.000</b>	<b>Cadena Dial</b>
<b>Adjudicada a Uniprex SAU (Onda Cero Radio - Europa FM)</b>				
99.6	Flaix FM Girona	Girona	10.000	Grup Flaix
100.1	RAC 1	Rocacorba	10.000	RAC 1
100.7	Ràdio Flaixbac	Rocacorba Girona	10.000	Grup Flaix
101.0	Ràdio Quart (Hot 101)	Quart	50	Municipal
<b>101.3</b>	<b>Kiss FM</b>	<b>Girona</b>		<b>Kiss FM</b>
101.7	Catalunya Informació	Rocacorba	2.000	CCMA
102.2	Catalunya Ràdio	Rocacorba	5.000	CCMA
103.1	Ràdio Cassà	Cassà de la Selva	9 / 1.000	Municipal
103.4	Ràdio Estel	Rocacorba Girona	10.000	Ràdio Estel
103.8	Caribe FM Stereo	Girona		Llatina
<b>104.2</b>	<b>Son Latino Girona</b>	<b>Girona</b>		<b>Llatina</b>
105.1	Radio TeleTaxi	Rocacorba Girona	10.000	RTT-RM
105.7	Llagostera Ràdio	Llagostera	25 / 150	Municipal
106.2	Ràdio 4	Rocacorba Girona	70.000	RNE

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
106.8	Europa FM	Rocacorba Girona	10.000	Europa FM
107.5	La Radioactivitat	Vilablareix	15	Municipal (3)
107.5	Ràdio Circuit Tancat	Girona		Penitenciària
107.7	Ràdio Celrà	Celrà	50	Municipal
107.9	R. Shalom de Palau	Girona		Religiosa
107.9	Ràdio Sant Gregori	Sant Gregori	25	Municipal

(1) Antiga Cadena 100 Figueres.

(2) Concessió a Roses, antiga SER Empordà i M-80 Radio a Figueres. Està previst que passi a ser Zeta Radio.

(3) Municipal sota gestió privada.

#### PLA DE L'ESTANY

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
94.8	Ona Pau	Banyoles		Religiosa
107.3	Ràdio Banyoles	Banyoles	150 / 250	Municipal

#### RIPOLLÈS

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	iCat fm	Camprodon		CCMA
87.7	RAC 1	Ripoll	400	RAC 1
88.8	Catalunya Informació	Ripoll	200	CCMA
90.1	Catalunya Informació	Ribes de Freser		CCMA
90.6	Ràdio Ripoll	Ripoll	4.000	ONA FM
91.0	COMRàdio	Ripoll	400	COMRàdio
91.4	iCat fm	Ripoll	200	CCMA
92.6	Catalunya Ràdio	Camprodon		CCMA
94.9	SER Ripollès (1)	Ripoll	400	SER
95.3	Catalunya Ràdio	Ripoll	200	CCMA
96.7	iCat fm	Ribes de Freser		CCMA
97.6	Radio TeleTaxi	Ripoll	400	RTT-RM
98.7	Live FM (2)	Campdevàdol	50 / 80	Municipal
98.8	Catalunya Música	Camprodon		CCMA
101.4	Catalunya Ràdio	Ribes de Freser		CCMA
103.5	Catalunya Informació	Camprodon		CCMA
104.3	Catalunya Música	Ribes de Freser		CCMA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
105.0	RAC 105	Ripoll	400	RAC 105
105.8	Catalunya Música	Ripoll	200	CCMA
107.4	La Veu Ràdio	Sant Joan de les Abadesses	10 / 500	Municipal
107.9	Ràdio Camprodon	Camprodon	10 / 80	Municipal

(1) Està previst que passi a ser Rock & Gol.

(2) Antiga Ràdio Campdevàrol. Té assignada la freqüència de 107.8 MHz.

#### SELVA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	RAC 1	Lloret de Mar	500	RAC 1
88.5	Catalunya Ràdio	Arbúcies	20	CCMA
89.0	RAC 105	Lloret de Mar	500	RAC 105
90.2	Nova Ràdio Lloret	Lloret de Mar	93 / 100	Municipal
90.7	Catalunya Ràdio	Sant Hilari Sacalm	200	CCMA
91.6	La Radioactivitat (1)	Santa Coloma de Farners	10 / 300	Municipal
92.3	SER La Selva	Lloret de Mar	500	SER
93.7	COMRàdio	Lloret de Mar	500	COMRàdio
93.7	iCat fm	Sant Hilari Sacalm	200	CCMA
94.7	Catalunya Ràdio	Tossa de Mar		CCMA
94.7	iCat fm	Arbúcies	20	CCMA
97.1	Catalunya Música	Sant Hilari Sacalm	200	CCMA
97.7	Ràdio Blanes	Blanes	150	Municipal
97.9	Catalunya Informació	Tossa de Mar		CCMA
98.2	Catalunya Informació	Lloret de Mar	200	CCMA
99.0	Catalunya Música	Arbúcies	200	CCMA
99.8	iCat fm	Tossa de Mar		CCMA
100.3	Ràdio Marina	Blanes	1.200	Radio Marina
101.1	Selva FM	Riells i Viabrea	50	Municipal
<b>101.2</b>	Ona Jove	Riudellots de la Selva		Municipal
101.2	iCat fm	Lloret de Mar	200	CCMA
103.7	Radio RM	Lloret de Mar		RTT-RM
104.4	Catalunya Informació	Arbúcies	20	CCMA
104.6	Catalunya Ràdio	Lloret de Mar	200	CCMA
105.2	Catalunya Música	Lloret de Mar	200	CCMA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
105.5	Catalunya Informació	Sant Hilari Sacalm		CCMA
<b>105.8</b>	Ràdio DOS 84	Hostalric	10	Municipal
<b>106.6</b>	Catalunya Música	Tossa de Mar		CCMA
107.1	Ràdio Bonmatí	Sant Julià de Llor i Bonmatí		Municipal
107.3	Ràdio Sant Hilari	Sant Hilari Sacalm	10	Municipal
<b>107.6</b>	<b>Ràdio Arbúcies (2)</b>	<b>Arbúcies</b>		<b>Municipal</b>
107.8	Nova Ràdio Tossa	Tossa de Mar	12	Municipal
107.9	Caldes FM (3)	Caldes de Malavella	50	Municipal

(1) Municipal sota gestió privada.

(2) Inactiva de l'octubre de 2004 al maig de 2009.

(3) Fins el gener de 2008 es va dir Ràdio L'Altell.

## LLEIDA

### ALT URGELL

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
90.2	iCat fm	Oliana		CCMA
<b>90.9</b>	<b>iCat fm</b>	<b>Les Valls de Valira</b>		<b>CCMA</b>
91.4	Catalunya Informació	Cogulló Organyà	200	CCMA
<b>92.9</b>	<b>RAC 1</b>	<b>La Seu d'Urgell</b>	<b>1.200</b>	<b>RAC 1</b>
<b>95.6</b>	<b>Catalunya Informació</b>	<b>Les Valls de Valira</b>		<b>CCMA</b>
96.4	Gum FM Pirineus	La Seu d'Urgell		Gum FM
<b>96.5</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Les Valls de Valira</b>		<b>CCMA</b>
96.9	Catalunya Ràdio	Oliana		CCMA
98.1	Radio Valira	La Seu d'Urgell	1.200	Ràdio Valira
98.9	Catalunya Música	Oliana		CCMA
101.0	iCat fm	Cogulló Organyà		CCMA
102.0	Catalunya Ràdio	Cogulló Organyà	250	CCMA
103.0	Catalunya Música	Cogulló Organyà	200	CCMA
104.0	Catalunya Informació	Oliana		CCMA
<b>104.6</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Les Valls de Valira</b>		<b>CCMA</b>
105.0	Ràdio Principat	La Seu d'Urgell	1.200	Ràdio Estel
107.2	Ràdio Seu	La Seu d'Urgell	150	Municipal



ALTA RIBAGORÇA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.2	Radio 1 / RNE 1	El Pont de Suert	300	RNE
88.6	Catalunya Informació	Boí		CCMA
89.0	iCat fm	Vilaller		CCMA
90.0	Catalunya Ràdio	El Pont de Suert	200	CCMA
91.0	COMRàdio	El Pont de Suert	250	COMRàdio
91.5	Catalunya Música	El Pont de Suert	200	CCMA
93.0	iCat fm	Boí		CCMA
<b>93.9</b>	<b>Gum FM Pirineus</b>	<b>Boí</b>	<b>50</b>	<b>Gum FM</b>
<b>Adjudicada a Llegeix, Escriu i Escola, SL (La Mañana)</b>				
94.9	Radio Clásica / RNE 2	El Pont de Suert	300	RNE
95.4	Catalunya Ràdio	Boí	20	CCMA
96.8	Radio 3 / RNE 3	El Pont de Suert	300	RNE
98.0	Catalunya Informació	Vilaller		CCMA
99.3	Gum FM Pirineus	El Pont de Suert	250	Gum FM
<b>99.9</b>	<b>Gum FM Pirineus</b>	<b>Boí Taüll</b>		<b>Gum FM</b>
101.2	Catalunya Música	Vilaller		CCMA
102.9	Catalunya Informació	El Pont de Suert	200	CCMA
104.7	Catalunya Ràdio	Vilaller		CCMA
104.9	Ràdio 4	El Pont de Suert	300	RNE
105.5	Catalunya Música	Boí		CCMA
105.9	iCat fm	El Pont de Suert		CCMA
107.4	Ràdio Alta Ribagorça	El Pont de Suert	50	Municipal

GARRIGUES

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
107.1	Ràdio Les Borges	Les Borges Blanques	25 / 50	Municipal
107.6	Ràdio Juneda	Juneda	20 / 200	Municipal
107.8	Ràdio Arbeca	Arbeca	50 / 120	Municipal

NOGUERA

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.3	Catalunya Ràdio	Ponts		CCMA
88.7	Catalunya Ràdio	Balaguer		CCMA
<b>89.3</b>	<b>iCat fm</b>	<b>Bellmunt d'Urgell</b>		<b>CCMA</b>
89.5	Catalunya Ràdio	Artesa de Segre		CCMA
<b>90.2</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Balaguer</b>		<b>CCMA</b>
91.2	Ràdio Artesa	Artesa de Segre	10	Municipal
93.0	iCat fm	Ponts		CCMA
93.7	Catalunya Música	Artesa de Segre		CCMA
95.7	Catalunya Informació	Artesa de Segre		CCMA
95.1	Catalunya Música	Ponts		CCMA
<b>96.2</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Bellmunt d'Urgell</b>		<b>CCMA</b>
97.5	iCat fm	Artesa de Segre		CCMA
97.9	Catalunya Informació	Ponts		CCMA
98.9	Catalunya Música	Balaguer		CCMA
99.4	Emun FM Albesa <sup>(1)</sup>	Albesa		Municipal
100.3	iCat fm	Balaguer		CCMA
101.9	Catalunya Informació	Balaguer		CCMA
<b>102.0</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Bellmunt d'Urgell</b>		<b>CCMA</b>
<b>103.8</b>	<b>Catalunya Informació</b>	<b>Bellmunt d'Urgell</b>		<b>CCMA</b>
107.1	Ràdio Ponts	Ponts	50	Municipal
107.2	Ràdio Alfarràs	Alfarràs	50	Municipal
107.4	Ràdio Balaguer	Balaguer	30 / 150	Municipal
107.6	Ràdio Foradada	Foradada	50	Municipal
107.7	Ràdio Vacalgorges	Menàrguens	50	Municipal
107.9	Vallfogona Ràdio	Vallfogona de Balaguer	50	Municipal

(1) Fa la programació conjunta d'Emun FM Ràdio amb les emissores municipals Ràdio Alguaire, Ràdio Rosselló i Ràdio Almenar.

PALLARS JUSSÀ

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
<b>88.1</b>	<b>COMRàdio</b>	<b>Tremp</b>		<b>COMRàdio</b>
89.8	Radio TeleTaxi	Tremp	400	RTT-RM
92.0	Catalunya Ràdio	Senterada		CCMA

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
93.2	iCat fm	Castell de Mur		CCMA
93.6	Catalunya Informació	Senterada		CCMA
95.8	SER Pallars	Tremp	400	SER
97.4	Catalunya Música	Castell de Mur		CCMA
97.5	iCat fm	Senterada		CCMA
<b>98.8</b>	<b>RAC 1</b>	<b>Tremp</b>	<b>400</b>	<b>RAC 1</b>
100.5	Catalunya Informació	Castell de Mur		CCMA
102.0	Catalunya Música	Senterada		CCMA
103.0	Catalunya Ràdio	Castell de Mur		CCMA
107.1	Emissora Municipal de la Pobla Segur	La Pobla de Segur	50	Municipal
107.4	Ràdio Tremp - La Veu de la Conca	Tremp	50	Municipal

#### PALLARS SOBIRÀ

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	Catalunya Informació	Soriguera	1.000	CCMA
88.6	Catalunya Música	Soriguera	1.000	CCMA
<b>89.6</b>	<b>Gum FM Pirineus</b>	<b>Sort</b>	<b>400</b>	<b>Gum FM</b>
<b>Adjudicada a Ràdio Terraferma de Lleida, SA (Segre Ràdio) serà Pròxima FM</b>				
<b>90.1</b>	<b>RAC 1</b>	<b>Sort</b>	<b>400</b>	<b>RAC 1</b>
90.6	Ràdio 4	Soriguera	20.000	RNE
<b>91.1</b>	<b>Radio TeleTaxi (1)</b>	<b>Sort</b>		<b>RTT-RM</b>
91.7	COMRàdio	Soriguera	400	COMRàdio
<b>94.5</b>	<b>Gum FM Pirineus</b>	<b>Sort Vall d'Àneu</b>	<b>200</b>	<b>Gum FM</b>
<b>Adjudicada a Llegeix, Escriu i Escolta, SL (La Mañana)</b>				
95.4	Catalunya Ràdio	Soriguera	1.000	CCMA
97.2	Radio 5 Todo Noticias	Soriguera	20.000	RNE
99.9	Radio 1 / RNE 1	Soriguera	20.000	RNE
103.6	Radio Clásica / RNE 2	Soriguera	20.000	RNE
105.5	iCat fm	Soriguera	1.000	CCMA
106.4	Radio 3 / RNE 3	Soriguera	20.000	RNE

(1) Abans dins del Pla Pilot sortia per 90.1 MHz. En aquesta freqüència emet sense concessió.

PLA D'URGELL

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
95.7	Ràdio Torregrossa	Torregrossa	50	Municipal
104.8	Xtreme FM	Linyola	50	Municipal
106.8	Ràdio Ponent (1)	Mollerussa	50	Municipal

(1) Municipal sota gestió privada.

SEGARRA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena

SEGRIÀ

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.5	Ponent FM	Lleida		Religiosa
87.9	Ràdio 4	Alpicat-Lleida	80.000	RNE
88.8	E. Parroquial de Llardecans	Llardecans		Religiosa
88.9	Catalunya Ràdio	Almacelles		CCMA
89.2	Radio Clásica / RNE 2	Alpicat-Lleida	80.000	RNE
89.7	Catalunya Ràdio	Almenar	200	CCMA
89.8	Radio TeleTaxi (1)	Alpicat	1.200	RTT-RM
90.3	RAC 1	Lleida	4.000	RAC 1
<b>90.6</b>	<b>Loca FM</b>	<b>Lleida</b>		<b>F. musical TS</b>
90.8	Aragón Radio	Alpicat		CARTV
90.8	Radio Ona One	Lleida		Penitenciària
91.1	Catalunya Ràdio	Puigdevall		CCMA
91.5	Ràdio Principat	Alpicat	4.000	Ràdio Estel
91.9	Catalunya Música	Alpicat	2.500	CCMA
92.6	40 Principales	Lleida	1.000	40 Principales
93.4	Segre Ràdio	Lleida	4.000	Grup Segre
93.7	Catalunya Música	Almacelles		CCMA
94.1	Onda Cero Lleida	Lleida	4.000	Onda Cero
94.6	Radio 1 / RNE 1	Alpicat-Lleida	80.000	RNE
<b>94.9</b>	<b>Energía FM</b>	<b>Lleida</b>		<b>Llatina</b>
95.2	Frequència Lleida	Lleida	500	COMRàdio

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
95.6	Catalunya Informació	Puigdevall		CCMA
96.0	Cadena 100	Lleida	4.000	Cadena 100
96.5	Emun FM, Alguaire (2)	Alguaire		Municipal
97.0	Catalunya Informació	Alpicat	2.500	CCMA
97.8	Radio 3 / RNE 3	Alpicat-Lleida	80.000	RNE
<b>98.1</b>	<b>Sonora FM</b>	<b>Lleida</b>		<b>F. musical TS</b>
98.4	RAC 105 (3)	Alpicat	1.200	RAC 105
99.2	ONA FM (4)	Lleida	1.200	ONA FM
99.0	Catalunya Música	Almenar	200	CCMA
<b>99.7</b>	<b>COPE Lleida</b>	<b>Lleida</b>	<b>4.000</b>	<b>COPE</b>
<b>Adjudicada a Uniprex SAU (Onda Cero Radio - Europa FM)</b>				
100.2	Onda Rambla - Punto Radio Lleida (5)	Lleida		Punto Radio
100.7	Catalunya Ràdio	Alpicat	5.000	CCMA
101.3	Cadena Dial Lleida	Lleida	4.000	Cadena Dial
<b>101.6</b>	<b>Radio María</b>	<b>Lleida</b>		<b>Religiosa</b>
101.7	Catalunya Informació	Almacelles		CCMA
101.8	Ràdio Alcoletge	Alcoletge	50	Municipal
102.2	M-80 Radio	Lleida	4.000	M-80 Radio
102.7	Europa FM	Lleida	4.000	Europa FM
103.0	iCat fm	Almenar		CCMA
103.0	Ràdio Golfà	Lleida	20	Ràdio lliure
103.1	iCat fm	Puigdevall		CCMA
103.2	iCat fm	Almacelles		CCMA
<b>103.6</b>	<b>Pròxima FM</b>	<b>Lleida</b>	<b>4.000</b>	<b>Grup Segre</b>
104.1	Flaix FM	Lleida	4.000	Grup Flaix
<b>104.5</b>	<b>Ràdio Lleida 2</b>	<b>Lleida</b>	<b>4.000</b>	<b>SER</b>
<b>Adjudicada a Grupo Simalro, SL</b>				
105.2	Catalunya Informació	Almenar	200	CCMA
105.2	Ràdio Flaixbac	Lleida	4.000	Grup Flaix
106.1	iCat fm	Alpicat		CCMA
<b>105.6</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Puigdevall</b>		<b>CCMA</b>
106.6	Radio 5 Todo Noticias	Alpicat-Lleida	80.000	RNE
107.0	Ràdio Pardinyes	Lleida		Cultural

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
107.1	Ràdio Corbins	Corbins	50	Municipal
107.2	Ràdio Alfarràs	Alfarràs		Municipal
107.2	Ràdio Torres de Segre	Torres de Segre	25	Municipal
107.5	Emun FM Rosselló (2)	Rosselló de Segrià	12	Municipal
107.7	Emun FM Almenar (2)	Almenar	10	Municipal
107.9	Alpicat Ràdio	Alpicat	10 / 20	Municipal
107.9	Ràdio Almacelles	Almacelles	50	Municipal

(1) Concessió a Tàrrega.

(2) Les emissores municipals Ràdio Alguaire, Ràdio Rosselló, Ràdio Almenar i Emun FM Albesa fan una programació pròpia sota el nom d'Emun FM Ràdio.

(3) Concessió a Miralcamp.

(4) Concessió a Cervera.

(5) Concessió a Balaguer.

#### SOLSONÈS

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.2	COMRàdio	Solsona	500	COMRàdio
89.0	Radio 1 / RNE 1	Solsona	1.000	RNE
89.7	Catalunya Música	Solsona	200	CCMA
93.1	iCat fm	Solsona		CCMA
93.7	Ràdio 4	Solsona	1.000	RNE
96.1	Catalunya Ràdio	Solsona	250	CCMA
101.3	Catalunya Informació	Solsona	250	CCMA
107.0	Ràdio Pinós	Pinós	50	Municipal
107.5	Solsona FM	Solsona	50	Municipal

#### URGELL

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
92.3	Ràdio Tàrraga	Tàrraga	50 / 180	Municipal
107.3	Ràdio Bellpuig	Bellpuig	10 / 80	Municipal
107.9	Ràdio Sió	Agramunt	50	Municipal

#### VALL D'ARAN

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	Catalunya Informació	Pic de l'Orri		CCMA
87.7	Radio Clásica / RNE 2	Baqueira	1.000	RNE

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
<b>88.2</b>	<b>Gum FM Pirineus</b>	<b>Bossòst</b>	<b>250</b>	<b>Gum FM</b>
<b>Adjudicada a SER, SA / Bossòst</b>				
<b>88.6</b>	<b>Catalunya Música</b>	<b>Pic de l'Orri</b>		<b>CCMA</b>
89.0	iCat fm	Portilló		CCMA
89.0	Radio 3 / RNE 3	Baqueira	1.000	RNE
89.5	Catalunya Ràdio	Vielha		CCMA
90.0	Radio 1 / RNE 1	Vielha	100	RNE
91.0	Ràdio Aran	Baqueira	1.200	Ràdio Aran
91.7	COMRàdio	Vielha	400	COMRàdio
92.2	Radio 1 / RNE 1	Baqueira	1.000	RNE
92.8	Catalunya Música	Baqueira	1.000	CCMA
93.3	Ràdio 4	Baqueira	1.000	RNE
93.9	Gum FM Pirineus	Vielha	1.200	Gum FM
94.4	Radio 1 / RNE 1	Bossòst	500	RNE
95.0	Catalunya Informació	Vielha		CCMA
<b>95.4</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Pic de l'Orri</b>		<b>CCMA</b>
96.2	Radio Clásica / RNE 2	Vielha	100	RNE
<b>97.2</b>	<b>Gum FM</b>	<b>Vielha</b>	<b>400</b>	
<b>Adjudicada a Ràdio Terraferma de Lleida SA (Segre Ràdio) serà Pròxima FM</b>				
97.6	Catalunya Ràdio	Baqueira	1.000	CCMA
<b>97.6</b>	<b>Catalunya Ràdio</b>	<b>Túnel de Viella</b>		<b>CCMA</b>
98.4	Catalunya Informació	Baqueira	1.000	CCMA
98.0	Catalunya Informació	Portilló	200	CCMA
<b>99.3</b>	<b>Onda Rambla - Punto Radio Lleida</b>	<b>Vielha</b>	<b>1.200</b>	<b>Punto Radio</b>
<b>Adjudicada a RKOR Ràdio SLU (Onda Cero Radio - Europa FM)</b>				
100.0	iCat fm	Vielha		CCMA
100.3	Ràdio Aran	Vielha		Ràdio Aran
100.5	Radio Clásica / RNE 2	Bossòst	500	RNE
101.2	Catalunya Música	Portilló	200	CCMA
102.3	Ràdio 4	Bossòst	500	RNE
102.6	Ràdio 4	Vielha	100	RNE
<b>103.0</b>	<b>Ràdio Aran</b>	<b>Vielha - Baqueira</b>	<b>400</b>	
<b>Adjudicada a Llegeix, Escriu i Escolta, SL (La Mañana)</b>				

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
103.4	iCat fm	Baqueira		CCMA
104.4	Radio 3 / RNE 3	Vielha	100	RNE
104.7	Catalunya Ràdio	Portilló	200	CCMA
105.2	Radio 3 / RNE 3	Bossòst	500	RNE
105.5	Catalunya Música	Vielha		CCMA
<b>105.5</b>	<b>iCat fm</b>	<b>Pic de l'Orri</b>		<b>CCMA</b>
<b>106.0</b>	<b>Ràdio Aran</b>	<b>Bossòst</b>	<b>250</b>	
<b>Adjudicada a Ens de Comunicacions, SL - Ràdio Principat</b>				
107.5	Ràdio Les	Les	50	Municipal

## TARRAGONA

### ALT CAMP

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.4	Catalunya Ràdio	Cabra del Camp		CCMA
95.0	Catalunya Música	Cabra del Camp		CCMA
98.1	Catalunya Informació	Cabra del Camp		CCMA
<b>101.8</b>	<b>Flaix FM (1)</b>	<b>Valls</b>	<b>1.000</b>	<b>Grup Flaix</b>
103.3	Ràdio Valls - RAC 105	Valls	400	RAC 105
104.9	iCat fm	Cabra del Camp		CCMA
107.0	R. Jove del Pla de Santa Maria	El Pla de Santa Maria	50	Municipal
107.1	Alcover Ràdio (2)	Alcover	50	Municipal
107.6	Ona Valls FM	Valls	150	Municipal
107.8	Ràdio Aiguamúrcia	Aiguamúrcia	50	Municipal

(1) La concessió és a Montblanc.

(2) Té assignada la freqüència de 107.3 MHz.

### BAIX CAMP

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
88.0	iCat fm	La Mussara	2.500	CCMA
88.8	Ràdio 4	La Mussara	40.000	RNE
<b>89.3</b>	<b>M-80 Radio Camp de Tarragona</b>	<b>La Mussara</b>	<b>4.000</b>	<b>M-80 Radio</b>
<b>Adjudicada a Radiocat XXI SLU (RAC 1 - RAC 105)</b>				



<b>Freqüència</b>	<b>Emissora</b>	<b>Població</b>	<b>Watts</b>	<b>Cadena</b>
89.7	Cadena 100 Reus	Reus	4.000	Cadena 100
90.0	Ràdio TV Cambrils	Cambrils	150	Municipal
90.4	Ràdio Flaixbac	La Mussara	4.000	Grup Flaix
91.5	Radio Clásica / RNE 2	La Mussara	40.000	RNE
91.8	Radio 5 Protecció Civil	Vandellòs	100	RNE
92.4	Cadena Dial Costa Daurada (1)	Reus - Salou	1.200	Cadena Dial
92.9	Radio TeleTaxi	La Mussara	4.000	RTT-RM
94.0	Radio 5 Todo Noticias	La Mussara	40.000	RNE
94.5	Radio 3 / RNE 3	La Mussara	40.000	RNE
98.6	Ona Riudoms	Riudoms	50	Municipal
99.8	Punt 6 Ràdio (2)	Reus	50	Cultural
100.2	Catalunya Ràdio	La Mussara	5.000	CCMA
100.6	Ràdio Estel	La Mussara	4.000	Ràdio Estel
101.4	40 Principales	Reus	4.000	40 Principales
102.7	Europa FM	La Mussara	4.000	Europa FM
104.5	Catalunya Informació	La Mussara	2.500	CCMA
105.4	Catalunya Música	La Mussara	5.000	CCMA
105.8	Freqüència Camp de Tarragona	La Mussara (3)	10	Municipal – COMRàdio
106.5	Radio 1 / RNE 1	La Mussara	40.000	RNE
107.5	Ràdio Jove Reus	Reus	250	Cultural
107.9	Ràdio L'Hospitalet de l'Infant	L'Hospitalet de l'Infant	50	Municipal

(1) També s'identifica com a Ràdio Salou.

(2) Correspon a la concessió municipal a Castellvell del Camp, sota gestió privada.

(3) Municipal de la Selva del Camp.

#### BAIX EBRE

<b>Freqüència</b>	<b>Emissora</b>	<b>Població</b>	<b>Watts</b>	<b>Cadena</b>
88.4	Catalunya Ràdio	Mont Caro	5.000	CCMA
89.1	Ràdio Flaixbac	Tortosa	1.000	Grup Flaix
90.1	Ràdio Estel	Mont Caro	1.000	Ràdio Estel
90.7	Ràdio 4	Mont Caro	30.000	RNE
93.2	Cadena Dial Ebre (1)	Tortosa	1200	Cadena Dial
94.2	RAC 105	Tortosa	1.000	RAC 105

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
95.7	ONA FM (2)	Tortosa	1.000	ONA FM
96.0	Antena Caro	Roquetes	50	Municipal
96.6	Radio Clásica / RNE 2	Mont Caro	30.000	RNE
<b>97.7</b>	Aragón Radio	Mont Caro		RTVAR
98.0	Onda Rambla - Punto Radio Tortosa	Tortosa	500	Punto Radio
98.5	Catalunya Informació	Mont Caro	2.500	CCMA
99.0	COMRàdio	Mont Caro	500	COMRàdio
99.6	Radio 3 / RNE 3	Mont Caro	30.000	RNE
101.9	Ràdio Ebre - Cadena SER	Tortosa	2.000	SER
102.5	Catalunya Música	Mont Caro	2.500	CCMA
102.9	Flaix FM Ebre	Deltebre Tortosa	1.000	Grup Flaix
103.3	Ràdio Tortosa	Tortosa	150	Municipal
<b>103.9</b>	<b>Imagina Ràdio</b>	<b>Tortosa</b>	<b>1.000</b>	<b>Imagina Ràdio</b>
104.3	Radio 1 / RNE 1	Mont Caro	30.000	RNE
104.6	Cam Ràdio	Camarles	50	Municipal
104.9	iCat fm	Mont Caro	2.500	CCMA
105.6	Ràdio Ebre - 40 Principales	Tortosa	2.000	40 Principales
<b>106.0</b>	<b>Radio TeleTaxi (3)</b>	<b>Tortosa</b>	<b>500</b>	<b>RTT-RM</b>
<b>106.4</b>	<b>Loca FM Ebre</b>			<b>F. musical TS</b>
106.7	Radio 5 Protecció Civil	El Perelló	50	RNE
107.0	Antena Aldaia	L'Aldea	50	Municipal
107.3	La Cala Ràdio	L'Ametlla de Mar	50	Municipal
107.6	Ràdio Delta	Deltebre	150	Municipal

(1) Concessió a Amposta.

(2) Concessió a Gandesa.

(3) Abans, dins del Pla Pilot, sortia per 103.9 Mhz. En aquesta freqüència emet sense concessió.

#### BAIX PENEDÈS

Freqüència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.7	iCat fm	El Vendrell	200	CCMA
88.5	Radio TeleTaxi	El Vendrell		RTT-RM
91.4	Maná Radio	El Vendrell		Religiosa
93.1	iCat fm	Pujalt		CCMA
93.8	Catalunya Informació	Pujalt		CCMA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
97.9	Catalunya Ràdio	Pujalt		CCMA
98.2	Catalunya Ràdio	El Vendrell	200	CCMA
99.7	Catalunya Informació	El Vendrell	200	CCMA
101.2	Ràdio Banyeres	Banyeres del Penedès	50	Municipal
104.0	ONA FM	El Vendrell	1.000	ONA FM
104.7	Ràdio Bellvei	Bellvei	50 / 2.000	Municipal
105.1	Catalunya Música	Pujalt		CCMA
105.9	Catalunya Música	El Vendrell	200	CCMA
106.8	Ràdio L'Arboç (1)	L'Arboç	50	Municipal
107.0	Ràdio Cunit	Cunit	50	Cultural
107.1	Ràdio El Vendrell	El Vendrell	150	Municipal
<b>107.6</b>	Ràdio Domenys	Sant Jaume dels Domenys		Municipal
107.9	Calafell Ràdio	Calafell	15 / 200	Municipal

(1) Té assignada la de 107.3 MHz.

#### CONCA DE BARBERÀ

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	COMRàdio	Montblanc	300	COMRàdio
90.5	iCat fm	Montblanc		CCMA
93.9	Catalunya Informació	Montblanc		CCMA
97.5	Catalunya Ràdio	Montblanc		CCMA
106.4	Catalunya Música	Montblanc		CCMA
107.0	Ràdio Montblanc	Montblanc	50	Municipal
107.4	L'Espluga FM Ràdio	L'Espluga de Francolí	50	Municipal
107.5	Ràdio Santa Coloma de Queralt	Santa Coloma de Queralt	50	Municipal

#### MONTSIÀ

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.8	Amposta Ràdio	Amposta	150 / 300	Municipal
95.0	Ràdio Ulldecona (1)	Ulldecona	4.000	Municipal
96.3	Ràdio Joventut a Masdenverge	Masdenverge	50 / 250	Municipal
100.6	La Plana Ràdio	Santa Bàrbara	50 / 250	Municipal
101.0	RAC 1	Sant Carles de la Ràpita	500	RAC 1

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
107.5	Alcanar Ràdio	Alcanar	20	Municipal
107.9	Ràdio Ràpita	Sant Carles de la Ràpita	150	Municipal

(1) Té el seu origen a l'antiga emissora ECS 22 Radio Costa Dorada de la Cadena Sindical que va passar a ser de RNE. Actualment és propietat de l'Ajuntament i té un conveni de col·laboració amb RNE.

#### PRIORAT

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
89.4	Catalunya Informació	Falset		CCMA
90.0	Catalunya Ràdio	Ulldemolins		CCMA
92.2	Catalunya Música	Falset	250	CCMA
93.8	Catalunya Ràdio	Falset	250	CCMA
95.5	Catalunya Informació	Ulldemolins		CCMA
99.8	iCat fm	Ulldemolins		CCMA
102.0	Catalunya Música	Ulldemolins		CCMA
104.9	iCat fm	Falset		CCMA
106.7	Ràdio La Vilella Alta	La Vilella Alta	50	Municipal
107.6	Ràdio Falset	Falset	50 / 500	Municipal

#### RIBERA D'EBRE

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.6	Ràdio Móra d'Ebre	Móra d'Ebre	1.200	SER
90.0	Catalunya Informació	Flix		CCMA
94.3	Catalunya Ràdio	Flix	200	CCMA
97.3	Catalunya Música	Flix	200	CCMA
99.9	Radio 5 Protecció Civil	La Torre de l'Espanyol	100	RNE
102.8	Radio 5 Protecció Civil	Móra la Nova	50	RNE
106.3	iCat fm	Flix	200	CCMA
107.3	Ràdio Móra la Nova	Móra la Nova	50	Municipal
107.4	Ràdio Flix	Flix	50	Municipal

#### TARRAGONÈS

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
87.5	Ona Pau	Tarragona		Religiosa
91.0	Onda Rambla - Punto Radio Tarragona	Tarragona	4.000	Punto Radio

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
91.3	Nova FM Tarragona	Tarragona		Lliure
92.1	Latina Estéreo	Tarragona		Llatina
93.5	COPE Tarragona	Tarragona	4.000	COPE
95.0	<b>Ràdio Costa Daurada</b>	Creixell		Cultural
95.3	Onda Cero Tarragona	Tarragona	4.000	Onda Cero
<b>95.9</b>	<b>Éxito Radio</b>	<b>Tarragona</b>		<b>Esotèrica</b>
<b>96.1</b>	Radio Olé Tarragona	Tarragona	4.000	Radio Olé
96.7	Tarragona Ràdio	Tarragona	500	Municipal
97.1	ONA FM	Tarragona	4.000	ONA FM
97.7	SER Tarragona (1)	Tarragona	500	SER
97.9	Constantí Radio	Constantí	35 / 40	Municipal
98.3	Ràdio Morell	El Morell	50	Municipal
<b>98.7</b>	<b>esRadio</b>	<b>Tarragona</b>		<b>esRadio</b>
99.2	RAC 1	Tarragona	4.000	RAC 1
101.0	Ràdio Sant Pere i Sant Pau	Tarragona		Barri
102.3	Ràdio La Canonja	La Canonja		Municipal
102.9	Bonavista Ràdio (2)	Tarragona		Barri
104.0	Antena Nord - Ràdio Sant Salvador	Sant Salvador		Municipal
105.1	Tot Música	Tarragona		F. musical TS
<b>106.8</b>	<b>Radio Intereconomía</b>	<b>Tarragona</b>		<b>Intereconomía</b>
107.0	Ona La Torre	Torredembarra	50	Municipal
107.4	Altafulla Ràdio	Altafulla	50	Municipal
107.7	Roda de Barà Ràdio (3)	Roda de Barà	50	Municipal
107.9	Ràdio FM	La Pobla de Mafumet	50	Municipal

(1) Concessió a Cambrils.

(2) Irregular.

(3) Fa connexions amb Punto Radio.

#### TERRA ALTA

Frequència	Emissora	Població	Watts	Cadena
107.1	Ràdio Batea	Batea	50	Municipal
107.2	Ràdio Fatarella	La Fatarella	50	Cultural
107.9	Ràdio Gandesa	Gandesa	50	Municipal

# CAPÍTOL II

## La programació radiofònica: Signes de permanència i estabilitat

Per **Maria Gutiérrez**, professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat I de la UAB

---

Per a la construcció de les graelles, les emissores radiofòniques generalistes, però també les temàtiques, han continuat utilitzant els mateixos paràmetres que en temporades anteriors. Encara que aquesta ha estat la tendència generalitzada, la proposta de Ràdio 4 *La ràdio dels sentits* i el projecte *Sindicada*, de COMRàdio, en l'àmbit de la comunicació local, han esdevingut les novetats més destacades.

---



La varietat de continguts i la cerca d'una audiència heterogènia són les principals característiques que defineixen la programació generalista, també coneguda com a *convencional*. De la mateixa manera que en informes anteriors, la informació que s'aporta està fonamentada en l'anàlisi de la incidència dels gèneres programàtics, dels formats i de les temàtiques tractades, i es destaquen les novetats més significatives de la temporada.

Atesa la complexitat de la programació generalista, les dades aportades són fruit de l'anàlisi a partir del gènere programàtic, del format i de la temàtica. En relació amb la terminologia utilitzada pel que fa a cadascun dels paràmetres que defineixen els trets característics de les graelles de programació, s'ha mantingut la d'informes anteriors.<sup>1</sup> Seguint els paràmetres de la tipologia de programació i l'abast de les seves emissions analògiques, la mostra d'emissores analitzades en l'àmbit de la programació generalista és la següent:

Amb programació d'abast català:

- Catalunya Ràdio
- COMRàdio
- RAC 1
- Ràdio 4

Amb programació en cadena i local:

- COPE OM i COPE FM
- Onda Cero OM i Onda Cero FM
- Onda Rambla - Punto Radio
- RADIO 1 / RNE1
- SER OM i SER FM

Pel que fa a la ràdio temàtica i local, l'anàlisi ha estat bàsicament exploratòria per confirmar les tendències apuntades en informes anteriors i detectar-ne de noves. En tots els casos, a banda de l'audiència, la informació disponi-

---

1. Una definició breu dels gèneres programàtics apareix recollida en informes anteriors. Les abreviatures també es mantenen i són les següents: IN (Informació), IN/EN (Infoentreteniment), ES (Esport), MU (Música), CU (Cultura), HU (Humor), PA (Participació), EN (Entreteniment), RE (Religió), CO (Concurs), NF (Infantil) i el nou JU (Juvenil), adreçat a aquest *target*.

ble als *sites* corporatius i a publicacions del sector ha estat fonamental.

## 1. L'oferta generalista de les ràdios catalanes

Enguany les novetats més destacades són patrimoni de la ràdio pública i responen a raons de diferent índole. Sens dubte, per les seves implicacions, és obligat ressaltar en primer lloc la remodelació programàtica de Ràdio 4. Els esdeveniments que l'han envoltada les darreres temporades han influït en el disseny d'una nova proposta programàtica anomenada *La ràdio dels sentits*. Sota aquest títol, es gestionen continguts de caire informatiu, però també d'entreteniment, que s'emeten al llarg del matí i de la tarda, i que esdevenen musicals a la matinada. Aquesta aposta ha provocat la desaparició de programes clàssics a l'antena de l'emissora i la reconversió d'altres en seccions de *La ràdio dels sentits*. La graella s'ha complementat amb butlletins i serveis de notícies.

Els canvis al *prime time* de Catalunya Ràdio i de COMRàdio figuren en segon lloc. La incorporació de Neus Bonet a la direcció d'*El matí de Catalunya Ràdio*, programa líder d'audiència a Catalunya, com a conseqüència de la marxa d'Antoni Bassas, ha afectat també l'estructura del programa, que ha escurçat la seva durada i ha reforçat l'última hora del programa amb un tractament més informatiu. Aquesta estratègia ha possibilitat avançar una hora l'inici de *Problemes domèstics* i també augmentar la seva presència diària amb dues hores d'emissió. Per la seva banda, COMRàdio ha estrenat *El dia a la COM*, dirigit i presentat per Jordi Duran, que substitueix amb només una temporada l'emissió de *COM t'ho diria*. Aquest nou programa recupera la fórmula de vincular els continguts del matí sota un únic títol amb la peculiaritat que, al punt de les 12 hores, Jordi Duran és substituït per Albert Vico.

Pel que fa a la ràdio privada, a RAC 1 l'estabilitat és el signe més destacat també durant la temporada 2008-2009. Encara que s'ha detectat la incorporació de l'Entreteniment, la incidència dels tres principals gèneres que actuen com a fonaments de la seva oferta s'ha mantingut en termes similars a la d'altres temporades.



De nou, cal recordar que, moltes vegades, les alteracions en la presència dels gèneres programàtics a les graelles no sempre són conseqüència de l'estrena de nous títols. A vegades, la modificació d'alguns paràmetres com ara la durada, l'estructura o l'enfocament dels continguts nés la raó principal. Així, l'augment de la Informació a RAC 1 és, en part, l'efecte d'un tractament més informatiu del programa *Misteris*, abans Infoentreteniment. Similar és la situació a Catalunya Ràdio, on el canvi de gènere d'*Eduqueu les criatures*, abans Informació, ha influït en l'augment de l'Infoentreteniment. Més significativa ha estat la reconversió en programa informatiu sobre educació i família de *Com viure en un galliner*, de COMRàdio, com a conseqüència d'un canvi d'estratègia que ha suposat la desaparició del gènere Infantil en el conjunt de l'oferta generalista catalana. Altres vegades, la transformació d'un programa en secció d'un altre també altera la presència d'un gènere. Aquest és el cas de Ràdio 4, on el projecte *La ràdio dels sentits* ha integrat alguns programes, com ara *Efectes positius* i *L'observatori*, en forma de secció. Aquesta alternativa ha influït en el descens d'Informació.

---

*Amb el projecte La ràdio dels sentits, Ràdio 4 busca crear una marca identitària*

---

Durant la temporada 2008-2009, a banda de les implicacions que aquests canvis han tingut en les graelles corresponents, en termes generals, l'oferta generalista de les ràdios catalanes mostra les característiques següents:

- La ràdio pública, representada per Catalunya Ràdio i COMRàdio, ha reforçat la presència dels gèneres Informació, Infoentreteniment i Esport a les seves graelles, fet que ha suposat assolir un 79,8% a Catalunya Ràdio (increment de 15,1 punts percentuals) i 70% a COMRàdio (2,8 punts percentuals d'augment). Aquesta estratègia ha minvat la distància entre Catalunya Ràdio i la privada RAC 1, que ha mantingut el seu percentatge en 81,6%.
- L'Infoentreteniment esdevé el gènere que més ha ampliat la seva presència en el conjunt de la programació generalista. En primer lloc, ha recuperat el seu lideratge a la franja de tarda com a conseqüència de l'estrena d'*Hem de parlar* a Catalunya Ràdio. En segon lloc, el projecte *La ràdio dels sentits* a Ràdio 4 ha impulsat l'emissió del gènere en detriment de la Informació.
- Tot i que l'Humor només és present a l'oferta de Catalunya Ràdio i RAC 1, el fet que s'emeti en competència directa fa necessari comentar el descens que presenta a totes dues graelles. En el cas de la privada,

**Taula 1.** Disseny de la programació en relació amb el gènere programàtic (temporades 2007-2009)

	Catalunya Ràdio		COMRàdio		RAC 1		Ràdio 4	
	2007-2008	2008-2009	2007-2008	2008-2009	2007-2008	2008-2009	2007-2008	2008-2009
IN	37	37,7	41	40,6	22,9	25,2	26,8	19,2
IN/EN	11,5	26,2	19,7	22,4	31,6	29,3	7,9	29,9
ES	16,7	15,9	6,5	7	27,1	27,1	-	-
MU	2,4	3,0	7,7	7,6	-	-	60,8	49,2
CU	3	3,9	10,9	6,6	-	-	4,5	1,7
HU	6	2,7	-	-	11,2	5,5	-	-
PA	13,7	5,5	10,9	15,8	7,2	7,2	-	-
CO	1,2	2,7	2,8	-	-	-	-	-
EN	8,2	2,2	-	-	-	5,7	-	-
RE	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-
NF	-	-	0,5	-	-	-	-	-

Dades: Percentatge sobre el total setmanal de cada emissora.  
Font: Elaboració pròpia.

obeeix a la disgregació de *Minoria absoluta* en dos programes d'una hora cadascun. El primer conserva el nom i el gènere, mentre que el segon adopta el nom de *La segona hora* i el gènere passa a Entreteniment. Pel que fa a la pública, *Problemes domèstics*, com que avança l'inici d'emissió i incrementa la seva durada, ha optat per combinar continguts humorístics i d'infoentreteniment sota un mateix títol, però separats pels senyals horaris.

- La redifusió apareix com una opció més a l'hora de dissenyar la graella a la ràdio pública. Fins aquesta temporada, la repetició de l'emissió se circumscriu a alguns programes de curta durada que complementaven la franja de matinada dels caps de setmana. Aquesta temporada, Catalunya Ràdio estrena a les matinades dels dies feiners *El navegant*, un muntatge radiofònic que presenta els millors i més divertits moments de l'emissió. Amb aquesta estratègia, dedica un 9,8% sobre el total de la seva programació a la redifusió. A més, apareix en forma de secció a diferents programes (magazins de matí i tarda). És evident que aquest percentatge encara és lluny del 23,9% de RAC 1, que destina les matinades i les tardes, els vespres i les nits del cap de setmana a la repetició dels programes més destacats. El reciclatge de continguts, ja sigui en forma de repetició total o de muntatge, participa en la contenció de la despesa en producció.

Pel que fa als gèneres de menor impacte a les graelles de programació, es mantenen nivells de presència baixos. Potser un tret característic de la ràdio catalana és que cada emissora opta per estratègies diferents de selecció de gènere i índex d'incidència.

### 1.1. L'ascens de l'Infoentreteniment

A grans trets, aquest és el gènere que més ha incrementat la seva presència a la ràdio generalista catalana. Ja s'han explicat alguns dels factors que han afavorit aquesta tendència, com és el canvi d'estructura de l'oferta a Ràdio 4 i el retorn del gènere a les tardes de Catalunya Ràdio, entre d'altres. Naturalment, aquestes estratègies també han provocat l'augment els dies feiners de la presència del magazín, format a partir del qual es gestionen la majoria dels programes d'Infoentreteniment. Així, de dilluns a divendres, el magazín de tarda és el que assoleix un major índex en relació amb altres modalitats ubicades en altres franges horàries.

Ara bé, des de la perspectiva qualitativa, la temporada 2008-2009 presenta una novetat interessant pel que fa a les temàtiques abordades. La tendència a gestionar

programes de llarga durada a partir de l'Infoentreteniment havia suposat l'assumpció de variat com a categoria temàtica pròpia del gènere. Enguany, n'apareixen de noves, totes ubicades a la ràdio pública. Catalunya Ràdio estrena l'autopromoció amb *El visitant*, i la relació de pares i fills amb *Eduqueu les criatures*, aquesta última fruit d'un canvi de gènere, abans Informació, mentre que continua emetent gastronomia amb *Tapies variades*. Ràdio 4, per la seva banda, inaugura la categoria immigració, tolerància i convivència amb *Cel obert*, els vespres dels dies feiners. A cadascuna d'aquestes propostes, l'estil més desenfadat de la seva conducció esdevé una fórmula per aproximar-se més a l'audiència i fer-la particip dels continguts.

### 1.2. Més Informació els dies feiners i menys el cap de setmana

COMRàdio continua sent l'emissora amb un major percentatge de programes informatius (40,6%), seguida de Catalunya Ràdio (37,7%). De fet, a excepció de Ràdio 4, amb un descens de 7,6 punts percentuals, els valors del gènere continuen evidenciant pocs canvis, almenys, en termes quantitativs.

Des d'un vessant més qualitatiu, s'observa que els continguts informatius continuen mantenint una major presència els dies feiners, amb una preferència significativa pels continguts d'actualitat, que el cap de setmana, període en què la informació especialitzada pot arribar a superar els índexs de la informació d'actualitat. Aquest és el cas de COMRàdio (19,2%) i Ràdio 4 (6,8%).

En la línia de les temàtiques especialitzades, cal destacar la desaparició dels dies feiners de salut, dona, energia i medi ambient, pròpies de l'oferta de Ràdio 4, i del cap de setmana, de viatges, de COMRàdio. Per contra, se n'han incorporat de noves, com ara solidaritat, amb *Solidaris*, a Catalunya Ràdio, i tercera edat, amb *Gent gran*, a Ràdio 4, totes dues el cap de setmana. També cal destacar l'impuls que Catalunya Ràdio dóna a la ciència i la tecnologia incorporant a la programació habitual *Generació digital*, un programa que en temporades anteriors només s'emetia els festius intersetmanals.

Els dies feiners la franja horària amb major concentració de programes de caràcter informatiu continua sent el matí (de 06.00 a 13.00 hores), que aquesta temporada presenta novetats destacades tal com s'ha comentat prèviament. Destaquen Catalunya Ràdio i RAC 1, amb un 60,7% sobre el total de la franja, seguides de COMRàdio, amb un 50,2%, i Ràdio 4, amb un 45%. Ara bé, l'índex mitjà més alt de presència del gènere s'assoleix entre les 20.00 i les 24.00, moment en què les públiques Catalunya Ràdio

(75%) i COMRàdio (77%) presenten els percentatges més alts de la jornada, seguides de la privada RAC 1 (52,1%). L'excepció és Ràdio 4 que, amb un 3,7%, es desmarca de la tendència general. Ambdues franges continuen mostrant signes d'alta competitivitat. Cal ressaltar que aquests valors són fonamentalment el resultat de l'emissió de programes informatius d'actualitat.

Pel que fa al cap de setmana, la combinació de l'actualitat amb altres especialitzacions informatives és la raó

principal per la qual la franja del migdia (de 13.00 a 16.00 hores) lidera el rànquing de presència informativa. Encara que és el moment en què totes les emissores presenten el seu índex de presència més alt, es detecta una estratègia programàtica diferent entre les públiques i la privada. COMRàdio és líder, amb un 83,3% sobre el total de la franja, seguida de Catalunya Ràdio, amb un 73,6%, Ràdio 4, amb un 67,5% i, a una distància significativa, RAC 1, amb un 13,9%.

**Taula 2.** La informació especialitzada: els dies feiners (temporada 2008-2009)

	Actualitat	Temàtiques especialitzades pròpies	
		D'altres temporades	Novetat
Catalunya Ràdio	35,4 (=)	Variat: 3,8 (=) Autoajuda: 3,8 (=) Història: 0,8 (=)	-
COMRàdio	38,9 (=)	Humanitari: (-1,8)	Escola: 1,7
RAC 1	29,9 (=)	-	Ciències ocultes: 1,5
Ràdio 4	20 (+2)	Universitat: 0,8 (=) Comunicació audiovisual: 0,8 (=)	-

Dades: Percentatge sobre la programació total de dilluns a divendres.  
() Diferència en punts percentuals respecte de la temporada 2007-2008.  
(=) Indica que es manté el mateix índex.  
Font: Elaboració pròpia.

**Taula 3.** La informació especialitzada: el cap de setmana (temporada 2008-2009)

	Actualitat	Ciència i Tecnologia	Història	Temàtiques especialitzades pròpies	
				D'altres Temporades	Novetat
Catalunya Ràdio	10,7 (+0,5)	5,7 (+3,8)	1,9 (=)	Entrevista Personal: 2	Solidaritat: 1,9
COMRàdio	15,1 (+1,1)	5,7 (-1,9)	1,9 (-0,1)	Gastronomia: 3,8 (=)	Medi ambient: 1,9 Educació: 3,9 Personal: 1 Municipi: 1,9
RAC 1	5,5 (=)	-	-	-	Ciències ocultes: 4
Ràdio 4	5,9 (-0,4)	-	-	Política: 1 (=) Comunicació audiovisual: 3,9 (=)	Gent gran: 1,9

Dades: Percentatge sobre la programació total del cap de setmana.  
() Diferència en punts percentuals respecte de la temporada 2007-2008.  
(=) Indica que es manté el mateix índex.  
Font: Elaboració pròpia.

### 1. 3. L'Esport: màxima concentració a la matinada i al cap de setmana

L'estabilitat és el tret més característic del gènere Esport, si s'atén als seus índexs de presència en el conjunt de les graelles, ja que les variacions són mínimes en relació amb la temporada anterior. A més, es mantenen estratègies com ara la concentració de continguts esportius el cap de setmana, la interrupció de la programació habitual davant d'un partit els dies feiners i la primacia del futbol com a especialitat més tractada.

Tot i així, des d'una perspectiva més qualitativa, s'apunten unes tendències que mereixen una atenció especial:

- La ràdio privada RAC 1 continua liderant el rànquing de continguts esportius de la ràdio generalista catalana entre els quals cal incloure la redifusió a la matinada del magazín *Tu diràs* al llarg de la setmana.
- La competitivitat directa diària entre les 23.00 i la 01.00 hores que es produeix entre RAC 1 i Catalunya Ràdio s'ha reduït, en part com a conseqüència de la desaparició, en aquesta última, de l'edició de dilluns d'*Els millors anys de la nostra vida*, tot i que continua sent alta. A més, la ràdio pública ha retallat deu minuts la durada de les edicions migdia del programa del cap de setmana *Tot gira*. Aquestes accions han servit per minvar la incidència del gènere a la programació de Catalunya Ràdio, però també per incrementar la distància (0,8 punts percentuals) en termes de volum d'oferta entre aquesta i RAC 1.
- La desaparició d'*Ara esports* a COMRàdio ha deixat Catalunya Ràdio i RAC 1 com les úniques emissores que emeten esport entre les 19.00 i les 21.00 hores. Ara bé, mentre Catalunya Ràdio ofereix una edició de vint minuts de *l'Esport al punt*, RAC 1 manté el magazín *Primer toc*, que ocupa ambdues hores.
- De totes tres emissores, COMRàdio és la que més novetats ha incorporat a la seva graella. Pel que fa als dies feiners, ha apostat per concentrar la seva oferta en un únic programa *Què has dinat?* (amb Sergi Mas), que tal com es pot deduir pel títol s'emet al migdia. A més, amb aquesta proposta trenca la tendència de tractar en format de servei principal de notícies els esports en aquest punt del dia. El cap de setmana, l'emissora ha reforçat la incidència del gènere, substituint *Ara esports* per *COM Esports* competició, de durada més llarga.

---

*S'amplia al migdia la incidència dels programes esportius d'autor en el conjunt de l'oferta*

---

### 1. 4. La música i la cultura, un reducte de la ràdio pública catalana

L'associació entre ambdós gèneres i la ràdio pública catalana sembla que està consolidada. En termes generals, l'anàlisi permet observar, d'una banda, el descens de la presència de tots dos gèneres, major en el cas de la Música (3,7 punts percentuals) que en el de la Cultura (2 punts), i de l'altra, una tendència a concentrar aquestes produccions el cap de setmana. Òbviament, les estratègies aplicades han estat diferents a cada emissora, i és Catalunya Ràdio la que presenta símptomes de continuïtat. Cal avançar que la competència directa no és un tret característic que es detecti en relació amb aquests dos gèneres.

A Ràdio 4, la caiguda de la presència del gènere Música (17,9 punts percentuals els dies feiners) ha estat una conseqüència de la posada en marxa del projecte *La ràdio dels sentits*. Tot i així, Ràdio 4 continua sent l'emissora que ofereix més continguts musicals.

Si bé ha mantingut alguns títols emblemàtics, com ara *La taverna del llop*, *Pachamama*, *Material sensible*, després de reajustar els paràmetres horari, freqüència i durada, també n'ha estrenat de nous, com ara el diari *Oberts a la música* (músiques del món) i els setmanals *Tradicionari* (música popular) i *Cobla* (sardana). Aquestes dues últimes novetats han reforçat (4,3 punts) la presència dels continguts musicals el cap de setmana.

COMRàdio ha minvat la seva oferta els dies feiners (3 punts), mentre que ha incrementat la del cap de setmana (7,3 punts). En aquest sentit, el més destacable és l'impuls a la música actual catalana amb les estrenes de *Catsons* i *Música.cat*, una producció de Ràdio Manlleu, i l'ampliació de la durada de *L'altra cara de la lluna*. Aquesta actuació ha afectat el ventall d'estils musicals, ja que han desaparegut el tango (*Milongueando*), la clàssica (*Tutto Demestres*), la cançó catalana (*Setze jutges després*) i la variada (*Bona lluna*), encara que s'han mantingut el jazz (*Jazz FM*), la cançó francesa (*Boulevard*) i la combinació de música i poesia (*Calidoscopi*).

---

*COMRàdio reforça la programació de la música catalana*

---

Aquesta temporada, les estratègies programàtiques que han desenvolupat les tres emissores públiques en relació amb la Cultura accentuen les tendències apuntades en temporades passades, com ara la concentració dels continguts culturals a l'oferta del cap de setmana i ubicats a les graelles en segments horaris residuals. L'excepció és COMRàdio, que manté els dies feiners l'agenda *Icult.COM*,

després de la transformació en secció de l'emblemàtic *Nautilius* a Ràdio 4. La seva desaparició suposa, a més, la supressió de l'abordatge de temàtiques culturals més alternatives. Pel que fa a Catalunya Ràdio, l'oferta es manté amb els mateixos paràmetres de la temporada passada.

Des d'una perspectiva més qualitativa, les temàtiques del gènere Cultura que assoleixen major presència són l'agenda d'actualitat i el cinema, presents a la majoria de les emissores. Cal destacar que COMRàdio continua mantenint en antena *Mes enllà de la vinyeta*, especialitzat en còmic, i Ràdio 4 continua mantenint *Fes ta festa*, sobre cultura popular.

## 2. L'oferta de les ràdios amb programació estatal i programació local

Aquestes ràdios continuen apostant pels gèneres Informació, Infoentreteniment i Esport com a fonaments del disseny de les seves graelles. A banda d'algunes alteracions d'índole menor, tots tres gèneres mantenen majoritàriament una presència força similar a la de la temporada anterior. L'única singularitat que cal apuntar és el desplaçament de l'Esport per la Participació, per només 0,3 punts percentuals, com a tercer gènere a COPE FM.

En termes generals, l'estabilitat esdevé de nou el millor terme per definir la programació de les ràdios generalistes amb programació estatal i local. Ara bé, una anàlisi més incisiva permet detectar unes tendències que, a la llarga, poden introduir factors de canvi. Encara que la seva incidència en termes percentuals sigui menor, perquè afecten els anomenats gèneres menors, mereixen ser destacades per la seva dimensió qualitativa.

Pel que fa a Entreteniment, incrementa en 1,7 punts percentuals la seva presència en el conjunt de l'oferta, tot i que ha desaparegut de COPE FM.<sup>2</sup> Continua sent present a Onda Cero FM (16,8% sobre el total de la seva programació) i a Onda Rambla - Punto Radio (2,2%), i s'estrena a Radio 1 / RNE1 (4,7%). La majoria de títols que representen el gènere Entreteniment es produeixen a Catalunya, a excepció de *Treintaytanto* (Radio 1 / RNE1). Ara bé, no tots pertanyen a l'àmbit de l'emissió local, ja que en el cas de la ràdio pública *Afectos matinales* (Radio 1 / RNE1) es difon en cadena. El factor que més ha influït en l'augment d'Entreteniment ha estat la permuta de gènere d'alguns programes, en antena la temporada passada. Aquest és el cas de *No són hores* (Onda Cero FM), *Afectos matinales* (Radio 1 / RNE1), ambdós s'emeten de matinada, i *La ciutat*

*de tots, som com vulguis* (Onda Rambla - Punto Radio), de dilluns a dijous els dies feiners. De fet, l'única novetat com a títol és el magazín *Treintaytanto* (Radio 1 / RNE1), conduït i dirigit per tres dones que opinen i especulen d'una manera divertida entorn de la relació entre sexes la matinalada de diumenge a dilluns.

L'oferta de Cultura també s'amplia, encara que l'ascens en termes percentuals és quasi inapreciable, només un 0,3 punts. Ara bé, des d'una perspectiva qualitativa, cal ressaltar l'estrena a la ràdio pública de *La estación azul*, una proposta centrada en la poesia i la literatura, que inaugura la presència d'aquesta temàtica en la programació en cadena, ja que en l'àmbit local l'audiència catalana, des de fa unes temporades, sintonitza *Punt de llibre* (SER FM). A més, Onda Cero FM posa en antena *L'agenda*, una novetat que reforça l'àrea de la promoció i recomanacions per al cap de setmana. Pel que fa a la freqüència d'emissió i periodicitat, la majoria de programes culturals continuen sent setmanals i, en general, s'emeten dissabte o diumenge, amb l'única excepció de *Ojo crítico* (Radio 1 / RNE1).

Algunes emissores han reforçat la seva oferta de Participació, a partir d'uns programes que generalment se situen a la franja de matinada. Si es fa una distinció per àmbit de difusió, Onda Cero OM ha substituït *A ver si te atreves* per *La parroquia del monaguillo*, una proposta destinada al divertiment de l'audiència que hi participa i també de la que escolta. SER OM continua mantenint en antena *Hablar por hablar*. Pel que fa la programació en cadena, les qüestions personals regeixen la majoria de programes que configuren aquesta oferta, encapçalada per *Momentos* (COPE FM), que ha incrementat en trenta minuts les seves edicions, i *Parlar per parlar* (SER FM), que ara també s'emeten un dia del cap de setmana. Ambdós competeixen de manera directa entre la 01.30 i les 04.00 hores de les matinades de dilluns a dissabte. Ara bé, la manera d'abordar la intimitat que els oients participants exposen difereix. Mentre que a *Momentos* el conductor i presentador (Luis Rodríguez) es posiciona davant la situació plantejada a partir de preguntes i opinions, a *Parlar per parlar* (Raquel Aturia) són els oients els que interactuen i donen consells. En aquest cas, la presentadora compleix el paper de conductora. Sobre les vies de participació, la més explotada continua sent la telefònica, encara que el correu electrònic i el xat es consoliden.

La ràdio generalista continua sense sentir-se interessada per la programació del gènere Música, tal com ja s'ha comentat en informes anteriors. De fet, també la temporada 2008-2009 l'única emissora que manté el seu índex percentual és COPE OM, que actua d'antena de Rock & Gol en les mateixes condicions que la temporada passada. Aquesta oferta en format radiofórmula la complementa

2. Enguany, l'emissora ha deixat d'emetre *L'hora d'Odette*, emblemàtica conductora de programes que va morir el 21 de febrer de 2010.

**Taula 4.** Classificació dels principals gèneres a les programacions generalistes de les ràdios estatals (temporada 2008-2009)

	Informació		Infoentreteniment		Esport	
	2007-2008	2008-2009	2007-2008	2008-2009	2007-2008	2008-2009
COPE OM	32,4	33,7	22	20,7	27,3	27,3
COPE FM	46,3	45	20,6	21,2	15,9	15,4
ONDA CERO OM	43,4	42,2	32,2	31,5	16,7	16,6
ONDA CERO FM	41	35,7	30	29,8	16,6	16,8
ONDA RAMBLA - PUNTO RADIO	39,7	41,1	37,4	40	13,8	14,9
RADIO 1 / RNE 1	44	46,7	34	27	10,5	11
CADENA SER OM	40,7	40,8	32,7	32,1	16,7	16,1
CADENA SER FM	39,1	36,9	33,8	36,5	16,7	14,6

Dades: Percentatge sobre el total setmanal de cada emissora.  
Font: Elaboració pròpia.

amb *Caminos del Sur*, la matinada de dissabte, que aborda el jazz i el blues més clàssics.

Radio 1 / RNE1 ha aplicat una estratègia que, en termes quantitius, li ha suposat una reducció de 1,4 punts percentuals i, en termes qualitius, el tractament de la Música des d'altres formats. De la programació dels dies feiners ha desaparegut l'emblemàtic *Clásicos populares*, que ha estat substituït per *Música en marcha*, també centrat en

la música clàssica, però sense l'esperit de divulgació que caracteritzava el seu predecessor. També s'ha deixat d'emetre *La madriguera* (rock i pop), estratègia que ha reduït la incidència del gènere en el conjunt de l'oferta els dies feiners. Pel que fa a les matinades del cap de setmana, la pública ha estrenat *Abierto hasta las dos*, una fórmula que barreja música en directe i entrevistes. Per la seva banda, Onda Rambla - Punto Radio, la tercera emissora que reserva un espai a la

**Taula 5.** Classificació dels gèneres minoritaris a les programacions generalistes de les ràdios estatals (temporada 2007-2008)

	CU	PA	HU	MU	EN	RE	JU
COPE OM	1,3	-	-	13,3	-	3,7	
COPE FM	-	15,7	-	-		2,7	
ONDA CERO OM	-	9,7	-	-	-	-	
ONDA CERO FM	1,1		-	-	16,8	-	
ONDA RAMBLA - PUNTO RADIO	0,5	0,5	-	0,5	2,2	-	0,3
RADIO 1 / RNE 1	4,5	-	-	4,8	4,7	1,3	
CADENA SER OM	2,5	6,7	1,5	-	-	-	
CADENA SER FM	1,9	8,6	1,5	-	-	-	

Dades: Percentatge sobre el total setmanal de cada emissora.  
Font: Elaboració pròpia.

seva graella per a la Música, també ha reduït la presència del gènere, ja que ha eliminat *Punto Música Ràdio*.

Aquesta temporada, les innovacions més destacades pel que fa al gènere es localitzen a la programació local. Així, cal ressaltar la irrupció de Juvenil (0,3% sobre el total de la programació) com a conseqüència de l'estrena de *Criteri jove* a Onda Rambla - Punto Radio, que versa sobre iniciatives i projectes iniciats per aquest sector de la població.

La desconexió local assoleix una mitja del 22,6% sobre el total de la programació, 2,4 punts percentuals més que a la temporada passada, fruit de l'impuls donat a Onda Cero FM i SER FM. La primera ha incrementat (7,6 punts percentuals) l'oferta local perquè ha alliberat de la programació en cadena la primera hora dels matins de cap de setmana, per emetre dues noves propostes: *El millor de la setmana* i *L'agenda*. A més, ha estrenat *Freqüència single* la matinada del cap de setmana i ha estès a tota la setmana el programa de matinada *No són bores*. Més rellevant ha estat l'augment percentual (13,9 punts) de la programació local a SER FM, per corregir així la davallada detectada la temporada passada. Aquesta estratègia ha beneficiat, sobretot, la matinada del cap de setmana que, d'una banda, ha estrenat *Qualsevol dia pot sortir el sol*, i de l'altra, ha incorporat el dissabte una edició de *Parlar per parlar*, que la temporada passada només s'emetia els dies feiners. També el reforçament de les emissions locals ha possibilitat l'estrena d'*Hora 25 de l'economia*, un programa d'informació especialitzada que es pot sintonitzar els dies feiners. Pel que fa a temàtiques, el nou *Freqüència single* (Onda Cero FM) ha incrementat la presència de *Single*, la temporada passada únicament representat per *La vida en singular* a Onda Rambla - Punto Radio.

Un tret característic de la programació local és la incidència de la publicitat i el patrocini sobre els seus continguts. Tot i que aquesta tendència no es manifesta de la mateixa manera a totes les emissores i programes, el cert és que esdevé un factor d'identificació d'aquest tipus d'emissions. S'ha detectat el cas de programes que varien l'eix temàtic de les seves edicions, de dilluns a divendres, segons el sector econòmic al qual pertany el patrocinador, com per exemple un centre mèdic,<sup>3</sup> un bufet d'advocats, etc. Quan és així, algun responsable de l'empresa en qüestió esdevé col·laborador que informa i/o admet consultes per antena sobre la seva especialització. Altres vegades, pot participar a les tertúlies com un convidat més. És indubtable que es produeix una simbiosi entre la informació i la publicitat

3. M. GUTIÉRREZ i A. HUERTAS, *Presència i tractament del contingut sobre la salut en la programació de la ràdio generalista* [en línia]. Recerca finançada pel CAC, 2005. Disponible a: <<http://www.cac.cat/web/recerca/estudis/llistat.jsp?MjU%3D&MQ%3D%3D&L3dIY19yZWNLcmNhL2VzdHVkaXMvbGxpc3RhbnRlbnQ%3D>>.

que, a priori, acostuma a beneficiar poc la programació local en termes de qualitat informativa.

## 2.1. L'aposta pels continguts informatius

En termes generals, l'estabilitat és potser el tret més característic que defineix la presència d'Informació a la majoria de les graelles. El gènere manté el seu lideratge els dies feiners, posició que deixa a Esport el cap de setmana, amb l'excepció d'Onda Cero OM i Radio 1 / RNE1. Mentre que la primera repeteix l'estratègia de la temporada passada, en la qual era l'única emissora que col·locava Informació com a primer gènere el cap de setmana, la segona ha optat per aplicar un increment global de 8 punts percentuals, acció que li ha permès situar-lo a la capçalera de la programació del cap de setmana. Tot i així, en aquest període la seva incidència ha descendit en 2,9 punts percentuals, motivada en bona part per les dràstiques rebaixes detectades a Onda Cero FM (17 punts) i SER FM (10,4 punts). Així, totes mantenen a les seves graelles els programes que lideren el *prime time* temporada rere temporada: *La mañana* (COPE), *Herrera en la onda* (Onda Cero), *Protagonistas* (Onda Rambla - Punto Radio), *En días como hoy* (Radio 1 / RNE1) i *Hoy por hoy* (SER).

Malgrat el caràcter immutable de la majoria de les dades, l'anàlisi revela la consolidació d'algunes tendències com ara:

- La simbiosi els dies feiners entre el gènere i la franja horària de 20.00 a 24.00 hores, que s'ha convertit en el moment més informatiu del dia, amb l'excepció de COPE OM en tant que és altaveu de Rock & Gol. De fet, la majoria de les emissores compten amb un únic programa que a *modus* de magazín contenidor resumeix i aprofundeix sobre els esdeveniments més rellevants del dia, com ara *La linterna* (COPE FM) i *La brújula* (Onda Cero OM). A aquesta estratègia, s'hi ha afegit la Cadena SER, que ha eliminat *Hora 20* i consegüentment ha ampliat la durada d'*Hora 25*, i Radio 1 / RNE1, que ha fet el mateix i ha suprimit *Diario de la tarde* en benefici de *24 Horas*. De vegades, aquests programes poden interrompre's, no més enllà d'una hora, per emetre continguts gestionats des d'altres gèneres, com ara Radio 1 / RNE1 i SER OM o per donar pas a la programació local també informativa, tal com passa a Onda Cero FM, Onda Rambla - Punto Radio i SER FM. Ara bé, una de les innovacions més destacades de la temporada es troba a la Cadena SER que, en el marc del nou *Hora 25*, ha estrenat *Hora 25 global*, en el qual setmanalment

**Taula 6.** Informació especialitzada: temàtiques amb més repercussió en el conjunt de l'oferta generalista (anys 2008-2009)

	Dies feiners*			Cap de setmana**			
	AC	EC	VA	AC	RU	SA	VI
COPE OM	28,4	-	5,9	15,7	3,1	-	-
COPE FM	43,2	0,6	2	18,1	3,6	3,8	-
ONDA CERO OM	41,7	-	-	12,8	3,8	3,8	7,6
ONDA CERO FM	37,5	4,1	-	9	-	3,8	7,6
ONDA RAMBLA - PUNTO RADIO	37,1	-	2,9	16	1,9	3,8	-
RADIO 1 / RNE 1	43,8	-	3,8	16	-	-	-
SER OM	41,7	0,3	-	15,6	-	1	1,9
SER FM	41,7	2,4	-	15,4	-	1	1,9

AC: Actualitat / EC: Economia / VA: Variada / SA: Salut / RU: Rural / VI: Viatges

\* Dades: Percentatge sobre la programació de dilluns a divendres.

\*\* Dades: Percentatge sobre la programació del cap de setmana.

Font: Elaboració pròpia.

participen entorn de 500 emissores d'Unió Radio distribuïdes per l'Estat espanyol, els Estats Units i l'Amèrica Llatina.

- Si bé l'actualitat assoleix el percentatge més alt de presència a totes les graelles, és en l'àmbit de la programació en desconexió on es continua desenvolupant una major varietat d'especialitats informatives. Aquesta última circumstància obeeix, en alguns casos, a la influència de la publicitat i/o patrocini que acaba determinant l'eix temàtic de les edicions setmanals, sempre sota el paraigua d'un títol de programa. En altres casos, l'abordatge de diferents temàtiques des d'un mateix programa queda resolt en forma de tertúlia que, segons els tertulians col·laboradors, se centra en política o en economia. A vegades, són interessos específics d'institucions o associacions que negocien la reserva d'un espai per a la promoció i difusió del seu ideari. Sense entrar en valoracions sobre el què i el com de l'associació publicitat-patrocini amb la producció de la programació en desconexió, ja que per a això seria necessària una recerca, cal parar atenció sobre aquesta qüestió atès que, en bona part, en determina els continguts. Tot i així, s'ha de reconèixer l'existència de propostes temàtiques amb un tractament informatiu de qualitat, entre les quals ressalta economia, fruit de la participació de productores especialitzades. Cal recordar que Onda Cero OM, SER OM i Radio 1 / RNE1

bàsicament emeten actualitat informativa en les franques de desconexió.

### *La informació esdevé el principal gènere a la franja vespre-nit dels dies feiners*

Sens dubte, la novetat més destacada de la temporada 2008-2009 es localitza a Radio 1 / RNE1, que ha enfortit la presència del gènere Informació durant el cap de setmana (27,3 punts percentuals) amb l'estrena de quatre programes de periodicitat setmanal que giren entorn d'eixos temàtics diferenciats, com ara solidaritat, viatges, medi ambient i variat. S'emeten entre les 06.00 i les 08.00 hores de dissabte i diumenge. Amb aquesta estratègia, l'oferta informativa de la ràdio pública esdevé una de les més heterogènies, amb un total de deu especialitzacions, inclosa l'actualitat. Tot i això, SER OM continua sent l'emissora que aglutina més programes d'informació especialitzada, en total dotze, la majoria concentrats durant el cap de setmana. Per la seva banda, només precedida per SER OM que n'emet onze, la majoria concentrades durant el cap de setmana. En aquest punt, cal recordar que aquestes dues emissores desenvolupen l'especialització informativa en la programació en cadena, i així es diferencien de l'oferta en desconexió que generalment s'emeten els dies feiners.



La matinada en el conjunt de la setmana també s'ha vist modificada. D'una banda, el gènere ha enfortit la seva presència els dies feiners com a conseqüència de la durada del magazín informatiu *24 Horas* de Radio 1 / RNE1, que ara finalitza a la 01.00, i la permuta de gènere de *La estrella polar*, abans Infoentreteniment. I de l'altra, la reconversió de la 01.30 a les 08.00 hores en programació en desconnexió a Onda Cero FM ha suposat la desaparició de la seva oferta informativa en cadena de *La rosa de los vientos* (misteri i curiositats científiques), *Partiendo de cero* (ciència i tecnologia), *Onda agraria* i *Linde y ribera* (ambdós rurals), encara que es poden continuar sintonitzant per Onda Cero OM. Similar ha estat la situació a SER FM que, fruit de la llarga durada del programa local de matinada, ha deixat d'emetre *Ser consumidor* i *Ser aventureros*, que han passat a ser exclusius de SER OM.

## 2.2. Augment de l'interès pel gènere Infoentreteniment

Globalment, el gènere manté les característiques de temporades passades, al marge d'haver constatat una davallada (2 punts percentuals) els dies feiners i un quasi inapreciable increment (0,3 punts) el cap de setmana, que és el període que més novetats ha registrat. D'una banda, SER FM ha incrementat (9,5 punts) la seva presència d'Infoentreteniment amb l'estrena de *Qualsevol nit pot sortir el sol* les matinades del cap de setmana, i de l'altra, Onda Cero FM l'ha impulsat (5,8 punts) també amb dos nous programes, *Freqüència single*, a la matinada, i *El millor de la setmana*, al matí.

Pel que fa als dies feiners, Infoentreteniment ha irromput a les matinades d'Onda Rambla - Punto Radio fruit d'un nou títol, *La nit en blanc*, estratègia que ha provocat diferents efectes. En primer lloc, ha incrementat (12,3 punts) el pes del gènere els dies feiners, circumstància que ha convertit l'emissora en la que més Infoentreteniment programa de dilluns a divendres. En segon lloc, ha reforçat un canvi en la configuració de la matinada, franja associada tradicionalment al gènere Participació, però en la qual Infoentreteniment guanya més espai cada temporada. Enguany, Onda Rambla - Punto Radio és l'única que gestiona amb aquest gènere la matinada completa al llarg de la setmana. La resta ha optat per una combinatòria amb altres gèneres, Entreteniment (Onda Cero FM, Radio 1 / RNE1), Informació (COPE OM) i Participació (Onda Cero OM, Cadena SER).

Pel que fa al format, és lògic deduir a partir de les dades que és el magazín matinada el que més ha augmentat. El gènere Infoentreteniment resulta apropiat per a la gestió de programes de llarga durada que poden arribar a

ocupar part o el total d'una franja. A més, la seva concepció de contenidor afavoreix la barreja de diferents continguts i de gèneres periodístics. Des del vessant de les temàtiques, la varietat continua sent la tònica general encara que es comença a detectar interès per abordar a partir de l'Infoentreteniment qüestions més concretes, com ara el món dels animals domèstics (*Como el perro y el gato* a Onda Cero) i *Single*, una temàtica que s'incorpora amb el nou *Freqüència single* (Onda Cero FM).

## 2.3. La immobilitat de l'Esport

En termes generals, l'Esport és un gènere programàtic que varia poc de temporada en temporada tant pel que fa a presència com a tractament. Des d'una perspectiva quantitativa, les modificacions han estat d'índole menor, ja que la majoria de les emissores mantenen uns índexs percentuals força similars als de la temporada passada. Les novetats detectades afecten fonamentalment l'àmbit de la programació en desconnexió, és a dir, la presència de l'esport en les emissions locals.

Des de fa unes temporades, l'actualitat esportiva catalana ha tingut cabuda a la majoria d'aquestes emissores a la franja migdia, habitualment precedint el radiodiari o serveis de notícies. Hi ha, però, algunes excepcions com ara Onda Rambla - Punto Radio, que des dels seus inicis ha desestimat aquesta opció, o Radio 1 / RNE1, que aquesta temporada ha eliminat *Notícies esportives*, i ha desaparegut així l'únic programa local esportiu que emetia. Per contra, l'emissora pública ha ampliat l'oferta en cadena incrementant la durada de *Radiogaceta de los deportes*, ara de les 21 a les 22 hores els dies feiners.

Naturalment, els èxits dels equips catalans en les diferents competicions de la temporada és un factor clau a l'hora de dissenyar nous programes. Així, la privada Onda Rambla - Punto Radio ha estrenat aquesta temporada *Futbol Catalunya*, una proposta setmanal que emet els divendres a la tarda. En aquesta línia, un altre incentiu és la reconversió d'un club de futbol en eix temàtic. Aquest és el cas de *Hablemos del Espanyol*, un programa de dues hores els dies feiners que aborda l'actualitat i l'opinió sobre l'equip i l'entitat, mentre que reserva el cap de setmana per a la transmissió del seu partit. L'ofereix COPE OM en desconnexió local de Rock & Gol.

Tot i així, es pot parlar d'una oferta radiofònica especialitzada en esport català ja consolidada i que majoritàriament es desenvolupa a la franja migdia. En aquest sentit, cal destacar títols com ara *Els esports a la palestra* (COPE), *Ona Esportiva Catalunya* (Onda Cero) i *La graderia* (SER). Encara que de la seva ubicació a la graella es pugui desprendre l'existència d'un grau de competitivitat directa, el

cert és que tan sols el segon i el tercer d'aquests programes coincideixen parcialment.

Tot el contrari del que passa a la programació en cadena entre el punt de la mitjanit i la 01.30 hores, moment en què les cadenes privades presenten el seu magazín esportiu: *El tirachinas* (COPE), *Al primer toque* (Onda Cero), *El mirador del deporte* (Onda Rambla - Punto Radio) i *El larguero* (SER). Pel que fa a la pública Radio 1 / RNE1, aquest estudi permet afirmar que, entre els seus interessos, tampoc no hi figura la competitivitat directa en aquesta franja horària. L'excepció es troba a les emissions del cap de setmana que forçosament, en tant que atenen el seguiment de la jornada esportiva i les transmissions dels partits principals, coincideixen amb les d'altres operadors.

Pel que fa a les temàtiques, el futbol continua sent la modalitat esportiva més mediàtica. De fet, de nou, es localitza una única excepció, *Fórmula Ser*, centrada en el món del motor. També cal destacar durant la temporada de neu alguna proposta que aborda els esports d'hivern més des d'un vessant de difusió i promoció de la seva pràctica que d'informació (*Ski neu* a Onda Rambla - Punto Radio).

### 3. La ràdio temàtica

#### 3.1. Les ràdios musicals

L'*Adult Contemporary* (AC) continua sent el format per excel·lència de la ràdio musical privada. Aquesta circumstància lògicament accentua la pèrdua progressiva i sossinguda de l'audiència juvenil que, a banda de no sentir-se atreta per l'oferta, prefereix els dispositius mòbils com ara l'MP3, l'iPhone i/o el telèfon per escoltar música. Encara que la ràdio també és a la xarxa, la falta d'estratègies de convergència entre l'emissió analògica i l'*online* incideix en aquesta desafecció. Els joves actualment disposen d'una ampla gamma de possibilitats per a l'elaboració de *play lists* personalitzades que poden escoltar quan ells ho decideixen. L'Informe *La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur*<sup>4</sup> posa en evidència aquests i altres factors que pertorben una relació afectiva entre l'audiència de 14 a 24 anys i el mitjà (vegeu el capítol IV - *Apunts sobre la recerca «La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur»*).

L'homogeneïtzació de l'oferta amb una baixa presència de propostes que destaquen els trets característics de la marca dificulta el reconeixement de títols i altres

4. Aquest informe ha estat elaborat per l'Observatori de la Ràdio a Catalunya (GRISS-UAB), fruit d'un conveni de col·laboració en la recerca signat amb l'Associació Catalana de la Ràdio (ACR) i amb el suport del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

singularitats. De fet, la majoria de les emissores continuen apostant per l'emissió combinada de programes, principalment *morning shows* i *late shows*, amb un format de radiofórmula que segueix les directrius de l'AC. Encara que la sinergia entre l'emissió convencional i l'*online* necessita un projecte global que defineixi el rol de la ràdio en l'entorn digital, sorprèn l'absència encara del correu electrònic com a via de participació en alguns programes. Tot i que aquestes deficiències s'han anat corregint al llarg de la temporada, a hores d'ara resulten insuficients, ja que els hàbits de consum radiofònic estan canviant i els seus màxims exponents són els joves.

Aquest cúmulo de circumstàncies abonen la idea d'una ràdio musical estancada, bàsicament representada per les comercials com ara 40 Principales, Cadena 100, Cadena Dial, Europa FM, Kiss FM, M-80, Máxima, Próxima FM, i Styl FM, entre d'altres, i les catalanes Ràdio Flaixbac, Flaix FM, Gum FM, RAC 105 i Ràdio Marina. Enguany, les novetats són poques ja que l'oferta es continua articulant sobre la base de programes iniciats en altres temporades. Aquesta és una situació similar a la d'altres formats musicals.

Així, les privades Radio TeleTaxi / Radio RM continuen sent les úniques que emeten folklore, i Radio Olé, música espanyola. Per la seva part, Ràdio Estel manté el format *Beautiful Music* i el combina amb programes religiosos, informatius i de servei. Cal destacar la singularitat de Segre Ràdio que, tot i que ha adoptat l'*Adult Contemporary*, les franges nit i matinada les reserva per al *house* i el *dance*. Un tret característic d'aquesta emissora és la importància que concedeix a la informació de proximitat.

L'emissora pública iCat fm ha continuat explorant i ampliant els seus serveis a l'emparrat de l'entorn digital. Des d'aquesta perspectiva, enguany cal destacar les retransmissions via *streaming* d'alguns esdeveniments culturals rellevants com ara la final del concurs *Sona 9*, des de la sala Bikini de Barcelona. Aquest certamen té com a principal objectiu donar suport als grups musicals emergents catalans.

Continuant amb les emissores de Catalunya, el canal de música clàssica Catalunya Música ha començat a desenvolupar estratègies de convergència entre l'emissió analògica i l'*online* en el marc d'un nou *site* ([www.catmusica.cat](http://www.catmusica.cat)) que, a banda de deixar escoltar en *streaming* l'emissió de FM, permet visualitzar la caràtula del disc, obtenir informació sobre compositors i intèrprets, conèixer enllaços que hi estan relacionats i accedir a una agenda de notícies, entre d'altres. Aquest mateix desplegament també s'aplica al canal *online* CatClàssica. Pel que fa a la ràdio pública d'àmbit estatal, Radio 3 / RNE3 continua mantenint una graella en la qual es combinen programes musicals i culturals, mentre que Radio Clàssica / RNE2 aborda la música culta.

### 3.2. La ràdio especialitzada no musical

Poques són les novetats que es detecten en relació amb les emissores especialitzades no musicals. Enguany, els eixos temàtics continuen sent els mateixos que els de la temporada passada: Informació, Economia, Interculturalitat i Esport.

Encara que l'oferta radiofònica especialitzada en economia augmenta a finals del 2009, fruit d'un acord després d'un any de negociacions entre el Grup COPE i Estratègies de Inversions, amb el naixement de Gestiona Radio, a Catalunya només es pot sintonitzar la seva programació a través del seu *site* corporatiu ([www.gestionaradio.com](http://www.gestionaradio.com)). Per la seva banda, Radio Intereconomía manté la filosofia de temporades passades.

Les emissores públiques Catalunya Informació i Radio 5 Todo Noticias continuen monopolitzant l'especialització informativa, encara que amb un plantejament de graella diferenciat. Mentre que la primera manté una estructura de microespais temàtics combinada amb informació d'actualitat, la segona ha optat per l'emissió de dos magazins informatius, *La mañana en vivo* i *La tarde en vivo*, que, per la seva àmplia durada, ocupen quasi les franges horàries corresponents i actuen com a pilars de la seva programació.

Pel que fa a la resta d'especialitzacions, les novetats són mínimes. LatinCOM (freqüència OM de COMRàdio a Sabadell) continua sent l'única emissora que aborda la interculturalitat, i Ràdio Estel, els continguts religiosos, combinats amb el format musical AC, mentre que l'oferta esportiva es manté amb ONA FM i Radio Marca. Per a totes tres, l'espai a Internet és important, encara que s'ha de destacar que per a LatinCOM és fonamental per poder ampliar el seu radi de cobertura analògica, i per a Radio Marca el desenvolupament en un *site* propi ([www.radiomarcabarcelona.com](http://www.radiomarcabarcelona.com)) ofereix la possibilitat d'exposar els continguts locals.

### 4. La ràdio local

La informatització i la voluntat d'aprofundir en el concepte de la comunicació radiofònica local han estat els principals motors del projecte *Sindicada*, liderat per COMRàdio. Després d'una primera etapa d'exploració, iniciada l'octubre de 2008, enguany la plataforma ha ampliat els serveis inicials i ha millorat l'accessibilitat i la usabilitat. Des de la perspectiva de la programació, destaquen tres línies d'actuació:

- La *Sindicada* ofereix producció pròpia en forma d'audioclips, d'un a tres minuts, i de programes de curta

durada, que no excedeixen el quart d'hora. Quant al tarannà dels continguts, poden establir-se dues categories, una lligada a l'actualitat, com ara la informació meteorològica i les diverses agendes, i l'altra amb una àmplia varietat de temàtiques de caràcter atemporal, com ara consum, seguretat viària, biografies, nutrició, literatura, educació, etc. Lògicament, la vigència d'emissió és diferent en cada cas.

- Les emissores consorciades faciliten programes de producció pròpia que consideren d'interès general a la resta de sòcies. Les temàtiques són variades, tot i que destaquen els continguts de medicina i salut, musicals i interculturals, en els quals els col·lectius llatinoamericans són els més representats. De nou, la seva vigència és atemporal i la durada oscil·la entre una i dues hores.
- COMRàdio posa a disposició de la resta d'emissores programes de la seva graella. Encara que la majoria s'agrupen entorn del gènere Música i la seva vigència és atemporal i/o setmanal, cal destacar una excepció: la presència del *Notícies en xarxa*, l'informatiu del vespre. Gràcies a la *Sindicada*, les emissores interessades el poden emetre sense haver de respectar el seu horari original.

---

#### *La ràdio Sindicada té l'objectiu de revitalitzar la comunicació radiofònica local*

---

En el moment de tancar aquest informe, s'ha comptabilitzat la descàrrega de 400 àudios setmanals i la participació de 50 emissores, tot i que només són 17 les que aporten continguts. A més, la ràdio *Sindicada* vol impulsar, encara més, la col·laboració entre les emissores consorciades, per la qual cosa ha previst eines de comunicació, com ara el correu electrònic, i d'interactivitat, com ara els fòrums i les xarxes socials. Un aspecte significatiu d'aquest projecte és que està obert a aquelles emissores municipals que, tot i que no siguin consorciades, estiguin interessades a participar-hi. L'única condició és signar un document referit als drets d'emissió.

Amb l'objectiu de potenciar l'eficàcia de la ràdio local com a servei públic, el Consorci de la Comunicació Local (CCL) i el Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació de la Generalitat han establert un protocol d'actuació en casos d'emergència, que permet a la Delegació del Govern català la difusió d'informació mitjançant la xarxa d'emissores pròpies i consorciades. Actuacions d'aquest tipus emfatitzen el paper de la ràdio local com a servei públic, a més de mitjà de comunicació.

## 5. Conclusions

- Encara que, de moment, l'estabilitat i una certa tendència conservadora siguin els signes més destacats en general de la programació generalista, enguany les variacions més significatives en el marc d'aquesta oferta es localitzen a les ràdios públiques catalanes. Aquestes novetats són de diferent índole i amb un marcat caràcter diferenciador. En aquest sentit, poden esdevenir factors de canvi a curt i mitjà termini. Així, des d'un nou projecte que ha capgirat el model de programació de Ràdio 4, passant per l'enfortiment de la música en català a COMRàdio fins a l'empenta de Infoentreteniment a Catalunya Ràdio, que s'ha acabat convertint en el segon gènere de la graella, són unes estratègies que marquen distàncies entre totes tres. Entre elles, cal destacar l'opció de Catalunya Ràdio que, juntament amb altres novetats, ha acabat per configurar una oferta que segueix més els paràmetres de la privada catalana RAC 1 que els de les seves homòlogues.
- Una altra tendència que s'apunta i que caldrà observar en pròximes edicions és l'enfortiment del gènere Infoentreteniment produït des de Catalunya, ja que ha incrementat la seva presència en la programació local d'algunes ràdios amb desconexió, a banda de l'augment detectat a dues de les ràdios públiques catalanes. A més, es comença a observar un cert interès per desenvolupar temàtiques especialitzades a partir d'aquest gènere amb independència de quin sigui el radi de difusió.
- *L'Adult Contemporary* (AC) continua sent el format musical per excel·lència de la ràdio temàtica musical, que s'ha mostrat cautelosa a l'hora d'experimentar noves formes comunicatives possibles gràcies a l'entorn digital. Aquestes circumstàncies accentuen l'estancament de l'actual oferta de la ràdio musical. L'única excepció està representada per iCat fm, que continua explorant la fusió ràdio i Internet.
- La ràdio local i el projecte de ràdio *Sindicada*, liderat per COMRàdio, representen una clara evidència de l'interès per aprofitar les noves tecnologies en el desenvolupament de la comunicació local. La rendibilització dels recursos gràcies a l'intercanvi de programes i altres estratègies és una via que, sens dubte, revitalitzarà la ràdio local.

## 6. Bibliografia

- GUIMERÀ, J. A.; BONET, M.; DOMINGO, D.; RABADÁN, V.; ALBORCH, F. *La comunicació local a Catalunya. Informe 2008* [en línia]. INCOM, Institut de

la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, 2009. <[http://www.portalcomunicacion.com/ocload/infome\\_comloc\\_2008.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/ocload/infome_comloc_2008.pdf)>

- GUTIÉRREZ, M. *La información sobre economía en la radio generalista española con programación en cadena y local: los programas especializados* [en línia]. XXII Congreso Internacional de Comunicación 2007. Periodismo económico. Viejos y nuevos desafíos. Universidad de Navarra. <[http://www.unav.es/fcom/cicom/2007/docscicom/3-GUTIERREZ\\_GARCIA.pdf](http://www.unav.es/fcom/cicom/2007/docscicom/3-GUTIERREZ_GARCIA.pdf)>
- GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. *Presència i tractament del contingut sobre la salut en la programació de la ràdio generalista* [en línia]. Recerca finançada pel CAC, 2005. <<http://www.cac.cat/web/recerca/estudis/llicitat.jsp?MjU%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9yZWNIcmNhL2VzdHVkaXMvbnGxpc3RhENvbnRlbnQ%3D>>
- GUTIÉRREZ, M.; MORENO, E. «Estrategias de programación de la información económica en la radio española». *Comunicación y Sociedad*, núm. 1 (2009), p. 89-108. Pamplona: Universidad de Navarra.
- PEDRERO, L. M. *La radio musical en España*. Madrid: IORTV, 2000.

## 7. Webs de referència

- <http://www.cadenadial.com>
- <http://www.cadenaser.com>
- <http://www.cadena100.es>
- <http://www.catràdio.com/pcatràdio/crHome.jsp>
- [http://www.comràdio.com/flash/index.asp?anchor=&programa\\_detall=&data\\_prog=&id\\_cerca=&cerca=](http://www.comràdio.com/flash/index.asp?anchor=&programa_detall=&data_prog=&id_cerca=&cerca=)
- <http://www.cope.es>
- <http://www.europafm.com>
- <http://www.flaixfm.cat>
- <http://www.intereconomia.com/programas>
- <http://www.los40.com>
- <http://www.maxima.fm/maxima/index.html>
- <http://www.m80radio.com>
- <http://www.ondacero.es>
- [http://www.ondarambla.es/emissores/barcelona-89-8?ctl02\\_ctl03\\_ctl01\\_inklstweekdays=0](http://www.ondarambla.es/emissores/barcelona-89-8?ctl02_ctl03_ctl01_inklstweekdays=0)
- <http://www.puntoradio.com>
- <http://www.rac1.org>
- <http://www.radiomarcabarcelona.com/home.php?video=1>
- [http://www.rne.es/page?HOME\\_RNE](http://www.rne.es/page?HOME_RNE)
- <http://www.radioflaibac.net>
- <http://www.radiolocal.cat>
- <http://www.radiole.com>
- <http://www.gestionaradio.com>



# CAPÍTOL III

## Les emissores musicals revifenen les dades d'audiència

Per **Amparo Huertas Bailén**, InCom-UAB, professora del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat I de la UAB.

---

Més del 50% de la població catalana continua escoltant la ràdio. És a dir, aquest mitjà ha aconseguit mantenir el seu grau de penetració per damunt d'aquesta barrera psicològica que representa el 50% i, fins i tot, pot afirmar-se que ho ha fet amb certa comoditat. L'any 2009, el 56% de la població escolta la ràdio a Catalunya, i es recupera així el percentatge que va obtenir en l'exercici 2004. En comparació de l'any 2008, aquest 56% suposa un increment de 4 punts. Arran d'aquesta bona notícia, les dues preguntes que ens fem ara són les següents: quins grups sociodemogràfics han contribuït més a aquesta revifada del consum? Tots els tipus de programacions, i totes les cadenes, se n'han vist beneficiades?

---



## 1. Introducció

El percentatge de penetració del mitjà radiofònic ha passat del 52% (2008) al 56% (2009) i, a partir de l'anàlisi de les dades de l'*Estudi General de Mitjans Ràdio Catalunya* (EGM), de l'Associació per a la Investigació dels Mitjans de Comunicació (AIMC), corresponents al període febrer-novembre 2009, intentarem detectar els principals aspectes que han concorregut a aquesta pujada de 4 punts.

**Taula 1.** L'audiència de ràdio a Catalunya, per gènere, nivell econòmic, edat, llengua familiar preferent i nacionalitat (2009)

	Població	Total ràdio
Univers (000)	6.246	56,1
Gènere		
Home	3.066	60,6
Dona	3.180	51,8
Nivell econòmic		
Alt	745	64
Mitjà-alt	1.125	61,9
Mitjà	2.876	56,5
Mitjà-baix	1.343	48,2
Baix	157	38,9
Edat		
14-19	394	49
20-24	397	59,5
25-34	1.237	62,6
35-44	1.230	61,6
45-54	987	59,9
55-64	806	53,8
65 i més	1.195	43,6

	Població	Total ràdio
Llengua familiar preferent		
Català	2.271	58,7
Indistintament	925	59,6
Castellà	2.891	53,7
Altres	159	42,9
Nacionalitat		
Espanyola	5.686	56,9
Resta	561	48

Dades: Percentatge sobre el total de l'univers en sentit horitzontal.  
Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

*Lleuger augment del consum radiofònic, molt equilibrat, al conjunt de la societat catalana*

En primer lloc, les dades de l'EGM Ràdio Catalunya apunten que aquest augment del consum s'ha produït de manera molt equilibrada al conjunt de la societat catalana. Tot i així, destaca, sobretot, el creixement a tres grups sociodemogràfics específics: entre la ciutadania amb un nivell econòmic baix, entre la població de 20 a 24 anys i, finalment, entre els majors de 64 anys. En aquests casos, els creixements han estat superiors als 4 punts que indica la dada global. Tanmateix, a l'hora d'avaluar aquest fet, convé tenir en compte que aquests grups socials eren els que presentaven més possibilitats de creixement, ja que eren els que tenien els valors de consum més baixos els darrers exercicis.

Des del punt de vista dels tipus d'emissions, la ràdio temàtica és la que més ha ajudat a aquesta tendència a l'alça i, més concretament, la ràdio musical. Així, mentre que l'índex de penetració de la ràdio generalista creix de manera molt lleugera (2008: 25% i 2009: 26%), la ràdio musical ha passat del 26% (2008) al 30% (2009). A més, aquest ascens de la ràdio musical ha quedat reflectit pràcticament a totes les franges horàries de la setmana.



Pel que fa als rànquings d'enguany de les cadenes generalistes i temàtiques, la tendència general és cap a la confiuració d'un pòdiu compartit per tres líders amb resultats d'audiència molt semblants. Això és del tot evident entre les ràdios generalistes —en què RAC 1, Cadena SER i Catalunya Ràdio destaquen clarament com les millors classificades—, i està en procés de gestació en l'àmbit de les musicals —en què les xifres d'audiència acumulada de 40 Principales, Flaix FM i RAC 105 es van apropant a poc a poc.

## 2. Variables demogràfiques i hàbits de consum

Com s'ha dit a la introducció, el consum radiofònic ha pujat de manera molt equilibrada al conjunt de la societat catalana i, per tant, des del punt de vista dels diferents grups socio-demogràfics analitzats, són poques les excepcions en aquest sentit. Tan sols es presenten comportaments diferenciats en relació amb les variables «nivell econòmic» i «edat».

El grau de penetració de la ràdio entre els ciutadans amb menys poder adquisitiu ha crescut gairebé 6 punts, i s'ha consolidat així una tendència que ja va quedar reflectida en l'*Informe* anterior. Si l'any 2008 l'índex de penetració d'aquest mitjà de comunicació en aquest sector social era del 33%, un any després la xifra s'aproxima al 39%.

*El grau de penetració de la ràdio entre els ciutadans amb menys poder adquisitiu ha crescut gairebé 6 punts*

Ara bé, aquesta orientació favorable només ha afectat els resultats de la ràdio musical, a diferència de l'any passat, quan l'augment tan sols va assenyalar el sector generalista. El 2009 la penetració de les programacions musicals en la població amb un nivell econòmic baix assoleix el 21%, davant del 15% del 2008. La ràdio temàtica musical aconsegueix, així, un lloc important entre les seves opcions d'oci.

Però no totes les cadenes musicals han vist com s'incrementava el seu seguiment per part d'aquest sector social. De fet, i centrant la mirada en aquelles que ocupen els primers llocs del rànquing, una gran part (40 Principales, RAC 105, Cadena Dial i Europa FM) no han vist alterat el seu índex, i l'increment solament és perceptible en els casos de Ràdio Flaixbac i Flaix FM.

Pel que fa a l'anàlisi dels increments del consum entre els ciutadans de 20 a 24 anys i entre els majors de 64, demostra que les tendències dels uns i dels altres són completament diferents. Les persones grans han augmentat sobretot el consum de ràdio generalista, i RAC 1 i Radio 1 / RNE 1 són les que

**Taula 2.** L'audiència de la ràdio generalista a Catalunya, per gènere, nivell econòmic, edat, llengua familiar preferent i nacionalitat (2009)

	% de penetració de la ràdio generalista
Univers (000)	26,4
<b>Gènere</b>	
Home	26,4
Dona	21
<b>Nivell econòmic</b>	
Alt	37,3
Mitjà-alt	31,3
Mitjà	25
Mitjà-baix	20,1
Baix	16,2
<b>Edat</b>	
14-19	7
20-24	13,5
25-34	20,5
35-44	28,2
45-54	33,2
55-64	34,5
65 i més	27,4
<b>Usos lingüístics</b>	
Català	32,9
Indistintament	26,9
Castellà	21,1
Altres	19,4
<b>Nacionalitat</b>	
Espanyola	27,1
Resta	12,4

Dades: Percentatge sobre el total de l'univers en sentit horitzontal.

Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

**Taula 3.** L'audiència de la ràdio temàtica a Catalunya, per gènere, nivell econòmic, edat, usos lingüístics i nacionalitat (2008)

	Total ràdio temàtica	Ràdio musical	Ràdio informativa
	% penetració		
Univers (000)	33,1	30,1	3,8
<b>Gènere</b>			
Home	34,2	30	5,5
Dona	32	30,1	2,2
<b>Nivell econòmic</b>			
Alt	33,3	28,5	6,1
Mitjà-alt	34,8	31,3	4,7
Mitjà	34,4	31,8	3,5
Mitjà-baix	29,7	27,4	2,7
Baix	23,5	21,6	2
<b>Edat</b>			
14-19	41	40,5	0,9
20-24	48,1	46,5	1,9
25-34	47,1	44,3	4,2
35-44	39	35,4	5,1
45-54	31,9	28	5
55-64	22,4	19,1	3,9
65 i més	12,9	10,2	2,7
<b>Usos lingüístics</b>			
Català	29,4	25,9	4,4
Indistintament	35,2	32,2	4,3
Castellà	35,4	32,9	3,3
Altres	29,3	27,1	2,6
<b>Nacionalitat</b>			
Espanyola	32,8	29,7	4
Resta	35,7	34,1	2,3

Dades: Percentatge sobre el total de l'univers en sentit horitzontal.  
Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

més oients nous han atret en aquesta franja d'edat. Per contra, el seguiment radiofònic de les persones d'entre 20 i 24 anys ha crescut bàsicament en l'àmbit de les ràdios musicals, i destaquen 40 Principales, Flaix FM i Europa FM.

*La diferència generacional en el consum radiofònic és cada vegada més marcada*

Aquest és un fenomen que no fa altra cosa que mostrar la diferència generacional en el consum radiofònic, que sembla cada vegada més pronunciada. De fet, si s'observa el consum de la ràdio informativa segons la variable edat, també es fa palesa una tendència en consonància amb aquesta orientació —tot i que cal advertir que el percentatge de penetració d'aquest sector al conjunt de la població catalana és molt baix (3,8%). En primer lloc, el consum de Catalunya Informació només supera el 2% de penetració a partir dels 35 anys. I, en segon lloc, durant el 2009 el grau de penetració d'aquesta cadena ha decrescut entre els joves de 20 a 24 anys (2008: 1,4% i 2009: 0,8%) i s'ha incrementat entre els majors de 64 anys (2008: 0,5% i 2009: 1,4%).

### 3. Rutines del consum radiofònic

El consum de la ràdio temàtica ha pujat pràcticament a totes les franges horàries de la setmana. Tan sols s'observa una tendència al descens en tres franges horàries específiques, totes situades al cap de setmana. D'una banda, la nit del dissabte, i de l'altra, la tarda i la nit del diumenge.

*El consum de la ràdio temàtica ha crescut pràcticament a totes les franges horàries de la setmana*

Els augments s'han situat entre els 5 i els 3 punts. La pujada més elevada ha estat el diumenge, amb un increment de 5 punts (l'any 2008, el 19% de la població escoltava aquest tipus d'emissions el diumenge, i el 2009, la xifra assoleix el 24%); durant els dies feiners, l'augment ha estat de 4 punts (2008: 31% i 2009: 35%), i, finalment, el dissabte, amb 3 punts més que l'any anterior (2008: 26% i 2009: 29%). No obstant això, s'ha d'assenyalar que els períodes horaris que més han ajudat a aquest revifament de les dades de l'audiència de la ràdio temàtica són el matí del dissabte i la tarda dels dies feiners.

A la ràdio generalista, les variacions són gairebé imperceptibles. Però, malgrat que els canvis són poc apreciables, convé destacar el següent. Si bé es manté estable el seu

consum durant els dies feiners (al voltant del 28% de la població) i durant el diumenge (21%), el dissabte sembla que recupera quotes que no aconseguia des de feia dos anys. El 2008 el 19% de la població seguia la ràdio generalista el dissabte i, un any més tard, la xifra se situa molt a prop del 23%. Aquest augment del consum de la ràdio generalista durant el dissabte està estretament lligat al comportament que es produeix a dues franges horàries concretes. Entre les 12.00 i les 16.00 hores, es concentra el 27% dels oients que segueixen la ràdio generalista el sisè dia de la setmana (l'any 2008 era del 23%), i entre les 20.00 i les 06.00 hores, l'increment ha estat fins i tot major: l'índex corresponent ha passat del 40% (2008) al 46% (2009). Per contra, l'audiència del matí del dissabte de la ràdio generalista ha baixat 5 punts, i el 2009 se situa en el 55%.

**Taula 4.** Distribució de l'audiència de la ràdio generalista i temàtica segons el període setmanal a Catalunya (2009)

	Generalista	Temàtica	Total oients
Dies feiners	28,2	35,5	59,6
Dissabte	22,9	29,4	50,8
Diumenge	21,1	24,5	44

Dades: Percentatge sobre el total de l'univers.  
Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

**Taula 5.** Distribució de l'audiència de la ràdio generalista segons el període setmanal i per franges horàries a Catalunya (2009)

	TOTAL OIENTS	DIES FEINERS	DISSABTE	DIUMENGE
Matí (de 06.00 a 12.00)	67	71,3	55,3	50,8
Migdia (de 12.00 a 16.00)	29,2	30,5	27,1	22,8
Tarda (de 16.00 a 20.00)	25,8	26,1	21,8	28,3
Nit (de 20.00 a 06.00)	37,2	34,8	46,4	43,4

Dades: Percentatge sobre el total d'oients de la ràdio generalista en sentit vertical.  
Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

**Taula 6.** Distribució de l'audiència de la ràdio temàtica segons el període setmanal i per franges horàries a Catalunya (2009)

	TOTAL OIENTS	DIES FEINERS	DISSABTE	DIUMENGE
Matí (de 06.00 a 12.00)	64,8	67,9	58	50,2
Migdia (de 12.00 a 16.00)	41,9	42,3	41,7	38,8
Tarda (de 16.00 a 20.00)	36,5	38,1	31,2	31,4
Nit (de 20.00 a 06.00)	24,3	24,2	24,5	24,8

Dades: Percentatge sobre el total d'oients de la ràdio temàtica en sentit vertical.  
Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

## 4. Rànquing de cadenes

### 4.1. Les cadenes generalistes

En l'àmbit de les ràdios generalistes, ara el més adient és parlar d'una mena de lideratge compartit per tres cadenes: RAC 1, SER i Catalunya Ràdio. Aquestes cadenes superen els 400.000 oients i, en canvi, les que se situen a partir del quart lloc no arriben ni als 175.000.

RAC 1, SER i Catalunya Ràdio assoleixen un volum d'audiència acumulada tan semblant que la seva ubicació en aquesta classificació depèn de les dades que es tenen en compte. Per exemple, durant els dies feiners, RAC 1 (470.000 oients) ocupa el primer lloc, seguida de la Cadena SER (453.000) i de Catalunya Ràdio (444.000), i, segons les dades referents al total de la setmana, la situació és diferent: SER és la primera (435.000), seguida de Catalunya Ràdio (421.000) i, en tercer lloc, apareix RAC 1 (412.000).

Però el més significatiu és la diferència per províncies. A Girona i Lleida, Catalunya Ràdio té la major quota de mercat amb *shares* al voltant del 28%, seguida de RAC 1 i SER. En canvi, a Barcelona, el líder és RAC 1 (*share*: 25%), seguit molt a prop de la Cadena SER i, més lluny, apareix Catalunya Ràdio, i a Tarragona, la Cadena SER (*share*: 27%) és la primera; a continuació se situen RAC 1 i Catalunya Ràdio.

**Taula 7.** Rànquing de les cadenes generalistes amb més audiència a Catalunya (2009). Audiència acumulada

	Dies feiners	Total setmana
RAC 1	470	412
SER	453	435
CATALUNYA RÀDIO	444	421
ONDA CERO	162	148
COPE	152	136
RADIO 1 / RNE1	107	106
ONDA RAMBLA - PUNTO RADIO	103	91
COMRÀDIO	40	40
ONA FM	32	29
RÀDIO 4	11	9
<b>TOTAL OIENTS RÀDIO GENERALISTA</b>	<b>1.763</b>	<b>1.651</b>

Dades: Xifres absolutes, en milers d'oients.  
 Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

Cal recordar, però, que aquesta mena de pòdium compartit és el resultat de l'evolució tan positiva que ha

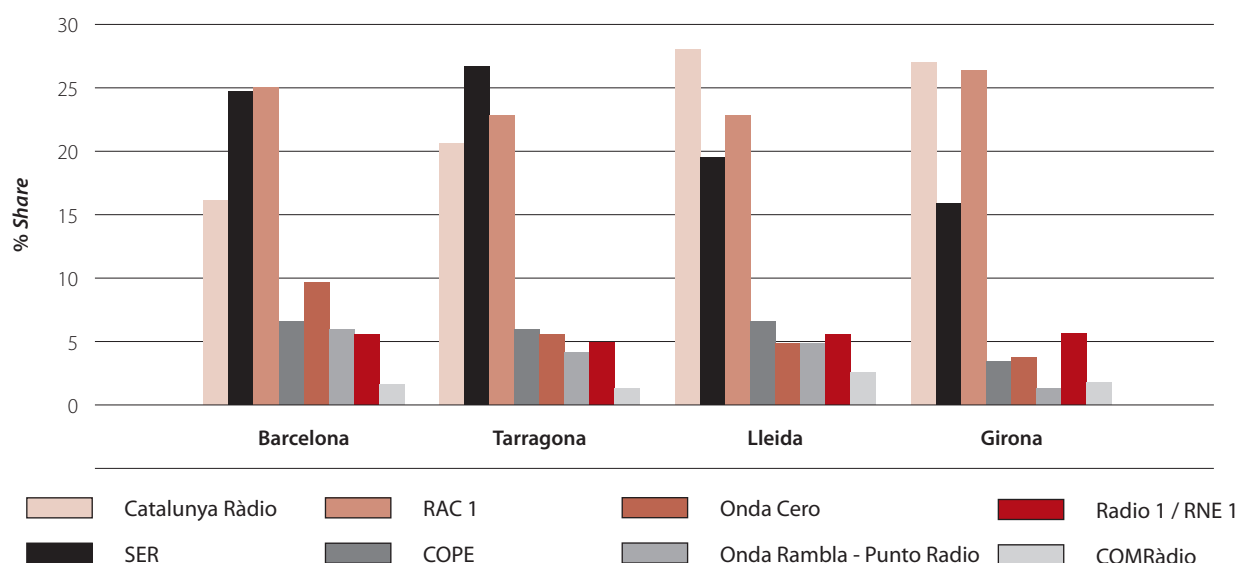
estat capaç de mantenir RAC 1 durant els últims anys. De fet, l'any 2009 els increments més destacats —al voltant dels 3 punts— han estat protagonitzats exclusivament per ella, mentre que la Cadena SER ha tingut un comportament força estable i Catalunya Ràdio ha tendit al descens en tots els grups de població tipificats per l'EGM Ràdio Catalunya. Com a conseqüència de tot plegat, RAC 1 ha aconseguit esdevenir la cadena més escoltada a Catalunya entre les 9.00 i les 21.00 hores l'any 2009.

*Des del punt de vista de tots els grups socio-demogràfics, els increments d'audiència més destacats —al voltant dels 3 punts— han estat protagonitzats exclusivament per RAC 1*

Per poder ocupar el quart i cinquè lloc d'aquest rànquing, hi ha una mena de lluita constant entre Onda Cero i COPE. Seguint les dades del total de la setmana, el 2009 Onda Cero és la quarta (148.000 oients) i la COPE és la cinquena (136.000). L'any anterior la situació era la inversa.

Onda Rambla - Punto Radio i Radio 1 / RNE1 acostumen a disputar-se els sisè i setè llocs. De dilluns a diumenge, la cadena pública —que és, del conjunt de les cadenes, la que té el comportament més homogeni

**Gràfic 1.** Quota d'audiència de les cadenes generalistes per províncies a Catalunya (2009)



Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

**Taula 8.** Audiència de les cadenes generalistes per característiques sociodemogràfiques a Catalunya (2009)

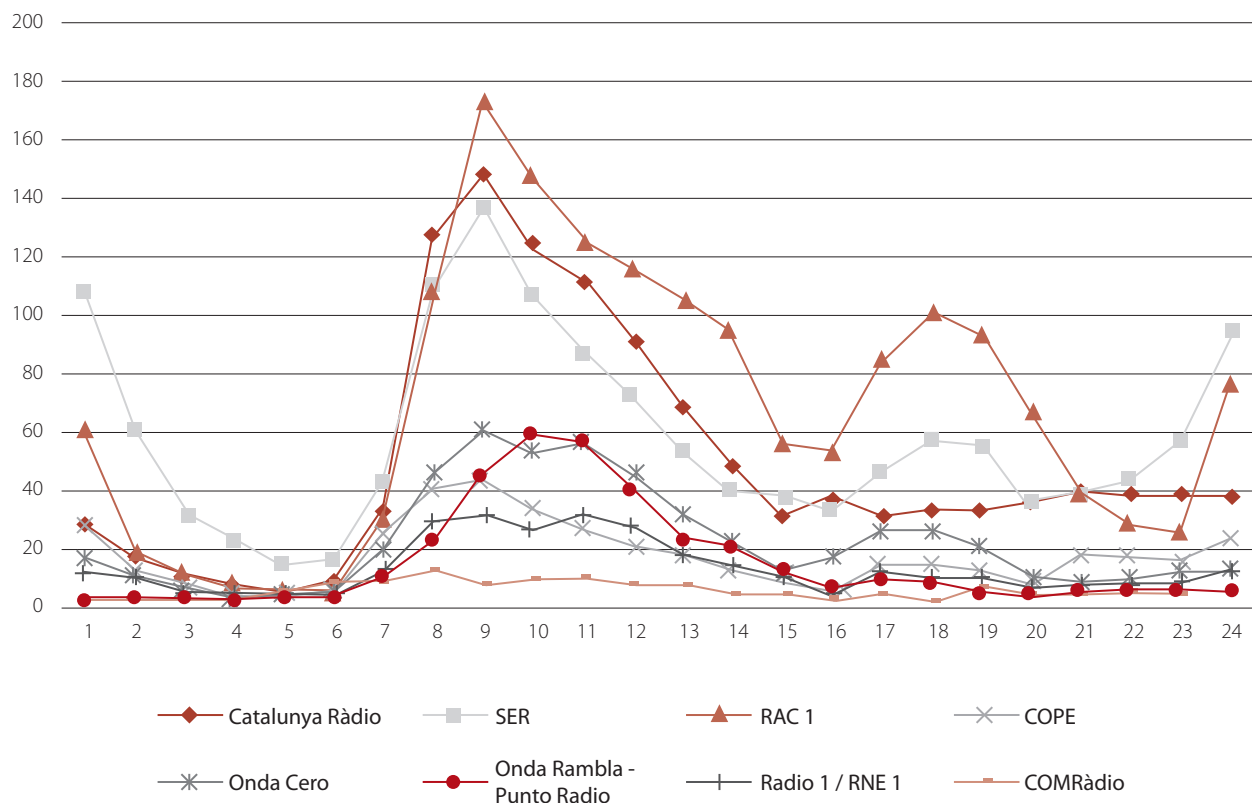
	RAC 1	SER	CATALUNYA RÀDIO	ONDA CERO	COPE	RADIO 1 / RNE1	ONDA RAMBLA - PUNTO RADIO	COMRÀDIO
Gènere								
Home	8,9	9,2	7,9	2,7	3	2	1,3	0,7
Dona	4,3	4,8	5,6	2	1,4	1,4	1,6	0,6
Nivell econòmic								
Alt	12,8	9,1	11,8	2,7	2,6	2,2	1,7	0,5
Mitjà-alt	10,3	7,3	9,9	2,2	2,3	1,3	1,5	1
Mitjà	5,8	6,8	5,8	2,5	2	1,5	1,4	0,6
Mitjà-baix	2,3	6,2	3,7	2,1	2,2	2,1	1,4	0,5
Baix	2,1	4	2,7	1,9	1,4	2,2	1,2	0,3
Edat								
14-19	2,4	1,8	2,2	0,6	0,3	0,1	0,2	0,2
20-24	3,5	3,5	3,2	0,6	0,9	0,2	0,5	0,3
25-34	8,4	5,7	4,1	1	1,2	0,4	0,4	0,5
35-44	8,8	7,5	6,4	2,6	2,1	0,9	0,9	0,6
45-54	7,5	9,3	9,9	3,7	2,4	2,1	1,5	0,7
55-64	6,8	9,7	9,2	3,6	3,5	2,8	2,9	0,8
65 i més	4	6,7	8,3	2,8	3,2	3,7	2,8	0,9
Llengua familiar preferent								
Català	12,4	4,8	13,4	1,2	1,2	1,1	1,2	0,9
Indistintament	6,6	8,9	5,9	2,7	2,7	1,6	1,7	0,9
Castellà	2,2	8,3	2	3,2	2,8	2,2	1,7	0,3
Altres	3,1	2,9	2,7	2	1,3	1,3	0,2	0,1
Nacionalitat								
Espanyola	7	7,3	7,2	2,3	2,5	1,7	1,6	0,7
Resta	2,1	3,6	2,1	1,1	1,5	1,3	0,5	0,3

Dades: Percentatge en sentit horitzontal. Audiència acumulada. Mitjana diària de dilluns a diumenge.

Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

**Gràfic 2.** Evolució de l'audiència de les cadenes generalistes durant els dies feiners a Catalunya (2009). Audiència acumulada de 01:00 a 24:00 hores



Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM (febrer-novembre).

per províncies— aconsegueix atreure 106.000 persones, i Onda Rambla - Punto Radio, 91.000. D'aquesta manera, Radio 1 / RNE1 aconsegueix avançar la cadena privada en la classificació i, a més, marcant una distància més notable en comparació amb exercicis anteriors.

Finalment, COMRàdio, ONA FM i Ràdio 4 mantenen les seves posicions als últims llocs d'aquest rànquing, amb dades molt diferents. COMRàdio incrementa la seva audiència setmanal (2008: 29.000 oients i 2009: 40.000), però roman al vuitè lloc. ONA FM també incrementa el seu nombre d'oients/setmana (2008: 15.000 i 2009: 29.000), però queda a la novena posició. I Ràdio 4 no arriba a superar enguany els 10.000 oients setmanals.

#### 4.2. Les cadenes temàtiques

Els canvis d'ubicació dins del rànquing de les cadenes musicals són molt més nombrosos que en el sector generalista, molt més estable. L'únic element constant és la preemi-

nència de 40 Principales, que roman al primer lloc amb 395.000 oients setmanals i recupera, així, la quota que tenia l'any 2006.

*Els canvis d'ubicació dins del rànquing de les cadenes musicals són molt més nombrosos que en el sector generalista, molt més estable*

Seguint sempre la xifra referent a l'audiència del total de la setmana, Flaix FM ha ascendit al segon lloc des de la tercera posició, i ha passat de 166.000 oients (2008) a 228.000 (2009), i RAC 105 encara ha pujat de manera més important. Aquesta cadena, que ocupava el cinquè lloc l'any 2008 amb 137.000 oients, ara és la tercera amb 212.000. Però el més notable és la desaparició de Radio TeleTaxi d'aquesta llista, després d'una progressiva caiguda que ha anat quedant reflectida en les diferents onades dels últims anys de l'EGM Ràdio Catalunya.

**Taula 9.** Rànquing de les cadenes temàtiques amb més audiència a Catalunya (2009). Audiència acumulada

	Dies feiners	Total setmana
<b>MUSICALS</b>		
40 PRINCIPALES	428	395
FLAIX FM	247	228
RAC 105	233	212
CADENA DIAL	190	176
CADENA 100	184	161
EUROPA FM	172	145
RÀDIO FLAIXBAC	158	148
KISS FM	139	132
M-80	120	105
MÀXIMA FM	105	94
RADIO OLÉ	48	46
ICAT FM	39	35
RADIO 3 / RNE3	29	32
CATALUNYA MÚSICA	26	23
RÀDIO ESTEL	11	10
SEGRE RÀDIO	8	-
RADIO CLÁSICA / RNE2	7	7
<b>INFORMATIVES</b>		
CATALUNYA INFORMACIÓ	130	121
RADIO MARCA	78	74
RADIO 5 TODO NOTICIAS	16	14
<b>TOTAL OIENTS RÀDIO TEMÀTICA</b>	<b>2.217</b>	<b>2.064</b>

Dades: Xifres absolutes, en milers d'oients.  
 Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM (febrer-novembre).

No obstant això, des d'un punt de vista més global, també es percep la tendència cap a un lideratge compartit per tres cadenes. Entre els anys 2006 i 2008, 40 Principales s'ha situat sempre per sobre dels 300.000 oients a la setmana, mentre que la resta no arribava en cap cas als 200.000. En canvi, les dades del 2009 mostren que les dues cadenes ubicades al segon i tercer lloc, Flaix FM i RAC 105, superen ara els 200.000.

*Als rànquings de les cadenes generalistes i temàtiques, la tendència general és cap a la configuració d'un pòdium compartit per tres líders amb resultats d'audiència molt semblants*

De totes maneres, l'observació per províncies planteja panoràmiques molt diferents i l'únic aspecte comú és que el líder sempre és 40 Principales, amb un *share* situat entre el 14% (Barcelona) i el 22% (Girona). Aquesta és la fotografia que es desprèn, al costat d'aquest lideratge de 40 Principales:

- Barcelona mostra un mercat molt fragmentat i distribuït de manera molt homogènia: Flaix FM, RAC 105, Cadena Dial, Cadena 100 i Kiss FM mostren *shares* molt semblants, que en cap cas no superen el 10%.
- A Tarragona, la presència de Kiss FM és insignificant i, sobre la resta, es poden distingir dos grups d'emissores: les que més destaquen, amb *shares* per damunt del 10% (Flaix FM, RAC 105, Cadena Dial i Europa FM), i les que menys sobresurten, amb *shares* que tendeixen a situar-se per sota del 5% (Cadena 100, Ràdio Flaixbac i M-80).
- Lleida també presenta un mercat molt fragmentat i repartit de manera equilibrada, llevat de Flaix FM, que destaca a l'alça amb un *share* del 12%, i Kiss FM, que es troba a l'altre extrem amb un *share* del 0,7%.
- I, finalment, Girona reflecteix una distribució del mercat molt escalonada. Després d'una posició destacada de RAC 105, amb un *share* del 16%, la resta se situa esglaonadament entre un *share* del 9% (Flaix FM) i del 1,3% (Kiss FM).

I, finalment, les cadenes informatives, un sector al qual, de moment, sembla que li costa força arribar a xifres d'audiència significatives. Tot i així, Catalunya Informació va augmentant la seva quota de mercat, a poc a poc, any rere any. El 2009 aquesta cadena *all news* supera els 120.000 oients setmanals, davant dels 108.000 del 2008 i, a més, el seu creixement és palpable a totes les províncies. I, pel que fa a Radio Marca, també es pot parlar d'increments. La cadena esportiva segueix un augment progressiu i ha passat de 46.000 oients setmanals (2008) a 74.000 (2009), però el seu consum es concentra majoritàriament a la província de Barcelona. I, per la seva banda, la cadena pública estatal Radio 5 Todo Noticias no ha pogut, almenys fins ara, aconseguir resultats d'audiència significatius.

**Taula 10.** Audiència de les cadenes temàtiques musicals per característiques sociodemogràfiques a Catalunya (2009)

	40 PRINCIPALES	FLAIX FM	RAC 105	CADENA DIAL	CADENA 100	EUROPA FM	RÀDIO FLAIXBAC
<b>Gènere</b>							
Home	6,1	4,4	3,9	2,1	2,3	2,4	2,2
Dona	6,5	2,9	2,9	3,5	2,8	2,3	2,6
<b>Nivell econòmic</b>							
Alt	5,3	2,9	5,3	1,7	2,1	1,7	3,9
Mitjà-alt	6,6	3,8	4,7	2,6	2,4	2,3	3,4
Mitjà	7,2	4	3,4	3,2	3	2,8	2,1
Mitjà-baix	5,3	3,3	1,6	3	2,3	1,9	1,3
Baix	1,8	2,2	0,8	1,9	0,9	0,7	1,2
<b>Edat</b>							
14-19	9,2	11,4	1,8	1,4	3,2	4,4	6,9
20-24	15,1	10	1,9	2,7	4,5	4,9	6,1
25-34	11,5	6,1	4,5	3,8	4,7	4,7	4,1
35-44	7,7	3,7	4,9	4,2	3,5	2,6	2,4
45-54	4,4	1,8	5	3,4	1,9	1,4	1,1
55-64	1,7	0,4	3,1	2,2	0,9	0,3	0,3
65 i més	0,4	0,1	0,6	0,8	0,3	0,1	0,2
<b>Llengua familiar preferent</b>							
Català	4,7	3,6	5,4	1,7	1,5	1,3	3,4
Indistintament	7,5	4,1	3,9	3	3	2,7	2,4
Castellà	7,1	3,5	1,7	3,7	3,3	3	1,6
Altres	7,3	3,9	2,4	2,2	2,3	2,7	2,5
<b>Nacionalitat</b>							
Epanyola	6,3	3,7	3,5	2,8	2,4	2,2	2,4
Resta	6,7	3,3	1,8	3,4	4,1	3,6	1,7

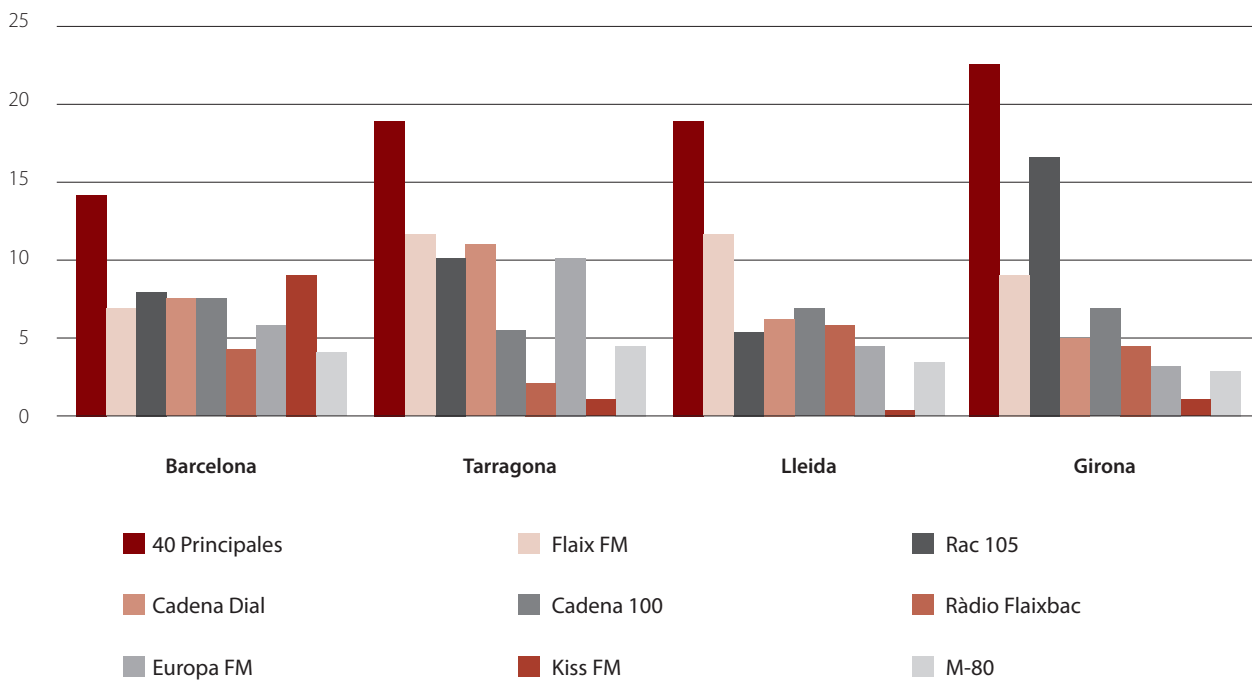
Dades: Percentatge en sentit horitzontal. Audiència acumulada. Mitjana diària de dilluns a diumenge.

Univers: persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

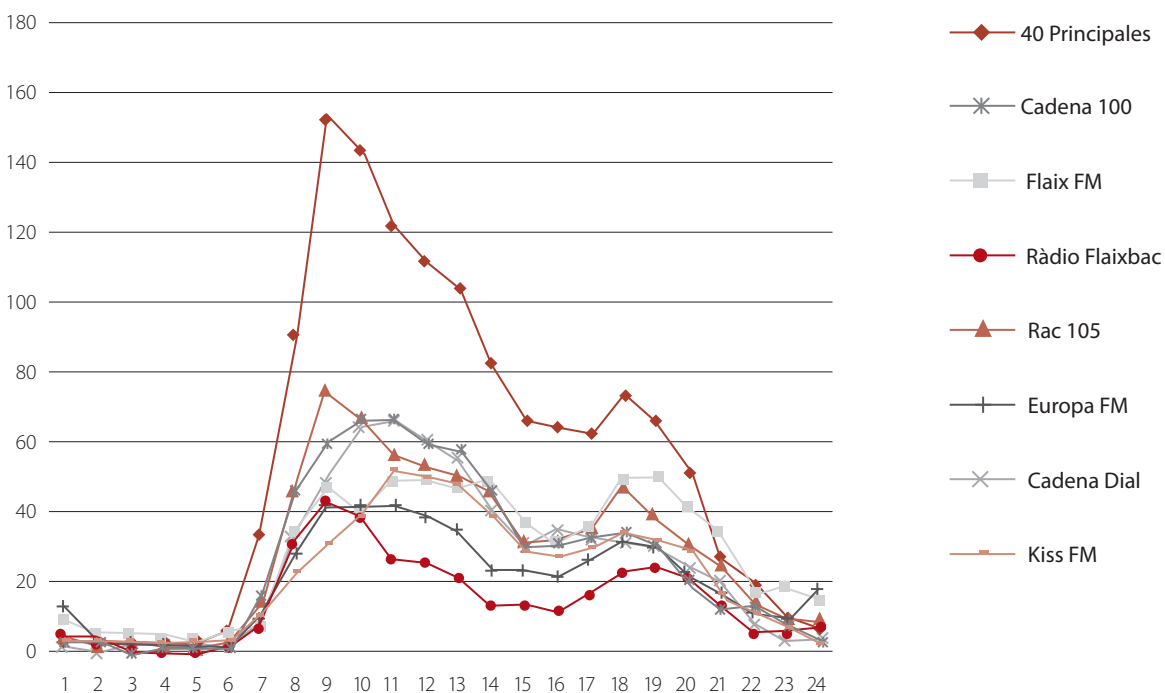


**Gràfic 3.** Quota d'audiència de les cadenes temàtiques musicals per províncies a Catalunya (2009)



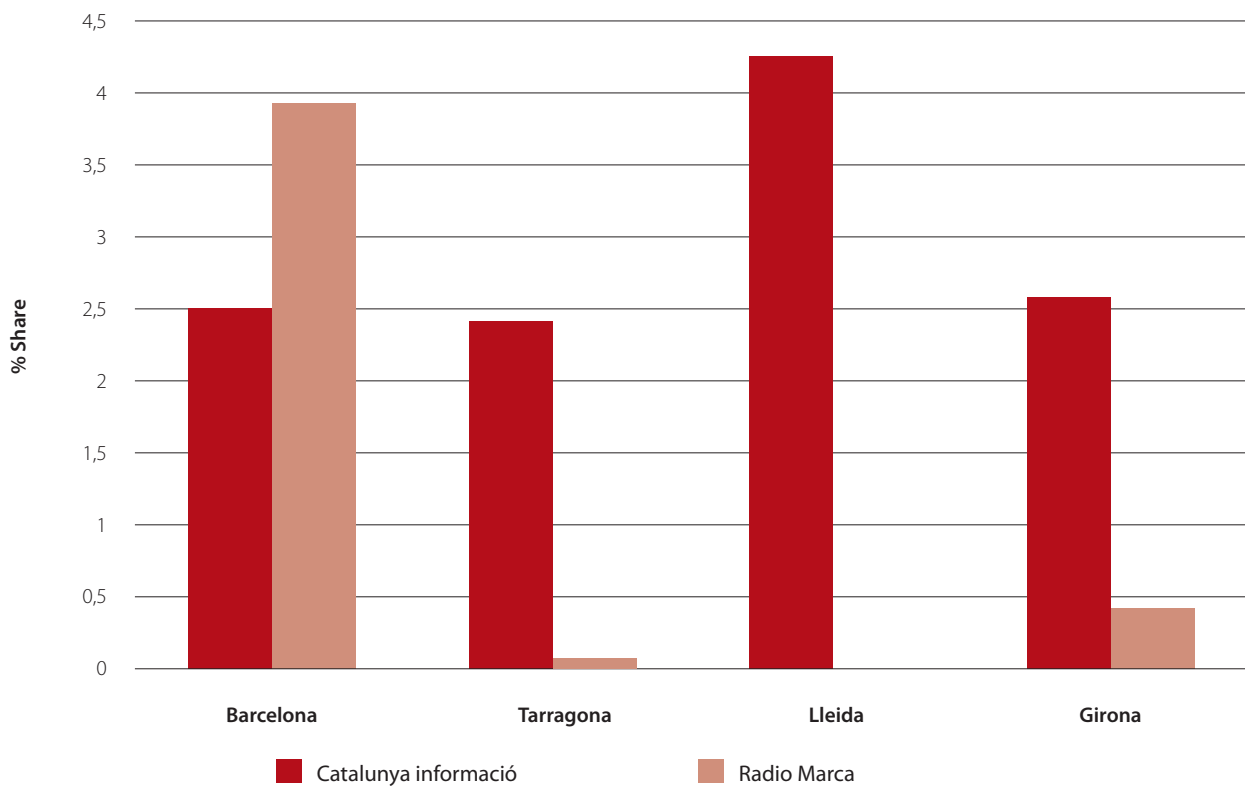
Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM (febrer-novembre 2006).

**Gràfic 4.** Evolució de l'audiència de les cadenes temàtiques musicals durant els dies feiners a Catalunya (2009). Audiència acumulada de 01:00 a 24:00 hores



Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM (febrer-novembre).

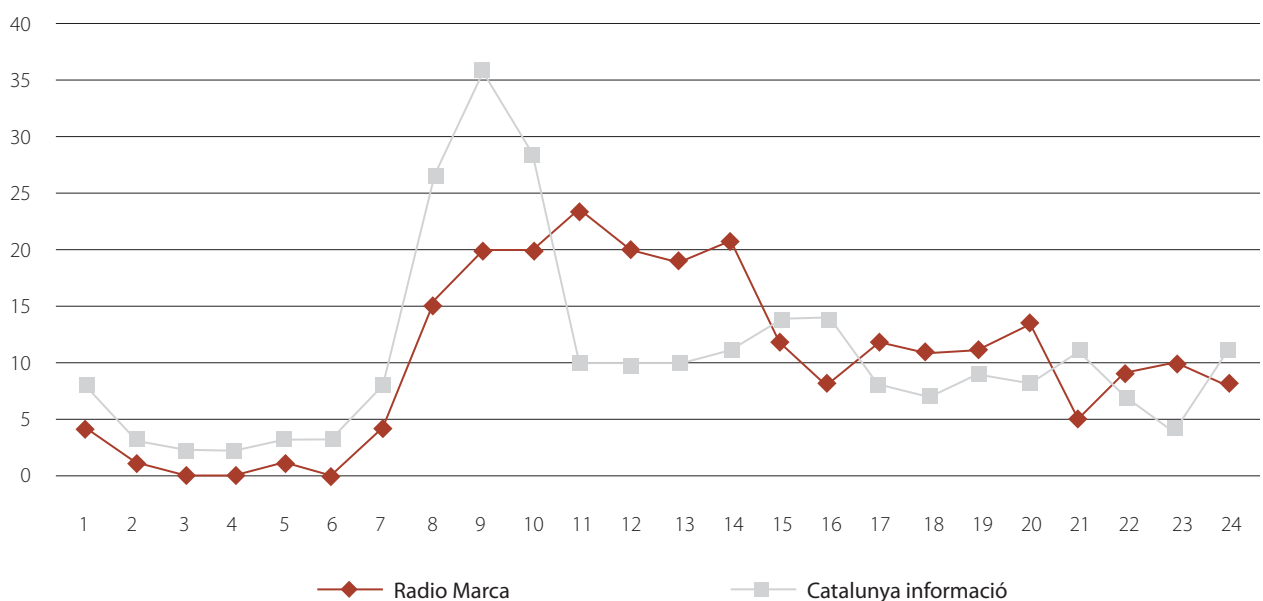
**Gràfic 5.** Quota d'audiència de les cadenes temàtiques informatives per províncies a Catalunya (2009)



Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

**Gràfic 6.** Evolució de l'audiència de les cadenes temàtiques informatives durant els dies feiners a Catalunya (2009). Audiència acumulada de 01:00 a 24:00 hores



Univers: Persones de 14 o més anys, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer - novembre)

**Taula 11.** Audiència de les cadenes temàtiques informatives per característiques sociodemogràfiques a Catalunya (2009)

	CATALUNYA INFORMACIÓ	RADIO MARCA
Gènere		
Home	2,4	2,2
Dona	1,5	0,2
Nivell econòmic		
Alt	3,9	1,1
Mitjà-alt	2,6	1,4
Mitjà	1,6	1,2
Mitjà-baix	1,1	1
Baix	1,1	0,5
Edat		
14-19	0,4	0,4
20- 24	0,8	0,9
25- 34	1,8	1,9
35- 44	2,6	1,8
45-54	3	1,3
55-64	2	0,8
65 i més	1,4	0,3
Llengua Familiar preferent		
Català	3,2	0,7
Indistintament	2,3	1,4
Castellà	0,8	1,5
Altres	1,4	0,9
Nacionalitat		
Espanyola	2,1	1,2
Resta	0,8	0,7

Dades: Percentatge en sentit horitzontal. Audiència acumulada. Mitjana diària de dilluns a diumenge.  
 Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

*El percentatge de penetració de la ràdio informativa ni tan sols arriba al 4% de la població catalana*

## 5. Conclusions

- Només la ràdio musical sembla que té una certa capacitat per reactivar el consum radiofònic. De fet, la ràdio ha estat capaç de mantenir-se per sobre de la barrera del 50% de penetració gràcies a aquest sector, l'índex de penetració de la qual ha passat del 26% (2008) al 30% (2009), mentre que la ràdio generalista i informativa es mantenen estancades al voltant del 26% i del 4%, respectivament. La força de la música sembla que domina sobre l'atracció de la paraula.
- Aquests percentatges vénen acompanyats d'altres dades que també són un símptoma clar de la major fortalesa de les programacions musicals durant el 2009. Per exemple, l'ascens de la ràdio musical ha quedat reflectit pràcticament a totes les franges horàries de la setmana. I una altra prova més contundent: Flaix FM i RAC 105 han aconseguit superar enguany els 200.000 oients setmanals i s'han apropat, a poc a poc, a 40 Principales.
- Des de la perspectiva que aporta l'estudi dels diferents grups sociodemogràfics, també es pot esmentar una idea en aquest sentit: la ràdio musical ha aconseguit un lloc molt important entre les opcions d'oci de les persones amb un nivell econòmic baix. Però, tot i aquest optimisme que es desprèn de l'evolució del sector musical, l'anàlisi del comportament global davant el sector radiofònic apunta més aviat a l'estancament del consum, ja que només ha augmentat de manera significativa en aquells sectors que mostraven els índexs de penetració més baixos els darrers exercicis.
- A l'hora d'assenyalar la cadena amb la millor evolució durant el 2009, la resposta és clara: RAC 1. La cadena del Grupo Godó ha esdevingut enguany la més escoltada a Catalunya entre les 9.00 i les 21.00 hores. L'any anterior només assolía aquest lideratge en dos períodes (entre les 12.00 i les 14.00 hores i entre les 15.00 i les 20.00).

## 6. Fonts d'informació consultades

- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Estudi General de Mitjans Ràdio Catalunya* (EGM), febrer-novembre 2009.

# CAPÍTOL IV

## Apunts sobre la recerca «La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur»

Per **Josep Maria Martí, Xavier Ribes, María Gutiérrez, Luisa Martínez i Belén Monclús.**

---

En aquest capítol presentem un resum dels resultats obtinguts en la recerca sobre la ràdio i els joves catalans portada a terme des de l'OBS. L'objectiu principal de l'anàlisi ha estat conèixer les causes de la desafecció del jovent envers la ràdio. Aquest fenomen és conegut a través de l'observació empírica dels professionals del mitjà i es constata amb les dades que, onada rere onada, revela l'*Estudi General de Mitjans* (EGM). En el text fem esment de la metodologia emprada en aquesta recerca, però ens centrem en la descripció d'usos i hàbits de consum radiofònic juvenil en un context multimèdia. La radiografia elaborada sobre el nostre objecte d'estudi ens ajuda a explicar el fenomen mediàtic analitzat.

---



Durant el període que va del 1996 al 2008, la penetració de la ràdio a Catalunya entre els joves de 14 a 19 anys ha baixat un total de 17,5 punts percentuals, i en el grup de 20 a 24 anys, la davallada, tot i que és menor, ha estat de 13 punts, segons les dades de l'*Estudi General de Mitjans* (EGM). Aquest és un fenomen que no només succeeix a Catalunya, sinó que està reproduint-se de manera generalitzada a tot l'Estat espanyol i, fins i tot, a altres mercats internacionals.

En qualsevol cas, el binomi ràdio i joves, en un context digital, és un camp d'investigació fèrtil, sobretot en l'àmbit català i espanyol. Malgrat això, les anàlisis sobre la desafecció dels joves cap al mitjà radiofònic són una urgència que sobrepasa l'àmbit acadèmic; la nostra recerca, «La ràdio i els joves. Problemàtica actual i tendències de futur», per exemple, neix d'una demanda de la mateixa indústria. Així, l'Observatori de la Ràdio a Catalunya va rebre l'encàrrec de part de l'Associació Catalana de Ràdio (ACR)<sup>1</sup> de portar a terme la recerca que presentem de manera resumida en aquest text.

---

*La ràdio a Catalunya experimenta una pèrdua progressiva d'audiència juvenil des de fa una dècada*

---

Els anomenats *mitjans convencionals* (premsa, ràdio i televisió) des de fa aproximadament una dècada experimenten una pèrdua progressiva de penetració entre els segments més joves de la població. És evident que els mitjans de comunicació convencionals estan perdent quota de mercat entre la població catalana<sup>2</sup> de 14 a 24 anys enfront d'Internet i les plataformes digitals. Segons dades de l'EGM i de l'EGM Ràdio Catalunya, el mitjà que més públic juvenil ha perdut és el radiofònic, amb una caiguda d'entre el 17,5% i el 13% depenent del segment d'edat. En qualsevol cas, aquest decreixement es podria explicar

---

1. El conveni es va signar l'octubre de 2008.

2. Al llarg del text, s'utilitzarà aquest gentilici per anomenar els joves que resideixen a Catalunya independentment de quin sigui el seu lloc de naixement.

pels canvis que s'estan produint en els interessos culturals i socials dels joves en la seva vida quotidiana, provocats, bàsicament, per la influència de l'ús de la xarxa en les seves pràctiques i en l'adopció constant de *gadgets*, com ara el telèfon o els dispositius electrònics digitals. Sota aquest paraigua, hem dissenyat els objectius de la nostra anàlisi, els quals queden recollits en tres idees bàsiques:

- Esbrinar quines són les causes de la desafecció d'aquest sector poblacional envers el mitjà radiofònic.
- Conèixer els usos i hàbits actuals de consum radiofònic dels joves catalans en el nou context multimèdia, així com les expectatives que preveuen de futur per al mitjà. Aquesta informació ens servirà per determinar les possibilitats que les noves tecnologies oferiran a curt i mitjà termini per incorporar els joves catalans a l'escolta de ràdio, ja sigui via hertziana o *online*.
- Finalment, aquesta investigació proposa accions per a les emissores de ràdio catalanes amb la finalitat d'augmentar el consum radiofònic juvenil.

## Plantejament metodològic

El treball de camp de la nostra anàlisi, en la primera fase, va suposar la realització d'un Delphi amb els gestors de continguts radiofònics; en aquesta sessió, els professionals van aportar la seva visió del futur i van fer una reflexió sobre la situació actual del mitjà en el transcurs de dues hores.

Les reflexions formulades pels gestors de continguts ajuden a comprendre la desafecció dels joves envers la ràdio, des de l'òptica de la indústria.

---

*Segons els professionals de la ràdio, la música és el producte que podria propiciar l'acostament dels joves a la ràdio*

---

- Els professionals consideren que la música és el producte que podria atreure els joves cap a la ràdio, i que aquesta hauria d'emetre amb un model de programació diferent de l'actual perquè reconeixen que

aquesta és una de les raons per les quals el mitjà perd audiència juvenil. En aquest sentit, el rol de la ràdio, com a prescriptora musical s'ha anat perdent, possiblement per la repetició d'un patró que s'ha volgut reciclar sense gaire èxit i ha perpetuat la figura de la ràdio com a catàleg musical.

- En un context on impera la convergència de les noves tecnologies, la ràdio sembla que encara no s'ha adaptat, tot i que aquest és el moment propici per reconstruir el mitjà a partir de creació de nous formats i serveis i/o pensar en diferents models de negoci amb altres indústries culturals. Sobre aquest punt, els professionals reconeixen que Internet i les xarxes socials són el nou escenari de promoció i de *feedback* de les cadenes radiofòniques.
- Finalment, l'emotivitat en la ràdio és una de les tasques pendents del mitjà. Els professionals destaquen que aquest recurs ha estat poc explotat i la falta de vincles emotius no ha facilitat que s'estableixi una relació de proximitat de la ràdio amb la joventut catalana.

La informació que obtinguérem dels professionals de la ràdio va dirigir bona part dels eixos temàtics del qüestionari, segona fase de l'anàlisi, al qual es van sotmetre 1.002 joves de 14 a 24 anys residents a Catalunya entre el 23 de febrer i el 6 de març de 2009. L'objectiu de l'enquesta

era conèixer els usos i hàbits actuals de consum radiofònic dels joves en el nou context multimèdia a partir de la doble perspectiva de gènere (home *versus* dona) i segment d'edat juvenil (de 14 a 18 anys i de 19 a 24 anys).

El qüestionari estava organitzat en tres apartats temàtics: en el primer es feien preguntes sobre el consum mediàtic; en el segon, s'abordaven les pràctiques culturals dels joves a Catalunya, i, finalment, s'interrogava sobre la incidència que té el mitjà radiofònic dins la seva dieta mediàtica. Aquest darrer ítem és el que centrarà el nostre discurs en els següents paràgrafs.

## 1. Resultats

---

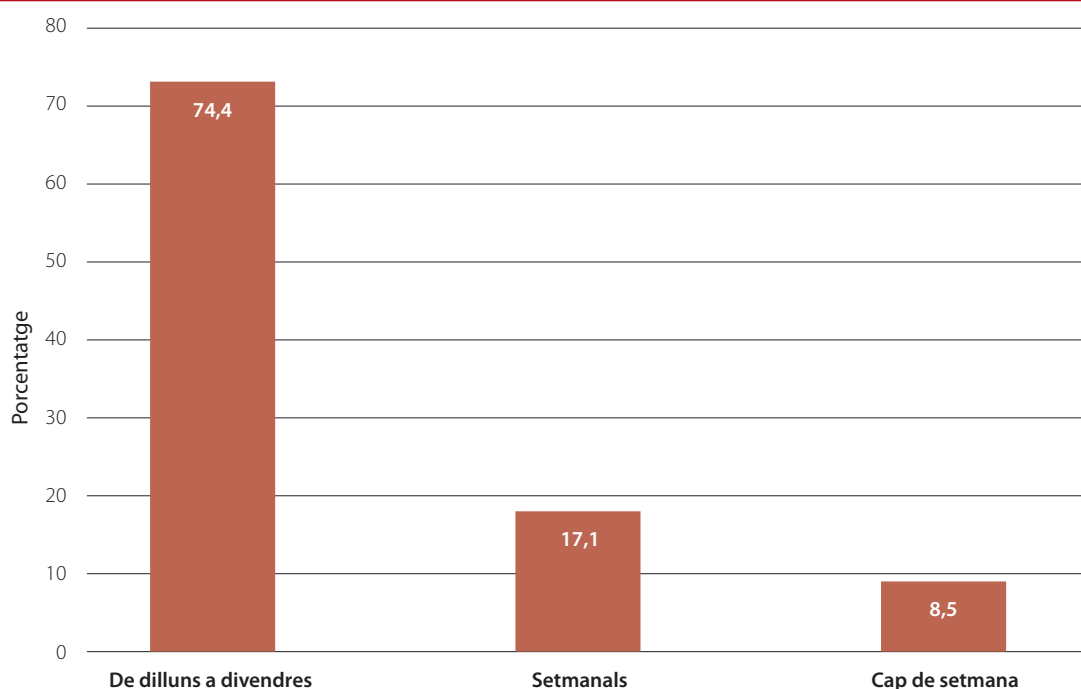
*Un 97% dels joves enquestats a Catalunya escolten la ràdio*

---

Els resultats obtinguts de l'enquesta evidencien que el 97% dels joves es declaren oients de ràdio i ho són majoritàriament entre setmana (74,4%). A continuació, apareix l'opció setmanal (17,1%), i el percentatge més baix correspon al cap de setmana (8,5%).

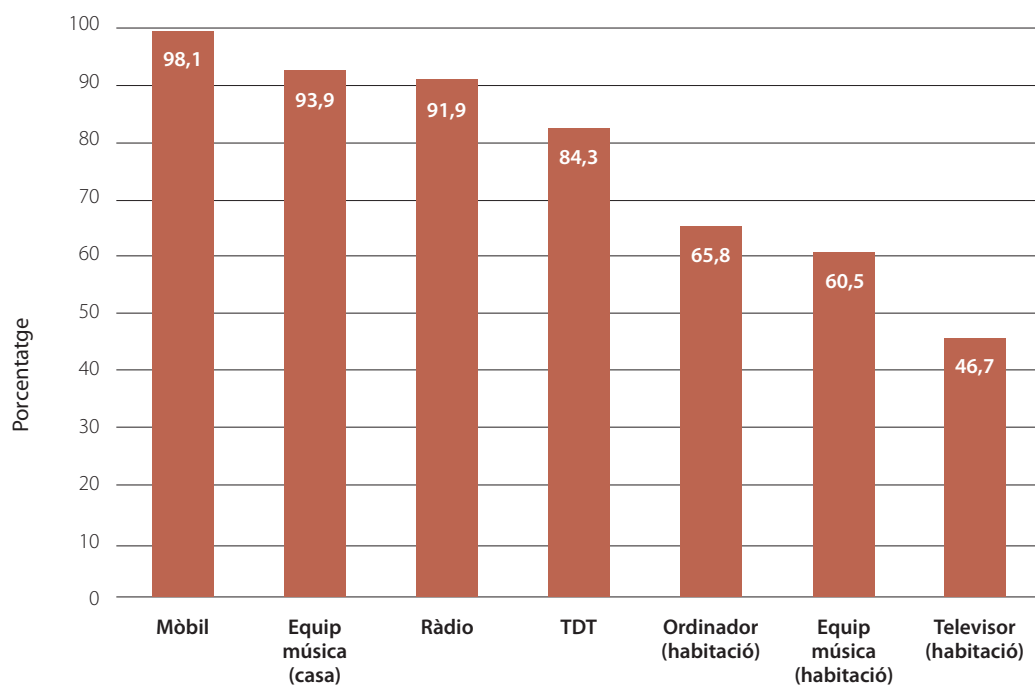
Tal com es pot observar en el gràfic 1, es confirma la tendència a sintonitzar més la ràdio els dies feiners que durant

**Gràfic 1.** Distribució setmanal de l'audició dels joves catalans de 14 a 24 anys segons programa preferent



\* La suma de valors és superior a 100%, atès que un mateix individu pot estar en dues o més categories.  
Font: Enquesta Ràdio i joves (l'OBS i ODEC, 2009).

**Gràfic 2.** Equipament tecnològic a la llar dels joves catalans de 14 a 24 anys, 2009



Font: Enquesta Ràdio i joves (l'OBS i ODEC, 2009).

el cap de setmana.<sup>3</sup> Cal afegir que el nostre estudi no evidencia actituds diferenciades per gènere i/o segment d'edat.

### *La música és el producte cultural de la ràdio més consumit pels joves catalans*

Com ja esmentaren els gestors de continguts radiofònics que participaren en el Delphi, els oients de ràdio hertziana, ja siguin nois o noies i independentment de la seva edat, prefereixen els continguts musicals. El nostre estudi revela que hi ha el 13% d'oients, però, que es decanten pels programes d'humor. Aquest interès es manifesta tant en homes com en dones, especialment en el grup dels joves d'entre 19 i 24 anys (els més joves no mostren interès per l'humor). També els programes informatius són els preferits per al 13% dels joves oients enfront del 6% dels no

oients. Aquest interès és més elevat (16%) entre els joves de 19 a 24 anys.

Una de les primeres causes que podríem descartar en la davallada de l'audiència radiofònica juvenil és la relacionada amb l'accés a dispositius receptors, tant de senyal analògic com digital, ja que el 91,9% dels enquestats afirmen que disposen, almenys, d'un aparell de ràdio al seu domicili.

D'altra banda, els joves manifesten majoritàriament que disposen d'equips de música a les seves llars (93,9%), i el 60,5% afirmen que el tenen a la seva habitació. El 46,7% de les habitacions dels joves, a més, estan equipades amb un televisor i el 65,8% compten amb un ordinador instal·lat.

La llar es mostra com l'espai preferit pels joves catalans per relacionar-se tant amb els dispositius com amb els productes. Així, el 92,9% de la mostra diuen que escolten música a casa. El temps de desplaçament, ja sigui en transport privat (79,5%) o públic (63,4%), també és emprat per escoltar música.

### *El 72,8% dels joves catalans escolten música a través de reproductors MP3 d'ús individual*

Els dispositius d'ús individual tenen un alt índex d'ús: els reproductors d'MP3 són la principal font musical dels joves (72,8%). De fet, el 85,6% en disposen d'un (el

3. Aquestes premisses també són verificades des de l'*Estudi d'opinió pública sobre els mitjans de comunicació a Catalunya 2009*, elaborat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Encara que aquesta recerca no s'ajusta al nostre objecte d'estudi, ens ha semblat interessant destacar que el consum radiofònic entre la població de 18 a 34 anys és menor els dies feiners (23,4%) que durant el cap de setmana [en línia]. <<http://www.cac.cat/web/reerca/estudis/llicitat.jsp?MjU%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9yZWNIcmNhL2VzdHVkaXMvbkGxpc3RhENvbnRlbnQ%3D#>> [Consulta: 29 setembre 2009]



87,2% dels nois i el 83,9% de les noies). Quasi la meitat (49,9%) afirmen que l'utilitzen cada dia. El sector més jove (55%), de 14 a 18 anys, és una mica més propens al seu ús diari que el sector més gran (46,4%), de 19 a 24 anys.

---

*Internet és, per als professionals de la ràdio, l'espai que podria dinamitzar l'acostament dels joves al mitjà*

---

Una de les grans apostes de la indústria radiofònica i on radiquen moltes esperances de captivar els joves és Internet, segons els experts i operadors radiofònics. Per això resulta destacable que més d'una quarta part dels joves (27,6%) desconegui l'existència de les pàgines web d'emis-

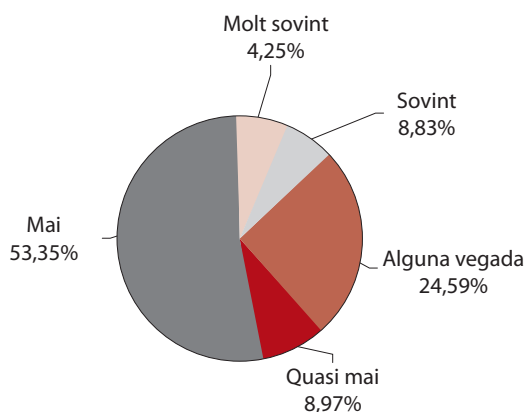
sores de ràdio: sols el 72,4% són capaços de dir el nom d'alguna emissora que tingui espai web. En aquest sentit, el desconeixement pot ser una de les causes per les quals menys de la meitat (46,7%) declari que visita pàgines web d'emissores de ràdio. Així, majoritàriament (53,35%) els joves no visiten els webs de les emissores. A més, dels visitants, el 71,8% (el 33,56% del total de joves) diuen que les visiten «alguna vegada» o «quasi mai». Sols el 28% dels visitants (el 13,08% del total de joves) es poden considerar audiència fidel, perquè són els que declaren que visiten espais web radiofònics «sovint» o «molt sovint».

---

*Tres de cada deu joves enquestats escolten la ràdio per Internet*

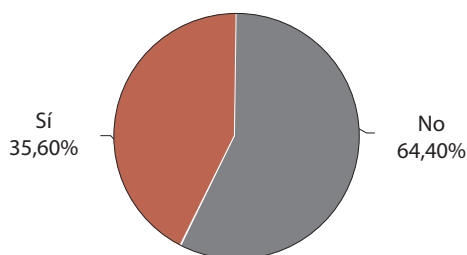
---

**Gràfic 3.** Fidelitat de les visites als espais web de les emissores de ràdio dels joves catalans de 14 a 24 anys, 2009



Font: Enquesta Ràdio i joves (l'OBS i ODEC, 2009).

**Gràfic 4.** Escolta de ràdio per Internet dels joves catalans de 14 a 24 anys, 2009



Font: Enquesta Ràdio i joves (l'OBS i ODEC, 2009).

Pel que fa al consum de ràdio a través d'Internet, trobem que els oients d'aquest tipus suposen el 35,6% dels enquestats. En aquest aspecte, els nois (39,8%) superen les noies (31,3%).

L'escolta de la ràdio per Internet es pot qualificar d'espòrànica. Així ho declaren el 56,4% dels consumidors de *bitcasters*. Sols el 22% d'aquest grup diu que accedeix a l'escolta de ràdio per Internet setmanalment. El 13% d'aquest segment, per contra, declaren que escolten ràdio per Internet diàriament. Si tenim present el nombre total de joves catalans (i no només el 35,6% que es declaren *ciberoients*), el 13% anterior queda diluït en el total de la mostra i les xifres resultants, pel que fa a la fidelitat dels joves catalans en relació amb el consum de ràdio per Internet, no arribaria al 5% (4,62%).

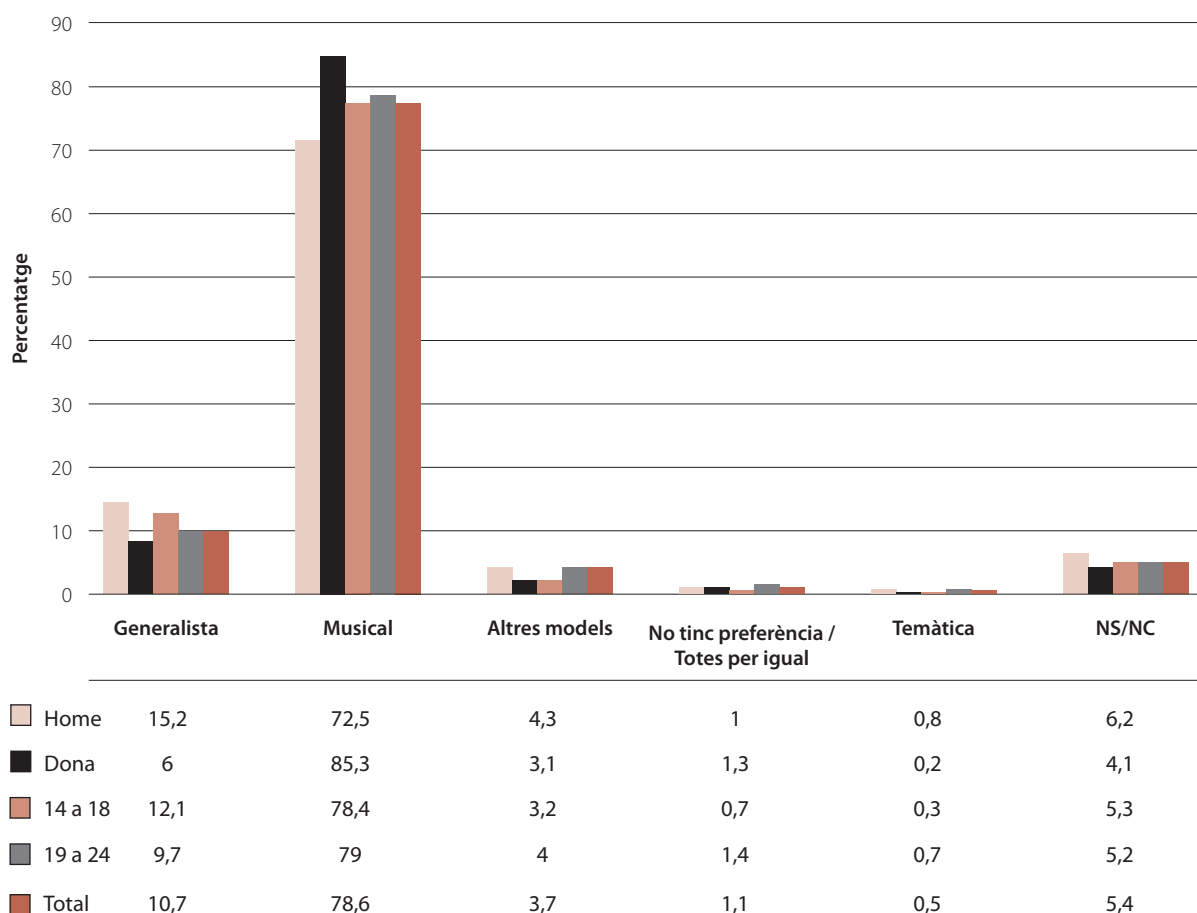
L'accés a Internet és pràcticament universal (97,9%) i es fa, bàsicament, des de casa (pròpia o d'altres) i des del lloc d'estudi. L'ús de les xarxes socials (com ara Facebook o MySpace) és elevat, especialment entre les noies. Podrien ser un vehicle per arribar a aquest sector poblacional.

Els joves utilitzen les xarxes P2P per descarregar tot tipus d'arxius, especialment música, pel·lícules i programes informàtics.

Hi ha una relació evident entre els escoltes de *bitcasters* i els visitants de webs radiofòniques (78,4%). Amb tot, el 28,7% dels joves diuen que visiten els webs, però no esdevenen *ciberoients*. Potenciar l'escolta per Internet, doncs, sembla que és una bona manera d'incrementar el coneixement de l'oferta radiofònica.

En aquesta recerca ens interessava conèixer l'oferta de programes i de continguts radiofònics que els joves prefereixen en la seva dieta mediàtica. Especialment, volíem corroborar si la ràdio temàtica musical era el model de programació preferent entre aquest sector poblacional. El gràfic 5 en mostra la rellevància: el 79% enfront a d'altres opcions. Encara que sota la denominació de «temàtica» s'inclou la musical, nosaltres hem optat per diferenciar-les en dues variables mitjançant l'exclusió. Així, la primera correspon a aquella oferta que no és estrictament musical, mentre que la segona representa aquelles que sí que

**Gràfic 5.** Models de programació preferits pels joves catalans de 14 a 24 anys, 2009



Font: Enquesta Ràdio i joves (l'OBS i ODEC, 2009)

ho són. Sota la denominació «altres models», hem inclòs emissores fonamentalment de caràcter local que articulen els seus continguts a partir d'estructures de programació híbrides.

L'associació ràdio i música és l'eix fonamental de la construcció de l'imaginari del mitjà entre els oients més joves. De fet, la seva oferta de continguts musicals és el seu valor més preuat, seguit a no gaire distància de la variable «NS/NC», que evidencia el que ja s'ha apuntat en l'epígraf anterior sobre la qualitat de l'escolta.

Podríem concloure que els continguts radiofònics són la característica més valorada pels joves de 14 a 24 anys, ja que la suma de les categories música, informació i varietat de continguts, en la qual s'han recollit altres modalitats (humor, esport i entreteniment), algunes fruit de diferents combinatòries (música i informació, música i humor), representa el 51% sobre el total de les respostes.

---

*Els joves valoren de la ràdio la seva immediatesa, l'accessibilitat i la possibilitat de fer altres tasques mentre s'escolta la seva programació*

---

Els joves han valorat els aspectes positius del mitjà i, entre d'altres, han destacat el seu caràcter d'immediatesa, l'accessibilitat, perquè «es pot escoltar a tot arreu»,<sup>4</sup> i la possibilitat de compartir la seva audició amb l'execució d'altres activitats, ja que «pots escoltar-la mentre fas altres coses».<sup>5</sup> S'ha d'assenyalar que qüestions com ara l'estil comunicatiu i la interactivitat, també incloses en aquesta variable, han assolit valors percentuals poc significatius. Finalment, han manifestat que la publicitat (27% sobre el total de respostes) i els continguts no musicals (25%) són els dos aspectes més negatius de la ràdio com a mitjà de comunicació. La publicitat, perquè s'excedeix, és a dir, trenca el *continuum*, i els continguts no musicals, perquè contradiuen l'imaginari de la ràdio, construït sobre la base de l'associació ràdio i música. Ara bé, la incidència de la categoria «NS/NC» (23%), de nou, apareix amb un valor percentual significatiu que és un indicatiu del baix interès que desperta el mitjà entre aquests segments de la població.

Les dades del qüestionari expliquen gràficament l'ús que fan els joves catalans de la ràdio hertziana i *online*. Amb aquesta informació hem pogut caracteritzar els perfils tant dels joves que escolten la ràdio com els dels que no ho fan. Aquests perfils els hem complementat amb la informació

---

4. Resposta a la pregunta: «En general, què t'agrada més de la ràdio com a mitjà de comunicació?»

5. Resposta a la pregunta: «En general, què t'agrada més de la ràdio com a mitjà de comunicació?»

sobre consum mediàtic i cultural dels individus. Malgrat això, aquest treball no estaria complet sense la valoració qualitativa dels joves, sense el seu discurs, de primera mà, entorn de la ràdio.

El relat etnogràfic dels joves catalans que hem recollit, a partir de l'organització de dos grups de discussió, ens aporta alguns elements per al debat sobre possibles vies per atreure aquest sector de la població a la ràdio.

- Els integrants dels dos grups van declarar-se radiooients, en major o menor grau, però aquest mitjà es troba en tercera posició quant a preferència.
- El consum de la ràdio és una pràctica privada i els horaris són matinals (desplaçaments a centres d'estudi o centres laborals) i nocturns (a casa).
- La música és, sens dubte, el producte més escoltat pels joves catalans. En aquest sentit, els joves argumenten que valoren la varietat musical de la ràdio i reconeixen que és des d'aquest mitjà des d'on organitzen les playlist dels seus reproductors MP3. Aquestes llistes les obtenen a través de les pàgines web de les cadenes. Així, la ràdio esdevé per als joves una prescriptora musical.

---

*Els resultats qualitatius de la investigació revelen que els joves identifiquen la ràdio com un mitjà per a adults*

---

- El grup en el qual van participar els joves de 19 a 24 anys identifica la ràdio com un mitjà adreçat a adults, sobretot pels continguts que es plantegen en els programes. En tots dos grups, es visualitzen en un futur com a radiooients d'informació i de música.
- Reconeixen que estan immersos en un context de noves tecnologies dedicades a l'oci, i tota l'oferta, unida a les seves activitats diàries, és la que genera dèficit de consum de la ràdio.
- La participació en ràdio és un dels temes que cal investigar, i sobre això els joves van mostrar-se poc receptius, però quan se'ls va proposar opcions hipotètiques de participació gratuïta van semblar-hi més disposats.
- Les tres coses que els joves catalans participants en els focus groups voldrien trobar a la ràdio són: música variada, agenda (amb activitats de cap de setmana) i notícies en profunditat.

Finalment, podem dir que els joves catalans fan ús de la ràdio i que aquesta compleix un rol circumstancial en el seu consum cultural quotidià. Malgrat això, hi ha poca identificació amb el mitjà, la qual cosa comporta una participació nul·la per part d'aquest grup poblacional.

## 2. Conclusions

L'arquitectura metodològica d'aquesta recerca té com objectiu estudiar els diferents fronts analítics que estan presents en el binomi ràdio i joves. D'aquesta manera, hem aconseguit incloure, en un mateix estudi, l'estat de la qüestió gràcies a la consulta de diverses fonts estadístiques de referència; el punt de vista dels professionals de la ràdio; l'obtenció de dades quantitatives, per l'aplicació de l'enquesta amb criteris de representativitat, i, finalment, el retrat etnogràfic dels subjectes protagonistes de l'estudi.

La cartografia que s'ha obtingut amb aquesta anàlisi explica els motius de la desafecció dels joves catalans envers la ràdio, que queden resumits en la llista següent:

- La característica del model de programació actual de la ràdio és una de les causes principals de l'actual desafecció dels joves de 14 a 24 anys.
- La indústria radiofònica ha perpetuat pràctiques que expliquen la pèrdua del sector juvenil com a audiència, com ara:
  - Homogeneïtzació generalitzada dels formats i de la programació radiofònica en general i, especialment, en la ràdio musical.
  - Un descens de l'impacte de la marca atesa la falta de reconeixement dels continguts que gestiona, la qual cosa provoca una falta d'identitat sonora.
  - El trencament del vincle emocional amb l'audiència com a efecte de l'extinció de la figura del discjòquei.
  - La ràdio musical d'antena convencional ja no actua com a prescriptora principal, ja que ha estat substituïda per Internet.
- La irrupció d'Internet i la incorporació dels més joves de manera natural a l'entorn digital ha agreujat la crisi. Aquest context ha augmentat les possibilitats d'oci dels joves, sobretot amb els dispositius mòbils, la qual cosa provoca la disminució del consum de mitjans de comunicació tradicionals, que esdevé circumstancial. A més, els joves relacionen la ràdio amb un mitjà per a gent adulta. De fet, el consum radiofònic ocupa el tercer lloc després de la televisió i Internet, i està supereditat a l'interès individual.
- La ràdio, doncs, es troba davant d'un nou perfil de consumidor enfront del qual les actuals estratègies no acaben de funcionar.
- Pot semblar que les dades del nostre estudi contradueixen els estudis d'audiència i de consum, referència per als operadors radiofònics, ja que una de les nostres conclusions és que els joves catalans sí que escolten la ràdio. El que passa és que, majoritàriament, no ho tenen com un hàbit quotidià i l'escolta és

esporàdica i, principalment, es concentra en la franja matinal (mentre es desplacen al centre educatiu o de treball) o en horari nocturn (a casa).

- Coincidint amb els estudis de referència, observem que la música esdevé el contingut preferent per sobre de la resta (esport, informació, humor, etc.) i, lògicament, les emissores i/o cadenes temàtiques musicals són també les més sintonitzades.
- L'oferta de participació juvenil gratuïta és una de les demandes d'aquesta població i, en aquest sentit, la ràdio hauria d'habilitar espais de participació i generar dinàmiques de reconeixement i d'identificació amb la indústria radiofònica.
- Finalment, tal com indiquen les dades, hi ha una relació entre l'escolta per Internet i el coneixement de l'oferta radiofònica. Per tant, estimular el consum radiofònic a través de la xarxa és una bona manera d'apropar la graella programàtica convencional als joves catalans.

## 3. Bibliografia

- ARBITRON I JACOBS MEDIA. *The Bedroom Project. How young Americans use and interact with Media* [en línia]. <<http://www.thebedroomprojectstudy.com>> [Consulta: novembre 2008]
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC). *Estudio General de Medios - EGM Ràdio Catalunya*. Madrid: AIMC, 1996-2009.
- CASTELLS, M. [et al.]. *La transició a la societat xarxa*. Barcelona: UOC-ARIEL, 2007.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC). *Estudi d'opinió pública sobre els mitjans de comunicació a Catalunya 2009* [en línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2009. <<http://www.cac.cat/web/recerca/estudis/llistat.jsp?MjU%3D&MQ%3D%3D&L3dIYi9yZWNIcmNhL2VzdHVkaXMvbGxpc3RhdENvbnRlbnQ%3D#>> [Consulta: setembre 2009]
- EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU) - SIS. *Public Youth Radio in Europe*. Ginebra: Estrategic Information Service of EBU, 2008.
- FUNDACIÓ AUDIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA (FUNDACC). *La dieta mediàtica i cultural dels joves* [en línia]. Barcelona: FUNDACC, 2008. <[http://fundacc.org/fundacc/ca/dades/informespecials/contentMain/0/text\\_files/file4/la\\_dietamediatica\\_i\\_cultural\\_dels\\_joves\\_%20dades.pdf](http://fundacc.org/fundacc/ca/dades/informespecials/contentMain/0/text_files/file4/la_dietamediatica_i_cultural_dels_joves_%20dades.pdf)> [Consulta: octubre 2008]
- — *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Ràdio i Joves a Catalunya*. Barcelona: FUNDACC, 2209. [Document privat encarregat per l'OBS]

- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (IDESCAT). *Evolució recent de la natalitat a Catalunya* [en línia]. Barcelona, 2009 <<http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/cataleg/pdfdocs/dossier01.pdf>> [Consulta: setembre 2009]
- — *Anuari Estadístic de Catalunya 2007* [en línia]. Barcelona: Institut d'Estadística de Catalunya, 2008. <<http://www.idescat.cat>> [Consulta: entre setembre 2008 i novembre 2009]
- — DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ. «Pràctiques culturals i activitats de lleure 2006». *Anuari Estadístic de Catalunya 2007*. Barcelona: Institut d'Estadística de Catalunya, 2008.
- MARTÍ, J. M. «L'oferta radiofònica a Catalunya, entre la maduresa i la crisi». *Quaderns del CAC; núm. 18*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2004, p. 31-36

# CAPÍTOL V

## Perspectiva econòmica del sector radiofònic a Catalunya

Per **Joan Maria Corbella**, professor de la Universitat Pompeu Fabra i membre del grup UNICA (Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual) i **Xavier Cubeles**, professor de la Universitat Pompeu Fabra i investigador de la Fundació Barcelona Media.

---

L'escenari econòmic recent del sector de la ràdio a Catalunya es caracteritza, sobretot, per les conseqüències derivades de la crisi econòmica general i, fonamentalment, per la reducció de les vendes publicitàries, que des del 2008 va començar a afectar les emissores i cadenes, amb algunes diferències dins el sistema d'agents i espais que caracteritzen l'estructura complexa del sector. Amb tot, la ràdio de Catalunya el 2008 —darrer any del qual es pot obtenir informació oficial suficient sobre els seus comptes— va resistir millor que en el conjunt de l'Estat els primers embats de la crisi. D'acord amb les dades de despesa publicitària, però, el 2009 la tendència negativa va continuar.

---



## 1. Introducció

Si hi ha un fet que caracteritza el panorama econòmic actual de la ràdio a Catalunya, com al conjunt de l'Estat espanyol, és l'arribada dels efectes de la crisi econòmica general, després d'un període força llarg de creixement sostingut en el volum d'ingressos procedents de la venda de publicitat, que va facilitar l'ampliació de l'oferta amb noves propostes empresarials i en va permetre l'expansió d'altres, convertint el sector en un sistema amb un grau d'equilibri entre agents i espais comunicatius més gran que el que mai abans s'havia assolit. Tot i així, l'estructura econòmica interna no presenta variacions substancials respecte a la que es va descriure en l'informe de l'any passat, encara que resulten significatives les diferències de comportament dels seus components respecte a la reducció d'ingressos per vendes.

La crisi en el sector a Catalunya ja es va començar a fer palesa durant la darrera part de l'any 2008, tot i que de manera menys accentuada que en altres mitjans de comunicació (premsa i televisió), a la vista dels estudis sobre la progressió de la inversió publicitària. Aquesta tendència negativa —de moment basada únicament en les estimacions solvents sobre les vendes de publicitat per les empreses— es va perllongar i aprofundir el 2009, després d'uns anys centrals de la dècada en constant creixement.

---

*La crisi en el sector a Catalunya ja es va començar a fer palesa durant la darrera part de l'any 2008, tot i que de manera menys accentuada que en altres mitjans*

---

Això no obstant, amb les dades dels comptes oficials de les empreses, la imatge de síntesi de les magnituds econòmiques de la ràdio a Catalunya l'any 2008 —últim període que permet obtenir dades disponibles de la majoria de les empreses— revela que el sector va aguantar millor a Catalunya que en el conjunt d'Espanya els primers estralls de la crisi.

Atès que aquest capítol persegueix presentar l'estructura i la dinàmica del sector, tal com es va fer en l'edició anterior de l'informe, s'adopta com a punt de partida els comptes oficials de les empreses, i s'analitzen els principals

indicadors —ingressos d'explotació, vendes i subvencions públiques atorgades— i les relacions de proporcionalitat entre ells. Tot això, d'altra banda, interrelacionat amb el mapa complex d'espais comunicatius en joc (i el seu ventall d'agents participants) en la ràdio de Catalunya, porta a presentar les diferències entre les emissores i cadenes privades d'abast local, català i espanyol (i les emissores que aquestes tenen a Catalunya) i les emissores públiques d'abast català, sempre referides a l'any 2008.

---

*El sector va aguantar millor a Catalunya que en el conjunt d'Espanya els primers estralls de la crisi*

---

Tal com vam indicar en l'informe anterior, hem optat per fonamentar l'estudi en les dades econòmiques oficials que les empreses proporcionen, ja que permet assolir millor l'objectiu, tot i les mancances que cal acceptar, sobretot, la impossibilitat d'obtenir informació dels resultats d'algunes emissores i cadenes, i que cal cenyir el treball a l'any de les darreres dades disponibles de la immensa majoria de cadenes, amb la pèrdua d'actualitat tan important en un període d'incertesa econòmica com és l'actual.

Per això, tot i aquestes consideracions, l'estudi es complementa amb referències econòmiques sobre l'exercici de 2009 respecte a l'anàlisi dels resultats que proporcionen les dues institucions que fan el seguiment de la inversió publicitària a Espanya —la font principal de vendes de les empreses. Aquesta via d'Informació sobre la dinàmica del sector, sempre més actualitzada, es pot contrastar posteriorment amb els resultats comptables oficials i observar les desviacions que es produeixen, però l'anàlisi de les sèries històriques indica que és de gran utilitat per identificar les tendències.

## 2. Plantejament metodològic de l'estudi

### 2.1. Plantejament general

En coherència amb el que s'ha expressat en el punt anterior, i seguint el procediment que es va iniciar en l'informe anterior, el punt central del treball que aquí es presenta fa



referència a l'anàlisi del sector a partir de les dades econòmiques i comptables oficials de les empreses públiques i privades que operen a la ràdio a Catalunya, amb les acotacions que s'indiquen en el punt 2.2.

D'aquesta manera, l'estudi se centra en els ingressos per vendes declarats per aquests agents radiofònics —la publicitat contractada és l'entrada més important de recursos en el sector privat—, però també permet conèixer els altres ingressos d'explotació que puguin obtenir de la seva activitat, subvencions incloses, i establir les ràtios pertinents. En paral·lel, permet observar altres magnituds, de les quals destaquem el nombre de treballadors en plantilla, atès que és un dels que tradicionalment es prenen en consideració per abordar la dimensió d'un sector.

L'estudi dels ingressos declarats és de gran utilitat per poder fer l'anàlisi comparativa amb les xifres que ofereixen les institucions de seguiment de la inversió publicitària en mitjans, tant pel que fa a la desviació de les dades relatives a la inversió controlada com a la inversió estimada amb els seus procediments tècnics d'imputació de valors. La informació dels seus estudis aporta elements de gran interès, sobretot pel que fa a les comparacions de tendències respecte als altres mitjans, però creiem imprescindible contrastar-la amb els comptes oficials, i sobretot a Catalunya, atesa l'encara escassa tradició de mesura del mercat publicitari radiofònic i les dificultats que comporta quant a l'univers considerat.

## 2.2. Univers de l'estudi

Per a l'elaboració de l'estudi econòmic del sector sobre els comptes oficials de les emissores i cadenes, es va partir del mateix cens bàsic d'empreses establert per al treball fet l'any anterior, tot i que s'han introduït certs canvis que seguidament es detallen.

---

*La relació d'empreses de l'Associació Catalana de Ràdio, que inclou totes les principals empreses privades de ràdio que operen a Catalunya, es va mantenir com a llista inicial de referència*

---

Per tant, la relació d'empreses de l'Associació Catalana de Ràdio, que inclou totes les principals empreses privades de ràdio que operen a Catalunya, es va mantenir com a llista inicial de referència. Aquesta llista va ser ampliada amb altres empreses de rellevància vinculades als principals grups o cadenes de ràdio incloses en l'esmentada relació, així com per les dues societats de titularitat pública del sec-

tor amb cobertura autonòmica (Catalunya Ràdio SRG, SA i l'Agència de Comunicació Local, SA).

D'aquesta tasca, en va resultar una llista amb un total de 57 societats o empreses, de les quals s'ha obtingut informació econòmica i comptable en 52 casos. D'aquests, però, tan sols es va obtenir informació comptable de 34 societats relativa als exercicis 2007 i 2008 (o, substitutivament, dels anys 2006 i 2007). A més a més, d'aquestes es van excloure de l'anàlisi les societats següents, perquè van tenir un índex d'activitat molt baix els anys 2007 i 2008: Sistema Català de Radiodifusió, SL; Editorial Catalana de Televisió i Radio, SA; Onda Ramblas de Radio, SL; Ondas, SA; Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SA; Agrupación Radiofónica, SA, i Avante Radio, SA.<sup>1</sup>

Tenint en compte aquests canvis respecte del treball publicat en l'informe de l'any passat, en aquest estudi s'inclouen les dades dels exercicis 2007 i 2008, per tal de poder fer una anàlisi de l'evolució del sector de manera homogènia.<sup>2</sup>

No obstant això, les 27 empreses resultants analitzades s'han agrupat en les mateixes categories que en el treball de l'any passat (vegeu l'Annex per al detall):

- **A. Ràdios privades de Catalunya:** societats mercantils de titularitat privada que operen en el mercat de la ràdio i que tenen la seva seu social a Catalunya. Aquestes empreses s'han classificat en els grups següents:
  - A.1. De cobertura autonòmica
  - A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya)
  - A.3. Ràdios locals/comarcals/independents
- **B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic:** societats mercantils de titularitat pública que proveeixen serveis de ràdio per a l'àmbit del territori de tot Catalunya.
- **C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya** (amb seu central a Madrid): societats mercantils de titularitat privada que operen en el mercat de la ràdio de Catalunya i que tenen la seva seu social a Madrid.

---

1. A més a més, i en comparació amb les societats que en l'*Informe sobre la ràdio a Catalunya 2008* es van analitzar, s'han exclòs, d'una banda, 6 societats extingides el 2008 (Ràdio i Televisió Sant Celoni, SLU; Berguedana de Ràdio i Televisió, SLU; Gironina de Ràdio, SAU; Ona Catalana, SAU; Radio Costa Brava, SAU, i Ràdio La Cerdanya, SAU), i de l'altra, 3 societats de les quals no s'ha obtingut la informació comptable dels anys posteriors al 2006 (Flaix FM, SA; Ràdio Flaixbac, SA, i Antena 3 de Radio, SA).

2. En aquest sentit, cal remarcar que la comparació de les dades que es presenten en aquesta edició de l'estudi amb les de l'anterior seria errònia, ja que suposaria contrastar informacions elaborades amb censos diferents d'empreses radiofòniques de Catalunya.

No s'han pres en consideració les emissores públiques de caràcter local o comarcal, per la impossibilitat de disposar de dades econòmiques suficients. Igualment, no s'ha fet cap estimació de la part del sector privat, del qual no es tenen dades fiables. Davant d'això, cal fer les consideracions següents:

- **A. Ràdios privades de Catalunya**

A.1. De cobertura autonòmica: l'estudi cobreix exhaustivament aquest segment.

A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya): l'estudi cobreix exhaustivament el segment, però no s'hi inclou l'activitat comercial que es fa directament per les empreses dominants (vegeu l'apartat C).

A.3. Ràdios locals/comarcals/independents: amb els instruments d'informació disponibles, l'abast de l'estudi és limitat, per la dificultat d'obtenir dades oficials de les empreses. Això converteix en arriscat valorar la seva aportació en termes econòmics al sector. Amb tot, els estudis sobre exercicis anteriors basats en l'anàlisi de la inversió publicitària d'Enric Yarza (Yarza, 2008) permeten concloure que representen un volum molt reduït en el total.

**B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic.** És complet en aquest segment de les de titularitat pública, però manquen les ràdios públiques d'abast municipal o comarcal. Com en el punt anterior, els estudis de Yarza permeten valorar que la seva aportació és igualment reduïda al conjunt de la ràdio a Catalunya.

**C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya (seus centrals a Madrid).** Es dona la informació com a referència, però caldria una anàlisi suplementària de la seva participació en el mercat català. També en aquest cas, cal tenir en compte les estimacions de Yarza en els diversos treballs aplicats al llarg dels anys.

Les dades econòmiques emprades en aquest estudi s'han obtingut dels comptes de les empreses, segons apareixen en el Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics (SABI), i corresponen a l'any 2008, si no s'indica el contrari.

### 3. El context econòmic de la ràdio a Catalunya

Abans de presentar les xifres que descriuen econòmicament el sector radiofònic a Catalunya, cal fer referència

als principals recursos disponibles per al finançament de l'activitat: essencialment, l'obtenció d'ingressos per la venda d'espai per a la publicitat —i ocasionalment d'altres serveis i productes—, les aportacions públiques en forma de subvenció a entitats públiques o privades i, en el cas de les corporacions públiques, la possibilitat de recórrer a l'endeutament.

En els apartats següents es fa referència a allò que representa cadascun d'ells a l'actualitat a Catalunya i l'anàlisi de la fiabilitat de les estimacions en el cas de la publicitat. Prèviament, però, s'ha considerat oportú fer referència al context econòmic de la ràdio espanyola i la participació catalana en el conjunt.

#### 3.1. Dimensions econòmiques del sector radiofònic a Espanya i participació catalana

La situació econòmica de la ràdio a Catalunya i la seva evolució estan íntimament vinculades a allò que succeeix en el sector radiofònic espanyol, atès que hi ha uns elements de dependència fonamentals que determinen bona part del que passa en el mitjà.

El més important, i que condiciona la resta, és el fet que hi ha tres empreses radiofòniques d'àmbit estatal (programadores de les cadenes SER, COPE i Onda Cero) que concentren, almenys, dues terceres parts de l'audiència a Espanya, tant en la programació generalista (la SER va obtenir el 2009 una quota de mercat del 38%, i entre les tres cadenes arribaven al 69%, d'acord amb les dades de l'*Estudi General de Mitjans*) com en la temàtica (les cadenes de la SER sumaven quasi el 45% de quota de mercat a Espanya, i entre les tres empreses superaven el 66% el mateix any, segons l'*Estudi General de Mitjans*). En conseqüència, aquestes tres empreses tenen una capacitat per orientar *de facto* les estratègies comercials (tarifes publicitàries) de tot el sector en el mercat espanyol, però també d'influir a escala catalana. Tot i que la seva quota de mercat a Catalunya és sensiblement inferior i hi ha altres empreses que hi participen notòriament, la centralització de gran part de la inversió publicitària espanyola en les cadenes d'àmbit estatal els atorga un avantatge competitiu i una capacitat d'acció molt gran en el sector radiofònic català.

---

*La centralització de gran part de la inversió publicitària espanyola en les cadenes d'àmbit estatal els atorga un avantatge competitiu i una capacitat d'acció molt gran en el sector radiofònic català*

---

Així, d'acord amb les dades de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT), l'any 2008 aquestes tres primeres empreses radiofòniques acaparaven el 92% dels 442 milions d'euros d'ingressos comercials del sector a Espanya (vegeu la taula 1), és a dir, sense comptar les subvencions i altres fonts de finançament públic.<sup>3</sup> Tot i que amb el pas dels anys, i gràcies a l'augment d'iniciatives radiofòniques d'abast autonòmic, la participació de les tres grans empreses del sector ha anat baixant, hi segueix havent una estructura clarament dominada per elles: d'acord amb les dades de la CMT, les altres cadenes generalistes i temàtiques d'abast espanyol, juntament amb les cadenes autonòmiques privades i públiques (quan obtenen ingressos comercials), compartirien una part del pastís publicitari avaluada en menys de 35 milions d'euros l'any 2008.

*L'any 2008 aquestes tres primeres empreses radiofòniques acaparaven el 92% dels 442 milions d'euros d'ingressos comercials del sector a Espanya*

**Taula 1.** Evolució de l'estructura d'ingressos comercials de la ràdio a Espanya

	2004	2005	2006	2007	2008
Total sector	336,5	375,3	403,9	443,7	442,1
Tres empreses líders	330,4	367,5	393,6	424,4	407,5
Resta del sector	6,1	7,8	10,3	19,3	34,6
Quota de mercat de les tres empreses líders	98,2%	97,9%	97,4%	95,7%	92,2%

Dades: Xifres en milions d'euros.

Font: Elaboració pròpia amb dades de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones.

A grans trets, aquestes dades coincideixen amb les que aporta l'estudi de *Notícies de la Comunicació* per al mercat espanyol de la ràdio, elaborat a partir dels comptes oficials de les empreses.<sup>4</sup> D'acord amb aquest estudi,

3. Per a l'any 2008, la CMT fixava en 176,8 milions d'euros el conjunt de subvencions, inclosos els contractes programa, les altres fonts de finançament públic, així com l'autorització d'endeutament per als organismes públics de ràdio que hi ha a Espanya.

4. *Notícies de la Comunicació*, núm. 295 (octubre 2009).

el volum de negoci del sector l'any 2008 fou de 439,2 milions, dels quals el 95% corresponien a les tres grans corporacions radiofòniques. Si s'afegeix la quarta cadena generalista d'àmbit espanyol (Onda Rambla - Punto Radio), la quota de mercat de les grans cadenes assoleix el 98% dels ingressos comercials de la ràdio a Espanya, i quedarien prop de nou milions d'inversió publicitària generada per la resta d'agents radiofònics públics i privats.

Tot i la gran proximitat en les xifres que una i altra font proporcionen, l'anàlisi efectuada pels autors d'aquest treball sobre els comptes anuals oficials de les empreses catalanes (vegeu les pàgines següents) contradiu algun dels resultats que se'n desprenen: els ingressos per vendes del conjunt d'agents radiofònics de Catalunya l'any 2008 sumaven gairebé 54 milions d'euros, dels quals gairebé 18 milions corresponen a empreses de les cadenes estatals esmentades<sup>5</sup> (una tercera part), i prop de 36 milions (dues terceres parts) corresponen a cadenes públiques i privades d'abast català i local. En qualsevol cas, cal considerar que els càlculs sobre el mercat radiofònic espanyol subestimen els ingressos generats per les companyies d'abast local i autonòmic —almenys en el cas de Catalunya— i, en conseqüència, la seva aportació i quota dins l'economia de la ràdio de l'Estat espanyol.

*Els càlculs sobre el mercat radiofònic espanyol subestimen els ingressos generats per les companyies d'abast local i autonòmic, almenys en el cas de Catalunya*

Des d'una altra perspectiva, el panorama de la ràdio espanyola mostra clarament l'impacte de la crisi econòmica a partir de l'any 2008, com es pot comprovar en la taula 1, després d'un període d'expansió ininterrompuda des del 2003. Així, en l'interval dels darrers cinc anys fins a l'any 2007 el creixement acumulat del volum de negoci del sector va ser del 36%, dinàmica que es va trencar el 2008, i, d'acord amb les estimacions provisionals des del seguiment de la despesa publicitària, s'hauria agreujat l'any 2009. Cal advertir, però, que la davallada d'ingressos comercials del primer any de l'arribada de la crisi als mitjans va ser inferior a l'1% en la ràdio, amb les dades

5. Cal afegir que l'informe de *Notícies de la Comunicació* recull, amb dades proporcionades per la mateixa empresa, que la seva activitat a Catalunya l'any 2008 aportà 17,2 milions de les vendes publicitàries de la Cadena SER (8,1% del total). Pel que fa a la COPE, el 4,5% de les vendes publicitàries de l'any 2008 van tenir lloc des de Catalunya (4,4 milions), una quantitat que ha anat augmentant des dels dos milions anuals de l'inici de la dècada (2,6% del total d'ingressos).

de la CMT, molt més moderada que la corresponent a la televisió en obert (9,6%) en el mateix any. Pel que fa a Catalunya, l'any 2008 el sector va mantenir aproximadament les xifres, a causa de la compensació entre les dades dels agents tradicionals i l'aportació d'alguns dels més nous al mercat.

*En l'interval dels darrers cinc anys fins a l'any 2007, el creixement acumulat del volum de negoci del sector va ser del 36%, dinàmica que es va trencar el 2008*

### 3.2. Les estimacions sobre la inversió publicitària

Atès que la despesa publicitària de les empreses és la principal font d'ingressos del sector, els estudis sobre l'evolució d'aquesta activitat són de gran importància per a l'avaluació de la dinàmica econòmica de la ràdio. Sobretot perquè amb els procediments usuals de rastreig i mesura esdevé possible conèixer les tendències que es produeixen en el mercat, de manera anticipada als resultats recollits en els comptes d'explotació de les empreses. En segon lloc, pel fet que facilita la comparació també avançada del comportament dels diversos mitjans suport de la publicitat.

D'acord amb les dades de la font d'anàlisi amb més antiguitat, Infoadex, l'evolució recent de la inversió publicitària a la ràdio a Espanya (vegeu la taula 2) corrobora la descripció efectuada a partir dels comptes d'explotació de les empreses: creixement sostingut fins al 2007; canvi de tendència el 2008, amb una baixada del 5,3% sobre l'exercici anterior, i avança una reducció del 16% en els resultats de l'any 2009 sobre el de l'inici de la crisi, sempre per al conjunt de l'Estat. Cal afegir que en els dos darrers exercicis, afectats per la crisi econòmica, el mitjà radiofònic va resistir millor que el conjunt dels mitjans tradicionals: per al conjunt, la davallada de 2008 respecte al 2007 fou de l'11%, i el diferencial entre 2009 i l'anterior ofereix un resultat negatiu de pràcticament el 21%. D'aquesta manera, el sector ràdio hauria pogut augmentar mínimament la seva participació en el total de la despesa publicitària que s'adreça als mitjans de comunicació.

*En els dos darrers exercicis, afectats per la crisi econòmica, el mitjà radiofònic va resistir millor que el conjunt dels mitjans tradicionals*

**Taula 2.** Inversió publicitària total i en la ràdio a Espanya, segons Infoadex (2005-2009)

	2005	2006	2007	2008	2009
Total inversió estimada en mitjans convencionals	6.720,7	7.306,9	7.985,1	7.102,8	5.621,3
Inversió estimada en ràdio	609,9	636,7	678,1	641,9	537,3
Participació de la ràdio en el total dels mitjans convencionals	9,1%	8,7%	8,5%	9,0%	9,6%

Dades: Xifres en milions d'euros.  
Font: Infoadex.

Per la seva banda, l'estudi *Índice de inversión publicitaria* (i2p) que elabora l'empresa Arce Media (vegeu la taula 3) corrobora el pes del mitjà ràdio en el conjunt i la seva progressió, i els situa en unes dimensions semblants, però discrepa en l'avaluació del volum de negoci generat per la publicitat al sector i al conjunt dels mitjans, i rebaixa les xifres proporcionades per Infoadex. Igualment, estima un ritme diferent pel que fa a l'impacte de la crisi sobre la ràdio: l'any 2008 proporciona una davallada més accentuada que Infoadex (8% de reducció de la inversió publicitària respecte a l'any 2007), mentre que el darrer any pràcticament coincideix (15,8%). Pel que fa al conjunt dels mitjans, en ambdós períodes fa una valoració tres punts més pronunciada de l'impacte de la crisi (14% i 24%, respectivament) que Infoadex.

**Taula 3.** Inversió publicitària total i en la ràdio a Espanya, segons i2p (2007-2009)

	2007	2008	2009
Total inversió estimada en mitjans convencionals	7.718	6.647,6	5.058,1
Inversió estimada en ràdio	648,8	596,2	502,0
Participació de la ràdio en el total dels mitjans convencionals	8,4%	9,0%	9,9%

Dades: Xifres en milions d'euros.  
Font: Arce Media: *Índice de inversión publicitaria* (i2p).

De la contrastació entre les xifres estimades d'inversió publicitària en la ràdio i els comptes d'explotació

de les empreses i per al conjunt del sector, es desprèn una desviació notable en els resultats, tot i que no alteren l'anàlisi de les tendències en el temps. Així, pel que fa a Infoadex, els darrers anys ha sobreestimat els ingressos publicitaris (sempre en relació amb els comptes oficials) al voltant del 31%, mentre que Arce Media ho ha fet entre el 26% i el 28%. Aplicant aquestes proporcions, es podria avançar que el volum total de negoci del sector radiofònic espanyol se situaria l'any 2009 al voltant dels 370 milions d'euros.

*De la contrastació entre les xifres estimades d'inversió publicitària en la ràdio i els comptes d'explotació, es desprèn una desviació notable en els resultats, tot i que no alteren l'anàlisi de les tendències en el temps*

### 3.2.1. Inversió publicitària a la ràdio a Catalunya

Els estudis de seguiment i estimació del volum d'inversió publicitària per al cas de Catalunya tenen menys tradició i compten amb el problema afegit de la imputació a cadena o emissora local de la facturació. Amb tot, tant Infoadex com Arce Media<sup>6</sup> han començat a proveir dades. Infoadex estudia, però, un ventall d'empreses encara manifestament insuficient per avaluar el sector radiofònic català (Catalunya Ràdio, RAC 1 i les emissores barcelonines de les grans cadenes espanyoles), per la qual cosa les dades que proporciona (8,6 milions d'euros el 2008 i 20,7 milions el 2009) reflecteixen l'evolució estrictament de les cadenes i emissores esmentades.

Per això, en el cas de Catalunya, de moment resulten més indicatives les estimacions d'inversió publicitària que proporciona l'estudi basat en les dades d'Arce Media (vegeu la taula 4). D'acord amb aquest estudi, la participació de la ràdio en el conjunt de la inversió en els mitjans convencionals és superior a la que es dona per a la globalitat de l'Estat espanyol, cosa perfectament lògica si es té en compte que la immensa majoria de la publicitat destinada a la televisió (que, al seu torn, té la quota més elevada entre tots els mitjans) queda al marge del paisatge comunicatiu català. Alhora, aquesta quota manté una progressió remarkable en els darrers anys.

6. Infoadex: *Estudio Infoadex sobre la inversión publicitaria en Cataluña en 2009* (policopiado). Asociación Empresarial de Publicidad/Arce Media/Media Hot Line/Medio Publico: *Estudi 2009 de la inversió publicitària a Catalunya* (policopiado).

*En el cas de Catalunya, de moment resulten més indicatives les estimacions d'inversió publicitària que proporciona l'estudi basat en les dades d'Arce Media*

**Taula 4.** Inversió publicitària total i en la ràdio a Catalunya, segons i2p (2005-2009)

	2005	2006	2007	2008	2009
Total inversió estimada en mitjans convencionals	660,0	689,5	698,0	583,4	461,0
Inversió estimada en ràdio	75,2	79,1	85,9	79,6	70,1
Participació de la ràdio en el total dels mitjans convencionals	11,4%	11,5%	12,3%	13,6%	15,2%

Dades: Xifres en milions d'euros.

Font: Arce Media: *Índice de inversión publicitaria* (i2p).

Tot i l'interès evident d'aquestes dades, també aquí, com es feia en el cas espanyol, cal fer l'advertència de la discrepància entre l'estimació publicitària —a la baixa els dos darrers anys— i l'anàlisi dels comptes de les empreses, que es xifrarà al voltant del 23% per a l'any 2008.

### 3.3. Els recursos públics al sector ràdio

Juntament amb els ingressos per vendes, essencialment d'espai publicitari, l'altra font de finançament important per a la ràdio a Catalunya la constitueix el conjunt de recursos que les diverses institucions públiques (Generalitat de Catalunya, diputacions, ajuntaments, consells comarcals) hi aporten, així com l'ajut indirecte per la via de l'endeutament dels ens públics. D'aquests recursos, en aquest informe ens referim únicament als ajuts directes a les empreses radiofòniques privades, provinents de la Generalitat, i a les aportacions públiques a les dues entitats radiofòniques del sector públic (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i Agència de Comunicació Local), per la dificultat d'accedir a la informació de tot el sector de la ràdio i les administracions locals.

### 3.3.1. Les subvencions a la ràdio privada

Des de l'any 2005, la Generalitat de Catalunya va estendre la seva política de foment de la llengua catalana i de suport a l'espai català de comunicació —fins llavors exclusiva de la premsa escrita— a la ràdio, la televisió i els mitjans informatius digitals, en dues modalitats: ajuts a l'explotació (ajuts estructurals, amb un import que es calcula automàticament en relació amb les hores d'emissió en català) i ajuts a projectes específics per a la millora de la seva activitat.

Com es pot verificar a la taula 5, el volum d'aquests ajuts a les empreses privades representa una aportació reduïda a l'economia del sector a Catalunya i està pràcticament estabilitzat en els darrers exercicis. Pel que fa als ajuts a l'explotació, el nombre de beneficiaris no ha variat significativament en aquests anys (16 a la darrera convocatòria), i l'impacte en els comptes d'ingressos de les empreses es pot valorar si es té en compte que els imports percebuts van oscil·lar entre 19.000 i 74.000 euros, amb un import mitjà de poc més de 34.000 euros.

---

*El volum dels ajuts a les empreses privades representa una aportació reduïda a l'economia del sector a Catalunya i està pràcticament estabilitzat en els darrers exercicis*

---

### 3.3.2. El finançament de les empreses públiques de ràdio de Catalunya

Com ja s'ha indicat, no hi ha dades disponibles de l'economia de les emissores públiques municipals de Catalunya, per la qual cosa en aquest apartat només es pot fer referència a l'activitat de les emissores de la Corporació Cata-

lana de Mitjans Audiovisuals (Catalunya Ràdio SRG) i a l'Agència de Comunicació Local (COMRàdio).

Com ja destacàvem en l'informe de l'any passat, les xifres d'ambdues institucions permeten comprovar la importància que té l'aportació pública —directa o indirecta— als mitjans públics en la magnitud econòmica del sector radiofònic de Catalunya, en comparació amb l'aportació de la publicitat (que inclou també la que es va destinar a les emissores públiques) i les subvencions a les empreses privades.

---

*Les xifres d'ambdues institucions permeten comprovar la importància que té l'aportació pública —directa o indirecta— als mitjans públics en la magnitud econòmica del sector radiofònic de Catalunya*

---

#### 3.3.2.1. Catalunya Ràdio SRG, SA

El conjunt de cadenes de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va tenir el 2008 uns ingressos d'explotació de 49,2 milions d'euros (vegeu la taula 6), xifra que representà un fort increment respecte de l'any anterior, en què es van comptabilitzar 16,1 milions d'euros per aquest concepte. La justificació d'aquesta diferència radica en fet que el 2008 —a diferència del 2007— es va transferir la subvenció del Govern de la Generalitat de Catalunya (inclosa a *Altres ingressos d'explotació*) prevista per equilibrar el pressupost de la societat. Així, tot i que es van incrementar les despeses d'explotació de l'empresa, les seves pèrdues d'explotació d'un any a l'altre es reduïren de 30,1 a 2,0 milions d'euros (del 2007 al 2008).<sup>7</sup>

---

7. El 2007 i els anys anteriors, el règim de finançament de Catalunya Ràdio SRG, SA suposava que les pèrdues de la societat comportaven una ampliació del seu grau d'endeutament.

**Taula 5.** Import total dels ajuts del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació a la ràdio privada de Catalunya (2005-2009)

Modalitat d'ajut	2005	2006	2007	2008	2009
Ajuts estructurals	398.442	486.787	584.793	536.362	545.000
Ajuts a projectes	460.030	462.476	1.356.560	1.214.800	1.198.000
Total	858.472	949.263	1.941.353	1.751.362	1.747.000

Dades: Xifres en euros.

Font: Elaboració pròpia amb les dades publicades al *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*.

**Taula 6.** Comptes d'exploració de Catalunya Ràdio SRG SA (anys 2007 i 2008)

	2007	2008
Ingressos d'exploració	16.066.734	49.181.516
Vendes netes	15.821.888	15.298.684
Altres ingressos d'exploració	244.846	33.882.832
Despeses d'exploració	46.219.355	51.202.717
Pèrdues d'exploració	30.152.621	2.021.201
Treballadors	419	431

Dades: Xifres en euros

Font: Elaboració pròpia amb dades d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics.

*El conjunt de cadenes de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va tenir el 2008 uns ingressos d'exploració de 49,2 milions d'euros*

### 3.3.2.2. Agència de Comunicació Local, SA

Per la seva banda, l'Agència de Comunicació Local (COMRàdio) va obtenir (vegeu la taula 7) el mateix any 2008 ingressos per un import de 12,8 milions d'euros, dels quals només un 11% corresponia a ingressos per vendes, una proporció molt similar a la de l'any anterior. En ambdós anys s'observa un resultat de pèrdues d'exploració, tot i el suport que aquest ens percep en concepte de transferències comptabilitzades a *Altres ingressos d'exploració*.

*L'Agència de Comunicació Local (COMRàdio) va obtenir el mateix any 2008 ingressos per un import de 12,8 milions d'euros, dels quals només un 11% corresponia a ingressos per vendes*

## 4. La dimensió econòmica del sector radiofònic de Catalunya

L'anàlisi dels comptes oficials de les empreses, tenint en compte les consideracions metodològiques assenyalades en

**Taula 7.** Comptes d'exploració de l'Agència de Comunicació Local, SA (anys 2007 i 2008)

	2007	2008
Ingressos d'exploració	10.699.466	12.810.017
Vendes netes	1.241.285	1.415.445
Altres ingressos d'exploració	9.458.181	11.394.572
Despeses d'exploració	11.094.881	13.102.211
Pèrdues d'exploració	395.415	292.194
Treballadors	113	99

Dades: Xifres en euros

Font: Elaboració pròpia amb dades d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics.

l'apartat 2, permet fer el següent diagnòstic de l'evolució del sector radiofònic a Catalunya del 2007 al 2008 des de la perspectiva econòmica. Concretament, s'han estudiat les dades que fan referència a ocupació laboral, ingressos d'exploració i participació de les vendes en aquests ingressos.

### 4.1. L'ocupació en el sector

La xifra de treballadors en plantilla en les empreses radiofòniques de Catalunya (vegeu la taula 8) se situà en, aproximadament, 900 persones, amb una lleugera tendència a la baixa del 2007 al 2008. A aquesta xifra caldria, a més, sumar-hi els empleats de les emissores municipals, per la qual cosa en realitat podem considerar que el sector públic és, amb diferència, la principal borsa de força de treball en el sector. En aquest sentit, cal tenir en compte que Catalunya Ràdio SRG, SA i l'Agència de Comunicació Local, SA concentraren prop del 60% dels treballadors del cens d'empreses analitzades.

*La xifra de treballadors en plantilla en les empreses radiofòniques de Catalunya se situà en, aproximadament, 900 persones, amb una lleugera tendència a la baixa del 2007 al 2008*

D'altra banda, l'increment de l'oferta de cadenes privades d'abast català suposà un augment del nombre de treballadors en aquestes empreses (152 el 2007 i 159 el 2008). Per contra, l'evolució d'aquesta magnitud té un sentit negatiu d'un any a l'altre en les emissores de les grans cadenes

**Taula 8.** Ocupats del sector de la ràdio de Catalunya (any 2007 i 2008)<sup>(1)(2)</sup>

	2007		2008	
	Nombre	%	Nombre	%
<b>A. Ràdios privades de Catalunya</b>				
A.1. De cobertura autonòmica	152	16,8	159	17,8
A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya)	186	20,6	177	19,8
A.3. Ràdios locals/comarcals/independents	33	3,7	26	2,9
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>41,1</b>	<b>362</b>	<b>40,6</b>
<b>B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic</b>				
<b>Total</b>	<b>532</b>	<b>58,9</b>	<b>530</b>	<b>59,4</b>
<b>TOTAL RÀDIO A CATALUNYA</b>	<b>903</b>	<b>100,0</b>	<b>892</b>	<b>100,0</b>
<b>C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya (seus centrals a Madrid)</b>				
<b>Total</b>	<b>2.423</b>		<b>2.450</b>	

(1) Dades de l'any 2008 (o bé del 2007, si no es disposa de la informació del 2008), segons cens d'empreses de la taula 10.

(2) Empleats directament per part de les empreses.

Font: Elaboració pròpia a partir de la relació de membres de l'Associació Catalana de Ràdio i de les dades d'*Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics*.

estats a Catalunya (186 el 2007 i 177 el 2008), les quals, no obstant això, encara ocupaven més empleats que no pas les primeres.

## 4.2. Ingressos d'explotació del sector

Els ingressos totals d'explotació (vegeu la taula 9), d'acord amb les dades dels comptes de les empreses incloses en aquest estudi, es xifraven en poc més de 66 milions d'euros l'any 2007 i en 101,9 milions d'euros el 2008. Com ja s'ha assenyalat anteriorment, aquest fort increment s'explica per la comptabilització de la transferència de la Generalitat de Catalunya a Catalunya Ràdio SRG, SA.

Si s'analitzen de manera més detallada les dades, i deixant de banda l'evolució de les empreses de titularitat pública, es constaten les tendències principals següents:<sup>8</sup>

- D'una banda, hi ha hagut un increment dels ingressos en el grup de ràdios privades de cobertura autonò-

mica, els quals van passar de 17,5 milions d'euros el 2007 a 19,5 el 2008.

- I de l'altra, s'observa una evolució negativa del total d'ingressos d'explotació en la resta d'empreses privades del sector, molt especialment en les que formen part de grups d'abast estatal: tant en les delegacions amb seu a Catalunya (20,3 milions d'euros el 2007 i 19,0 el 2008), com en les societats que operen a Catalunya i tenen la seva seu central a Madrid (de 469,3 milions d'euros el 2007 a 448,1 el 2008).

*Hi ha hagut un increment dels ingressos en el grup de ràdios privades de cobertura autonòmica*

Si es prenen com a punt de referència els ingressos totals d'explotació (és a dir, incloent-hi les transferències i altres ingressos de les empreses), s'observa la següent estructura del sector de la ràdio a Catalunya l'any 2008: un 60,8% dels ingressos corresponen a les societats de titularitat pública, i el 39,2% restant, a les de titularitat privada.

8. Cal remarcar novament que en aquesta anàlisi no s'inclouen les empreses que es van extingir l'any 2008, les quals, en general, tenien un índex d'activitat baix en termes econòmics el 2007. Per a més detall, vegeu l'apartat 2.2. d'aquest mateix article.



**Taula 9.** Total d'ingressos d'explotació del sector de la ràdio de Catalunya (any 2008)<sup>(1) (2)</sup>

	2007		2008	
	Euros	%	Euros	%
<b>A. Ràdios privades de Catalunya</b>				
A.1. De cobertura autonòmica	17.524.869	26,5	19.457.503	19,1
A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya)	20.318.076	30,8	19.041.971	18,7
A.3. Ràdios locals/comarcals/independents	1.445.346	2,2	1.407.635	1,4
<b>Total</b>	<b>39.288.291</b>	<b>59,5</b>	<b>39.907.109</b>	<b>39,2</b>
<b>B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic(3)</b>				
<b>Total</b>	<b>26.766.200</b>	<b>40,5</b>	<b>61.991.533</b>	<b>60,8</b>
<b>TOTAL RÀDIO A CATALUNYA</b>	<b>66.054.491</b>	<b>100,0</b>	<b>101.898.642</b>	<b>100,0</b>
<b>C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya (seus centrals a Madrid)</b>				
<b>Total</b>	<b>469.274.561</b>		<b>448.083.670</b>	

(1) Dades de l'any 2008 (o bé del 2007, si no es disposa de la informació del 2008), segons el cens d'empreses de la taula 10.

(2) Total d'ingressos d'explotació de les empreses: vendes netes (publicitat i vendes de productes), subvencions i altres ingressos d'explotació.

(3) En el grup de ràdios públiques, i concretament en el cas de Catalunya Ràdio, l'any 2008 es comptabilitza la transferència del Govern de la Generalitat de Catalunya a l'CCMA realitzada per equilibrar el pressupost d'aquesta o altres societats del grup (subvenció que no es féu efectiva l'any 2007, i que explica la diferència entre les dades d'ambdós exercicis).

Font: Elaboració pròpia a partir de la relació de membres de l'Associació Catalana de Ràdio i de les dades d'*Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics*.

**Taula 10.** Total de vendes netes del sector de la ràdio de Catalunya (any 2008)<sup>(1) (2)</sup>

	2007		2008	
	Nombre	%	Nombre	%
<b>A. Ràdios privades de Catalunya</b>				
A.1. De cobertura autonòmica	16.589.243	31,1	18.407.657	34,1
A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya)	18.303.254	34,3	17.597.715	32,6
A.3. Ràdios locals/comarcals/independents	1.336.704	2,5	1.209.419	2,2
<b>Total</b>	<b>36.229.201</b>	<b>68,0</b>	<b>37.214.791</b>	<b>69,0</b>
<b>B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic</b>				
<b>Total</b>	<b>17.063.173</b>	<b>32,0</b>	<b>16.714.129</b>	<b>31,0</b>
<b>TOTAL RÀDIO A CATALUNYA</b>	<b>53.292.374</b>	<b>100,0</b>	<b>53.928.920</b>	<b>100,0</b>
<b>C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya (seus centrals a Madrid)</b>				
<b>Total</b>	<b>456.212.820</b>		<b>439.536.769</b>	

(1) Dades de l'any 2008 (o bé del 2007, si no es disposa de la informació del 2008), segons el cens d'empreses de la taula 10.

(2) El total de vendes netes inclou els ingressos per publicitat i vendes de productes o serveis.

Font: Elaboració pròpia a partir de la relació de membres de l'Associació Catalana de Ràdio i de les dades d'*Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics*.

---

*El 60,8% dels ingressos d'explotació a Catalunya corresponen a les societats de titularitat pública*

---

### 4.3. Aportació de les vendes als ingressos d'explotació

En termes de vendes netes (de publicitat i altres serveis o productes), el sector públic redueix la seva participació a aproximadament el 30% del total (vegeu la taula 10), mentre que les emissores privades de cadenes espanyoles i les cadenes d'abast català i local es reparteixen pràcticament a parts iguals el 70% restant (ja que les de titularitat local tenen una importància relativa força marginal). Cal assenyalar, així mateix, que de l'any 2007 al 2008 hi ha hagut una evolució positiva en les vendes de les empreses de ràdio privades de Catalunya de cobertura estatal (que han passat, respectivament, de 16,6 a 18,4 milions d'euros), mentre que en el cas de les d'abast estatal (delegacions a Catalunya) la tendència té un sentit contrari ja que les vendes han disminuït de 18,3 a 17,6 milions d'euros d'un any a l'altre.

Finalment, cal afegir que la participació de Catalunya Ràdio en les vendes del sector públic se situa, aproximadament, en el 92% ambdós anys.

---

*En vendes netes, el sector públic redueix la seva participació a aproximadament el 30% del total*

---

Cal reiterar en aquest punt la referència que s'ha indicat en la discrepància de les estimacions publicitàries i l'anàlisi basada en els comptes de les empreses que presentem en aquest capítol. La taula 11 ofereix aquesta comparació. La diferència entre el total de vendes netes de les emissores i cadenes i l'estimació dels ingressos obtinguts en concepte d'inversió publicitària s'explica per diversos motius, entre els quals destaquem els següents:

1. D'una banda, cal tenir en compte que el total de vendes netes de les emissores i ràdios de Catalunya se circumscriu a la informació obtinguda d'un nombre important de societats, però hem optat per no afegir cap estimació dels ingressos que per aquest concepte podrien correspondre a la resta d'empreses (de les quals no s'ha obtingut informació).

Específicament, la informació amb la qual s'han fet els càlculs cobreix exhaustivament els segments

del sector següents: ràdios privades de cobertura autonòmica, d'abast estatal (delegacions a Catalunya: no s'inclou l'activitat comercial portada a terme directament per les empreses dominants dels grups o cadenes), i ràdios públiques d'abast autonòmic. Per contra, s'inclou molt poca informació d'empreses privades de ràdio local o comarcal i gens de les ràdios públiques locals.

2. I de l'altra, també s'han de tenir en compte les diferències que hi pot haver en la comptabilització dels fluxos econòmics per part de les empreses. Així, a tall d'exemple per la seva importància en el sector, s'ha de tenir en compte la possible assignació d'ingressos per publicitat a empreses especialitzades en la gestió publicitària dels grups empresarials de la comunicació, les quals poden canalitzar de manera centralitzada els ingressos per campanyes portades a terme simultàniament a través de més d'un mitjà del mateix grup (premsa, ràdio, televisió, etc.).
3. Finalment, també cal indicar que la informació sobre la inversió publicitària estimada de la ràdio a Catalunya és una aproximació al tema, per la qual cosa —tot i el valor reconegut d'aquesta font d'informació— cal prendre com a dada de referència que s'ha elaborat segons els criteris de comptabilització i d'estimació corresponents.

**Taula 11.** Total de vendes netes del sector de la ràdio a Catalunya i total d'ingressos per publicitat (any 2007)<sup>(1)</sup>

	2007	2008
Total de vendes netes de les emissores i cadenes de Catalunya	53.292	53.928
Inversió publicitària estimada de la ràdio a Catalunya (ràdio local i distribuïda) <sup>(2)</sup>	85.900	79.600
Vendes netes / inversió publicitària	62,0%	67,8%

Dades: Xifres en milions d'euros.

(1) Dades de l'any 2008 (o bé del 2007, si no es disposa de la informació del 2008), segons cens d'empreses de l'annex.

Font: Elaboració pròpia a partir de la relació de membres de l'Associació Catalana de Ràdio, de les dades d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèriques i de I2p.

## 5. Conclusions

En primer lloc, cal assenyalar que amb aquest treball es dona continuïtat a una de les primeres aproximacions del

coneixement del sector de la ràdio de Catalunya des d'una perspectiva econòmica. La possibilitat de comparar les dades des d'una perspectiva temporal (de l'any 2007 al 2008) ha permès valorar de manera sistemàtica l'evolució del sector durant aquest període. A més a més, també cal remarcar que, sobre la base d'aquest enfocament metodològic, es podria fer un diagnòstic més aprofundit de la realitat econòmica i financera d'aquest sector de la comunicació de Catalunya.

### 5.1. Principals trets sobre el sector

- Durant la segona meitat de l'any 2008 es comencen a notar els efectes de la crisi econòmica sobre el sector a Catalunya, però en menor grau que per al conjunt de la ràdio a l'Estat espanyol. El sector català de la ràdio va mantenir aproximadament les xifres de vendes per la compensació entre els resultats dels agents tradicionals i l'aportació d'alguns dels més nous al mercat.
- La davallada d'ingressos publicitaris del període 2008-2009 és menor en la ràdio que en altres mitjans.
- Les grans cadenes espanyoles han reduït mínimament la seva quota conjunta de mercat (estatal) d'ingressos comercials, però segueixen mantenint una clara hegemònia, tot i la progressió d'alguns dels altres agents del sector.
- De la confrontació de dades es desprèn que els càlculs sobre el mercat radiofònic espanyol subestimen els ingressos generats per les companyies d'abast local i autònic, almenys en el cas de Catalunya.
- De la contrastació entre les xifres estimades d'inversió publicitària a la ràdio i els comptes d'explotació de les empreses i per al conjunt del sector, es desprèn una desviació notable en els resultats, tot i que no alteren l'anàlisi de les tendències en el temps.
- L'ocupació laboral (treballadors en plantilla a les empreses) del sector a Catalunya, sense comptar les emissores municipals, se situa en, aproximadament, 900 persones, amb una lleugera davallada del 2007 al 2008.
- El sector públic és, amb diferència, la principal borsa de força de treball en el sector. Catalunya Ràdio SRG, SA i l'Agència de Comunicació Local, SA concentren prop del 60% dels treballadors del cens d'empreses analitzades.
- Quant als ingressos del sector radiofònic català, l'any 2008 hi va haver un increment en el segment de ràdios privades de cobertura autònica i una evolució negativa del total d'ingressos d'explotació en la resta d'empreses privades del sector, molt especialment en les que formen part de grups d'abast estatal.
- L'aportació de les subvencions de la Generalitat de Catalunya a empreses radiofòniques privades per a

la promoció del català a les ones i el suport a l'espai comunicatiu català mantenen una participació molt escassa en el total d'ingressos d'explotació del sector a Catalunya.

### 5.2. Estructura econòmica del sector a Catalunya

D'acord amb les dades elaborades i la seva anàlisi, el sector de la ràdio a Catalunya, des del punt de vista econòmic, presenta una estructura basada en tres pilars:

- En primer lloc, les cadenes públiques d'abast nacional, que ocupen més de la meitat dels empleats del sector, però que limiten la seva captació d'ingressos per vendes al 30% del total, i amb una posició de predomini clar de les emissores de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (més del 90% dels ingressos per vendes del sector públic de ràdio). El recurs a altres formes d'aportacions de diner públic els permet cobrir els costos d'explotació, que l'any 2008 van representar més de 64 milions d'euros, amb un increment superior al 12% respecte a l'any 2007.
- En segon lloc, les cadenes privades d'abast espanyol, que ocupen un 20% dels professionals de la ràdio a Catalunya i que van obtenir a Catalunya prop de 19 milions d'euros d'ingressos d'explotació, dels quals 17,6 procedien de vendes. Això representa el 32,6% del total del sector a Catalunya, amb una lleugera davallada respecte al 2007.
- En tercer lloc, la ràdio privada d'abast català o local. Les primeres, amb un 18% de la força laboral (lleugera progressió sobre el 2007), acapararen el 34% dels ingressos per vendes (18,4 milions d'euros), amb un petit increment sobre el 2007. Per la seva banda, la ràdio local reduïa mínimament la proporcionalitat que es donava l'any anterior entre l'ocupació (2,9% del total) i la participació en les vendes (2,2%).

## 6. Bibliografia i fonts consultades

- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Marco general de los medios en España*. Madrid. [Anual]
- ARCE MEDIA. *Indice de inversión publicitaria (i2p)* [en línia]. <[http://www.arcemedia.es/images/i2p\\_2007.pdf](http://www.arcemedia.es/images/i2p_2007.pdf)> [Diversos anys]
- BERGÉS, LAURA; CORBELLA, JOAN M. [dir.]. *El mercat publicitari a Catalunya i el finançament dels mitjans de comunicació 2006*. Barcelona: InCom/UNICA per a la

- Secretaria General de Comunicació i el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2008. [Inèdit]
- COMISIÓN DEL MERCADO DE TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2008* [en línia]. <[http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe\\_Anual\\_2008\\_OK.pdf](http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_OK.pdf)>
  - CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (ens públic) i societats dependents. Comptes anuals consolidats i informe de gestió 31 de desembre del 2008* [en línia]. <[http://www.ccma.cat/doc/comptes\\_anuals\\_2008.pdf](http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2008.pdf)>
  - — *Memòria anual d'activitats 2008* [en línia]. <[http://www.ccma.cat/doc/Memoria\\_anual\\_2008.pdf](http://www.ccma.cat/doc/Memoria_anual_2008.pdf)>
  - IDESCAT. *Enquesta anual de Serveis* [en línia]. <<http://www.idescat.cat/serveis/>>
  - INFOADEX. *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España* [en línia]. <<http://www.infoadex.es/estudios/resumen2009.pdf>> [Diversos anys]
  - «El negocio de la radio privada española». *Noticias de la Comunicación*, núm. 295 (octubre 2009).
  - *SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos*.
  - YARZA, ENRIC. «Els límits del mercat publicitari radiofònic català». A: MARTÍ, JOSEP MARIA; MONCLÚS, BELÉN [ed.]. *Actes del 3r Congrés de la Ràdio a Catalunya*. Barcelona: Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2008, p. 95-104.

## Annex. Relació d'empreses sobre les quals s'ha fet l'estudi econòmic de la ràdio a Catalunya

Inclou la identificació oficial de l'empresa, el grup al qual pertany i les dades declarades d'ingressos d'exploatació i vendes netes.

**Taula 12.** Evolució de l'import total dels ingressos d'exploatació de la ràdio a Catalunya, 2007-2008, per empreses

Nom empresa	Grup	Import total dels ingressos d'exploatació		Any de les dades
		2007	2008	
<b>A. Ràdios privades de Catalunya</b>				
A.1. De cobertura autonòmica		17.524.869	19.457.503	
Ens de Comunicacions, SL	Ràdio Estel	64.413	39.117	2007 i 2008
Grup Flaix	Grup Flaix	2.136.958	2.459.782	2006 i 2007
Comunicacions Pla, SL	Grupo Godó	49.288	51.786	2006 i 2008
Radiocat XXI, SLU	Grupo Godó	8.924.455	10.592.333	2007 i 2008
Radio TeleTaxi FM Radiodifusión, SA	Radio TeleTaxi	3.804.150	3.736.351	2007 i 2008
RM Radio, SA	Radio TeleTaxi	2.545.605	2.578.134	2007 i 2008
A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya)		20.318.076	19.041.971	
Radio 13 de Catalunya, SAU	COPE	1.811.791	1.754.246	2007 i 2008
RKOR Radio, SLU	Planeta	910.000	913.000	2006 i 2007
Radio España de Barcelona, SA	Unión Radio	3.754.000	3.455.000	2007 i 2008
Ràdio Olot, SL	Unión Radio	501.220	517.066	2006 i 2007
Ràdio Ripoll, SL	Unión Radio	259.079	259.974	2007 i 2008
Taelus, SL	Unión Radio	1.732.266	1.879.194	2007 i 2008
Club de Radio Terrassa, SA	Ràdio Blanca	1.039.114	776.071	2006 i 2007
Radio Club 25, SA	Ràdio Blanca	2.639.836	1.938.263	2006 i 2007
Radio Salud, SA	Unidad Editorial	1.601.929	1.863.931	2006 i 2008
Onda Ramblas, SA	Vocento	6.068.841	5.685.226	2007 i 2008

Nom empresa	Grup	Import total dels ingressos d'explotació		Any de les dades
		2007	2008	
<b>A.3. Ràdios locals//comarcals/independents</b>				
		1.445.346	1.407.635	
Ràdio Marina, SA	Independent	629.103	567.683	2006 i 2007
Ràdio Ciutat de Manresa, SL	Ràdio i Televisió de Manresa	133.812	129.089	2006 i 2007
Ràdio Terra Ferma de Lleida, SA	Segre	484.712	425.599	2007 i 2008
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SLU	Cadena Pirenaica	197.719	285.264	2006 i 2008
<b>TOTAL</b>		<b>39.288.291</b>	<b>39.907.109</b>	
<b>B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic</b>				
Catalunya Ràdio SRG, SA	CCMA	16.066.734	49.181.516	2007 i 2008
Agència de Comunicació Local, SA		10.699.466	12.810.017	2007 i 2008
<b>TOTAL RÀDIOS PÚBLIQUES DE CATALUNYA</b>		<b>26.766.200</b>	<b>61.991.533</b>	
<b>C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya (seus centrals a Madrid)</b>				
Radio Popular, SA, Cadena de Ondas Populares Españolas	COPE	98.370.141	106.798.058	2006 i 2007
Uniprex, SAU	Planeta	102.275.000	95.943.000	2007 i 2008
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Unión Radio	249.624.000	230.318.000	2007 i 2008
Radio Publi, SL	Vocento	17.730.979	13.816.697	2007 i 2008
Zeta Rock & Gol, SL	Zeta	1.274.441	1.207.915	2007 i 2008
<b>TOTAL RÀDIOS PRIVADES D'ABAST ESTATAL</b>		<b>469.274.561</b>	<b>448.083.670</b>	

**Taula 13.** Evolució de l'import net de les vendes de la ràdio a Catalunya, 2007-2008, per empreses

Nom empresa	Grup	Import net de les vendes		Any de les dades
		2007	2008	
<b>A. Ràdios privades de Catalunya</b>				
<b>A.1. De cobertura autonòmica</b>				
		16.589.243	18.407.657	
Ens de Comunicacions, SL	Ràdio Estel	64.413	39.117	2007 i 2008
Grup Flaix	Grup Flaix	1.692.841	2.002.594	2006 i 2007
Comunicacions Pla, SL	Grupo Godó	49.288	51.786	2006 i 2008
Radiocat XXI, SLU	Grupo Godó	8.432.946	9.999.675	2007 i 2008
Radio TeleTaxi FM Radiodifusión, SA	Radio TeleTaxi	3.804.150	3.736.351	2007 i 2008
RM Radio, SA	Radio TeleTaxi	2.545.605	2.578.134	2007 i 2008
<b>A.2. D'abast estatal (delegacions a Catalunya)</b>				
		18.303.254	17.597.715	
Radio 13 de Catalunya, SAU	COPE	1.718.117	1.662.466	2007 i 2008
RKOR Radio, SLU	Planeta	743.000	743.000	2006 i 2007
Radio España de Barcelona, SA	Unión Radio	2.827.000	2.499.000	2007 i 2008
Radio Olot	Unión Radio	352.223	394.104	2006 i 2007

Nom empresa	Grup	Import net de les vendes		Any de les dades
		2007	2008	
Ràdio Ripoll, SL	Unión Radio	191.847	204.939	2007 i 2008
Taelus, SL	Unión Radio	1.725.055	1.874.274	2007 i 2008
Club de Radio Terrassa, SA	Ràdio Blanca	970.216	746.114	2006 i 2007
Radio Club 25, SA	Ràdio Blanca	2.594.181	1.926.726	2006 i 2007
Radio Salud, SA	Unidad Editorial	1.564.657	1.863.931	2006 i 2008
Onda Ramblas, SA	Vocento	5.616.958	5.683.161	2007 i 2008
<b>A.3. Ràdios locals//comarcals/independents</b>		<b>1.336.704</b>	<b>1.209.419</b>	
Ràdio Marina, SA	Independent	606.310	560.612	2006 i 2007
Ràdio Ciutat de Manresa, SL	Ràdio i Televisió de Manresa	114.250	106.034	2006 i 2007
Ràdio Terra Ferma de Lleida, SA	Segre	457.597	338.839	2007 i 2008
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SLU	Cadena Pirenaica	158.547	203.934	2006 i 2008
<b>TOTAL</b>		<b>36.229.201</b>	<b>37.214.791</b>	
<b>B. Ràdios públiques de Catalunya d'abast autonòmic</b>				
Catalunya Ràdio SRG, SA	CCMA	15.821.888	15.298.684	2007 i 2008
Agència de Comunicació Local, SA		1.241.285	1.415.445	2007 i 2008
<b>TOTAL RÀDIOS PÚBLIQUES DE CATALUNYA</b>		<b>17.063.173</b>	<b>16.714.129</b>	
<b>C. Ràdios privades d'abast estatal que operen a Catalunya (seus centrals a Madrid)</b>				
Radio Popular, SA, Cadena de Ondas Populares Españolas	COPE	96.544.083	104.735.146	2006 i 2007
Uniprex, SAU	Planeta	99.525.000	93.628.000	2007 i 2008
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Unión Radio	242.216.000	227.542.000	2007 i 2008
Radio Publi, SL	Vocento	17.186.162	12.803.298	2007 i 2008
Zeta Rock & Gol, SL	Zeta	741.575	828.325	2007 i 2008
<b>TOTAL RÀDIOS PRIVADES D'ABAST ESTATAL</b>		<b>456.212.820</b>	<b>439.536.769</b>	



# CAPÍTOL VI

## La inversió publicitària

Per **Enric Yarza**, director de Media Hotline.

---

Des de l'any 2005, s'estudia la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya. Per tant, aquesta és la cinquena edició de l'estudi, i les dades que a continuació es presenten fan referència a la inversió publicitària del sector radiofònic a Catalunya de l'any 2009 i la seva comparança amb els anys anteriors.

---





## 1. Esquema de l'estudi

L'objectiu d'aquest estudi és dimensionar els ingressos publicitaris de la ràdio a Catalunya. El procés de treball per a la consecució dels objectius s'ha portat a terme de manera minuciosa buscant la màxima precisió possible de les dades.

Per a les xifres generals del conjunt del mercat, s'ha recorregut a les fonts públiques d'informació, en concret Arce Media —empresa dedicada al mesurament de l'activitat publicitària en els mitjans convencionals—, a les xifres que publica la Societat General d'Autors i a les dades de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions. Per a les dades específiques de Catalunya, s'ha contrastat la informació amb les mateixes emissores de ràdio. Han col·laborat en aquest estudi un total de 33 emissores tant de titularitat pública com privada que representen el 94% de l'audiència de ràdio a Catalunya.

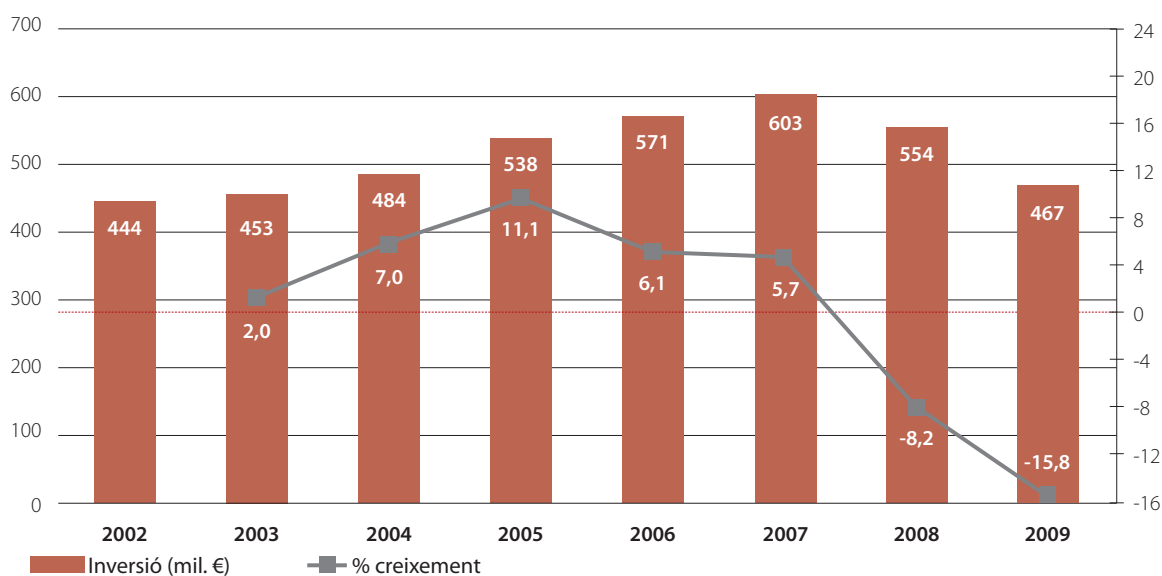
Finalment, Media Hotline, consultora especialitzada en mitjans de comunicació, ha aportat a l'elaboració de l'estudi el seu coneixement i experiència sobre el mercat publicitari, per encàrrec de l'Observatori de la Ràdio a Catalunya.

En l'estudi que es presenta a continuació s'exposen dades del volum d'inversió publicitària de la ràdio a l'Estat espanyol, del volum d'inversió publicitària de la ràdio a Catalunya, de la distribució d'aquest volum entre ràdio generalista i especialitzada, i de la relació entre la inversió publicitària i l'audiència.

## 2. Inversió publicitària de la ràdio a l'Estat espanyol

La inversió publicitària de la ràdio en el conjunt de l'Estat espanyol durant l'any 2009 ascendeix a 465 milions d'euros, xifra que representa una caiguda del 16% respecte als 554 milions d'euros de l'any anterior.

**Gràfic 1.** Evolució dels ingressos publicitaris de la ràdio a l'Estat espanyol (2002-2009)



Font: i2p, dades Arce Media, estimació Media Hotline.

*La inversió publicitària de la ràdio en el conjunt de l'Estat espanyol, durant l'any 2009, ascendeix a 465 milions d'euros, xifra que representa una davallada del 16% respecte a l'any anterior*

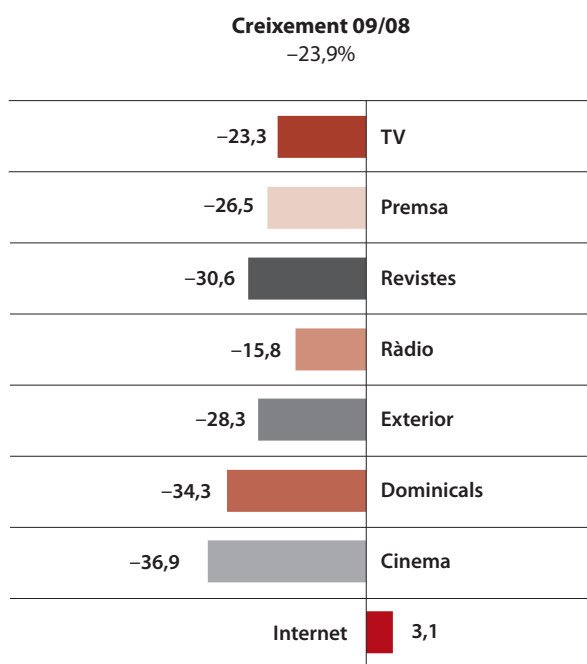
*Tot i la important caiguda de la inversió publicitària, la ràdio continua sent el mitjà de comunicació que millor resisteix la crisi.*

La inversió publicitària en ràdio fins l'any 2007 havia estat sempre creixent. No obstant això, en els dos últims anys s'han perdut 160 milions d'euros com a conseqüència de la crisi econòmica i la duresa amb què aquesta està afectant el conjunt del mercat publicitari. Així, la inversió publicitària de l'any 2009 se situa en índexs similars als de l'any 2003.

L'any 2008 és el primer any en què la inversió publicitària de la ràdio decreix, en concret un -8,2%. A mesura que la crisi econòmica s'ha anat accentuant, la inversió publicitària de la ràdio ha anat decreixent més. Per aquest motiu s'arriba l'any 2009 a una davallada del 16%.

Tot i que la caiguda de la inversió publicitària en ràdio ha estat molt important, el mitjà radiofònic ha estat el que menys ha notat aquesta davallada. El conjunt del mercat ha decrescut un 23,9%, i altres mitjans han patit decreixements de la inversió publicitària majors: per esmentar tres exemples, la premsa ha descendit un 26,5%; la televisió, un 23,3%, i el cinema, un 36,9%.

**Gràfic 2.** Evolució dels ingressos publicitaris per mitjans a l'Estat espanyol (2009)



Font: I2P, dades Arce Media, estimació Media Hotline.

Lluny de posar fi a la crisi econòmica, que l'any 2008 ja tenia unes conseqüències nefastes, l'any 2009 ha accentuat les seves repercussions per a la inversió publicitària. En el període 2008-2009 el mercat publicitari s'ha reduït en més d'una tercera part. Aquestes són les raons principals:

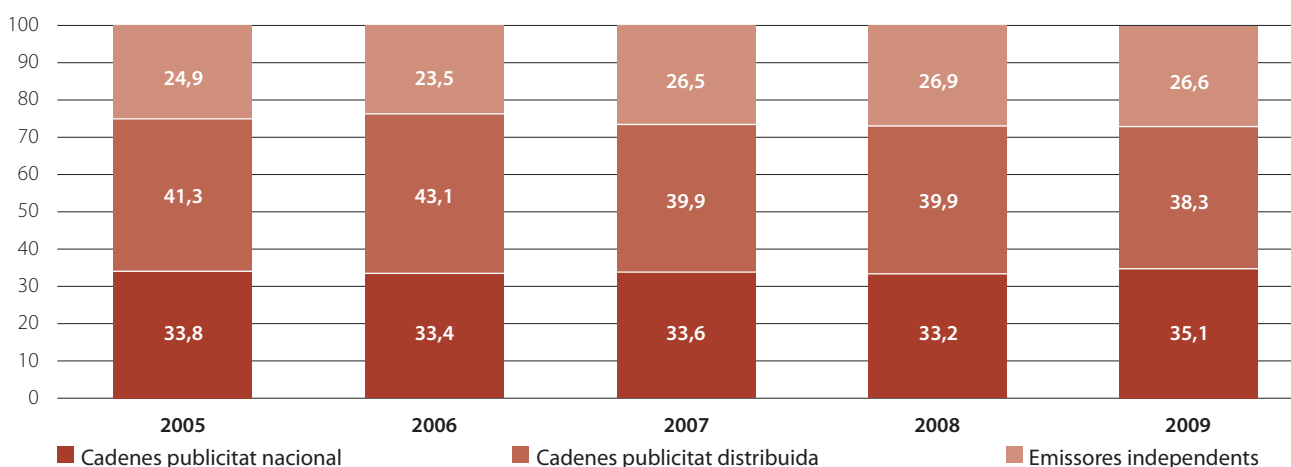
- La crisi econòmica actual és la més important dels darrers cinquanta anys. La gent ha deixat de consumir; si no es consumeix, no es ven; si no es ven, la distribució compra menys productes als fabricants, i els fabricants, entre altres coses, redueixen les inversions publicitàries perquè venen menys. Per això, el 13,9% de caiguda de la inversió publicitària l'any 2008 i el 23,9% l'any 2009 representen les pitjors dades de totes les crisis publicitàries sofertes.
- La caiguda ha estat generalitzada a tots els sectors de la inversió, no hi ha cap sector que hagi augmentat la inversió publicitària

Dins d'aquest escenari tan dolent de combinació de crisi econòmica, de consum i d'inversió publicitària, la ràdio és el mitjà que mostra el millor comportament, perquè és el mitjà que perd menys publicitat. Això és degut a tres motius fonamentals:

- Els anunciants tenen problemes de vendes i busquen en la publicitat l'acció immediata. En conseqüència, esperen de la publicitat un efecte a curt termini i, en aquest sentit, la ràdio és un mitjà molt eficaç.
- La fidelitat dels seus clients: la ràdio té una cartera de clients molt fidel i perdurable en el temps.
- La presència de la ràdio en mercats tan afectats per la crisi com és l'immobiliari o la publicitat classificada és menor que la d'altres mitjans i, per tant, el seu efecte en el conjunt de la caiguda de la ràdio també és menor.

Dels 467 milions d'euros d'inversió publicitària a la ràdio en el conjunt de l'Estat espanyol l'any 2009, el 35,1% es va fer a través de publicitat en cadena, i el 64,9% restant, a través de l'àmbit regional i local (el 38,3% a través d'emissores pertanyents a cadenes de ràdio i el 26,6% a través d'emissores regionals i locals independents).

**Gràfic 3.** Distribució dels ingressos publicitaris per tipus de publicitat i cadena a l'Estat espanyol (2005-2009)



Font: I2P, dades Arce Media, estimació Media Hotline.

La participació publicitària de la ràdio en cadena, que mantenia una tendència a la baixa en els darrers anys, ha augmentat l'any 2009, fet provocat per les fortes negociacions de preus que es produeixen en moments de crisi com és l'actual, que provoquen que sigui més rendible la utilització de la publicitat en cadena que la publicitat distribuïda en diverses emissores.

En canvi, les emissores independents estan creixent i desenvolupant la seva audiència; aquest creixement d'audiència, combinat amb la seva fortalesa natural en els mercats locals, ha significat que en cinc anys la publicitat de les emissores independents hagi augmentat en dos punts la seva participació.

### 3. Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La inversió publicitària de la ràdio a Catalunya durant l'any 2009, tant de ràdio local com distribuïda, ascendeix a 57,7 milions d'euros, xifra que representa un decreixement del 18,8% respecte a l'any 2008.

La inversió publicitària en ràdio a Catalunya l'any 2009 és 10 milions d'euros inferior que la de l'any 2005. En els dos darrers anys s'ha perdut tot el creixement del període 2005-2007 més 10 milions d'euros.

*La inversió publicitària de la ràdio a Catalunya, durant l'any 2009, ascendeix a 57,7 milions d'euros, xifra que representa una davallada del 18,8% respecte a l'any anterior*

En els dos darrers anys, la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya demostrava un millor comportament que la inversió a escala estatal. L'any 2009 aquest comportament s'ha trencat.

El motiu principal d'aquest canvi és que a la ràdio a Catalunya la caiguda del mercat publicitari ha trigat més en arribar. L'any 2008 la ràdio a Catalunya va patir menys que la ràdio a escala estatal, perquè els mercats locals estaven resistint millor la caiguda de la inversió publicitària, però a aquests anunciants locals també se'ls ha acabat la capacitat de resistència, i tot i que van poder suportar millor la crisi durant l'any 2008, no ho han pogut fer l'any 2009.

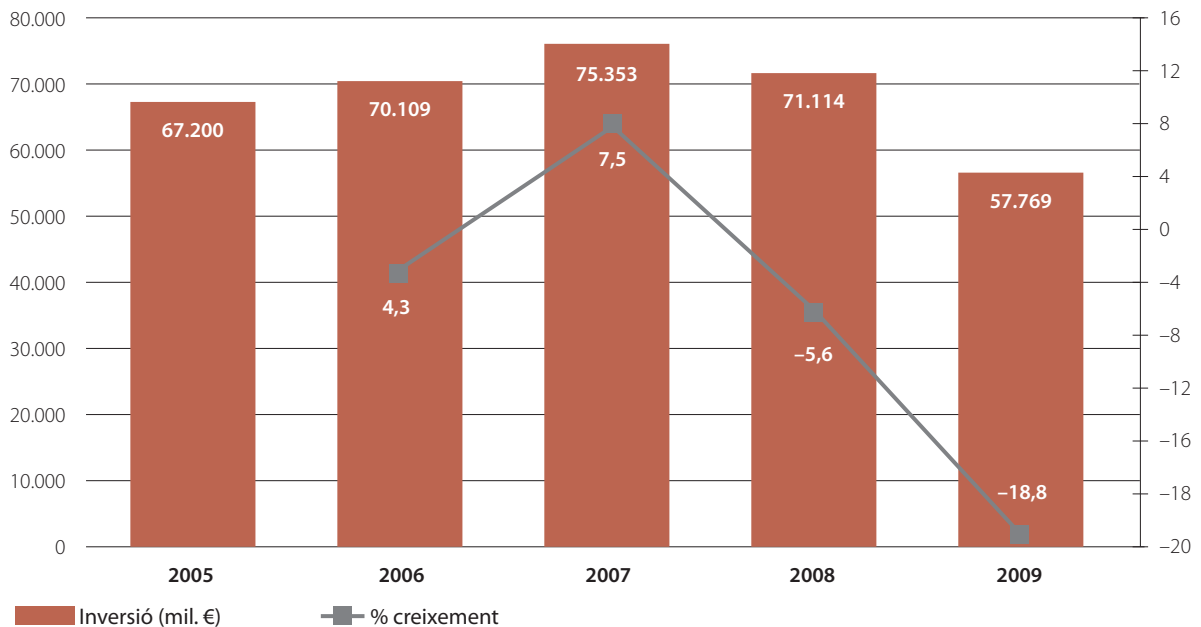
En la suma del període 2008-2009, la caiguda de la inversió publicitària és pràcticament igual a Catalunya que a la resta de l'Estat: la ràdio estatal decreix en aquest període un 24,2%, mentre que la ràdio a Catalunya baixa un 24,4%.

*La inversió publicitària en ràdio a Catalunya l'any 2009 pateix una caiguda molt similar a la de la resta de l'Estat, i es trenca la tendència d'anys anteriors en què el sector radiofònic català mostrava un millor comportament*

#### 3.1. Quotes de mercat

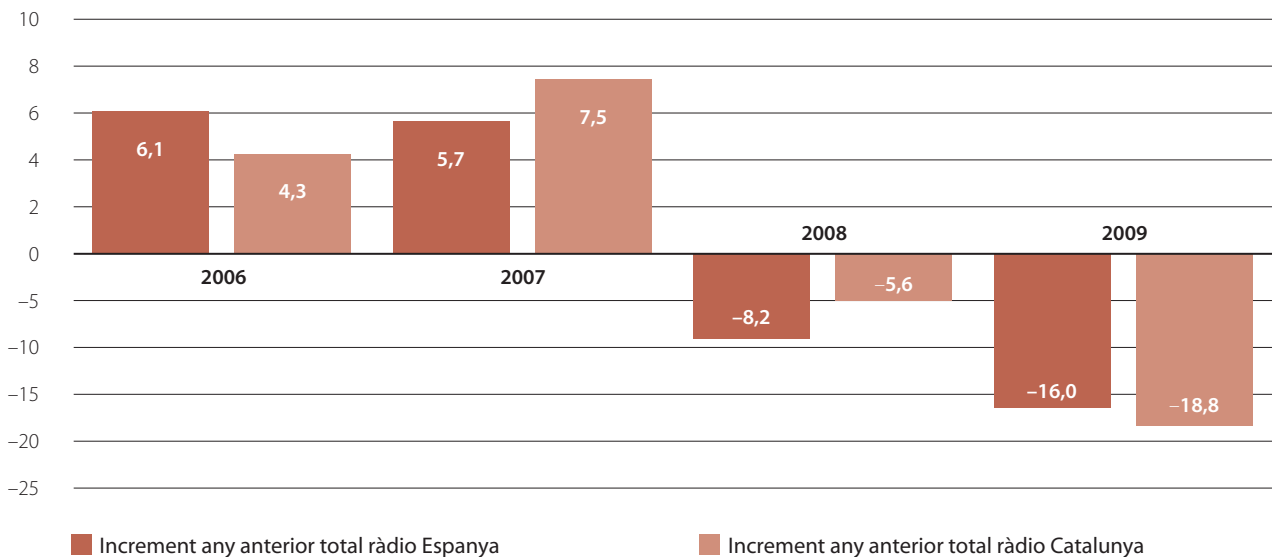
El comportament del mercat de la ràdio generalista i el de la ràdio temàtica ha estat molt similar en el darrer any. La caiguda de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya ha estat tan gran que ha afectat de manera similar la ràdio generalista i la ràdio temàtica.

**Gràfic 4.** Evolució dels ingressos publicitaris de la ràdio a Catalunya (2005-2009)



Font: Elaboració pròpia.

**Gràfic 5.** Comparació del creixement de la inversió publicitària de la ràdio escala estatal i a Catalunya (2006-2009)



Font: Elaboració pròpia.

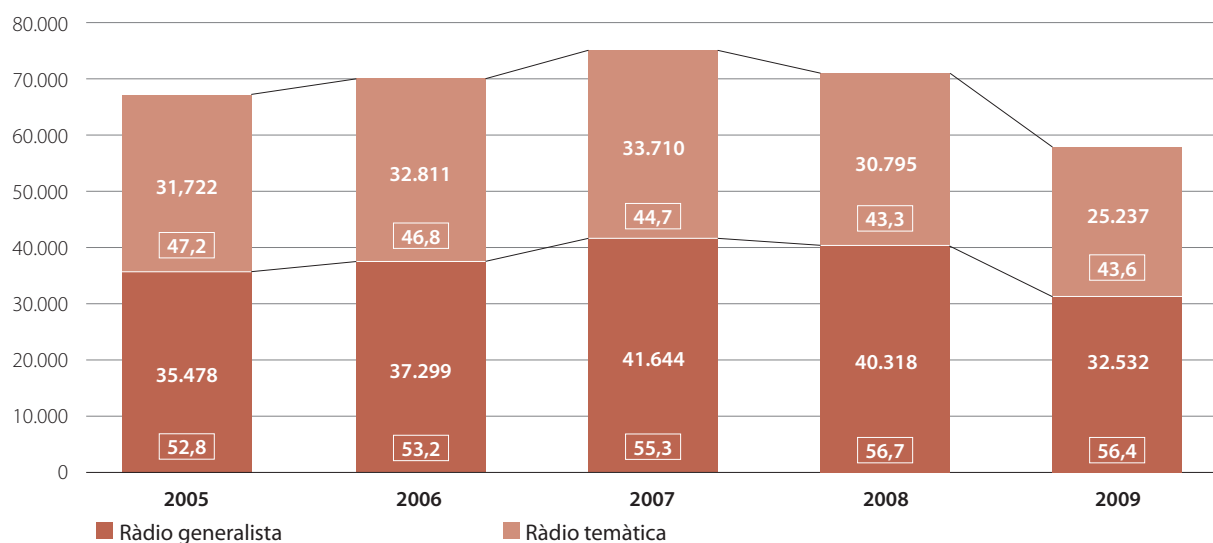
*La ràdio generalista ja no mostra un millor comportament que la ràdio temàtica, que inclús guanya l'any 2009 tres dècimes de quota de mercat en detriment de la ràdio generalista*

La ràdio generalista obté una inversió publicitària de 30,7 milions d'euros que representen un decrei-

xement del 19,3% respecte a l'any anterior. La ràdio temàtica obté una inversió publicitària de 25,8 milions d'euros, que representa un decreixement del 18,0% respecte a l'any 2008.

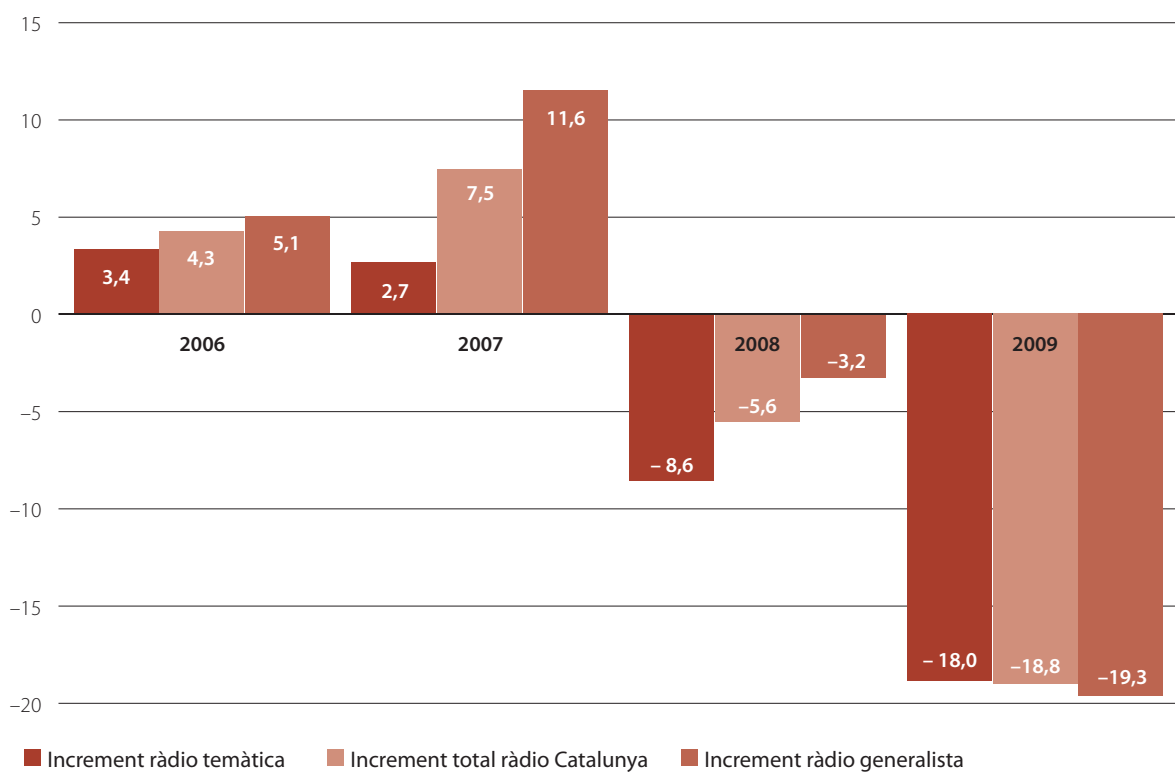
Aquest descens no està concentrat en sectors determinats, sinó que és conseqüència de la caiguda generalitzada del mercat motivada per la crisi econòmica i de consum.

**Gràfic 6.** Quotes de mercat a Catalunya (2005-2009)



Font: Elaboració pròpia.

**Gràfic 7.** Creixement d'ingressos publicitaris segons la tipologia d'emissores a Catalunya (2006-2009)



Font: Elaboració pròpia.

Després de quatre anys de creixement de la participació en la inversió publicitària de la ràdio generalista enfront de la temàtica, aquesta tendència es trenca durant l'últim any. Com a conseqüència, la quota de mercat de la ràdio generalista retrocedeix tres dècimes a favor de la ràdio temàtica.

En els últims tres anys, la inversió publicitària de la ràdio temàtica ha estat per sota de la ràdio generalista, és a dir: quan el mercat creix, la ràdio temàtica creix menys que la ràdio generalista, i quan el mercat cau, com va succeir l'any 2008, la ràdio temàtica cau més. Aquesta dinàmica es trenca l'any 2009, quan per primera vegada la ràdio temàtica es mostra més forta que la ràdio generalista. Entenem que aquesta situació és conjuntural, ja que si observem les caigudes dels dos últims anys veurem que la ràdio generalista ha decregut un 21,9% i la ràdio temàtica ha caigut un 25,2%.

La inversió mitjana per emissora de la ràdio generalista ha tingut una tendència creixent, perquè el nombre d'emissores ha romàs estable i les inversions publicitàries han crescut de manera important. L'any 2008 ja es demostrava un inici d'inflexió i l'any 2009, com a conseqüència de la caiguda de la inversió publicitària, la inversió mitjana per emissora de la ràdio generalista baixa fins a 3,6 milions d'euros per emissora.

En la ràdio especialitzada, la situació és diferent. En els últims anys els creixements eren molt moderats, ja que creixia la inversió, però també creixia el nombre d'emissores i, per tant, la mitjana de creixement era moderada.

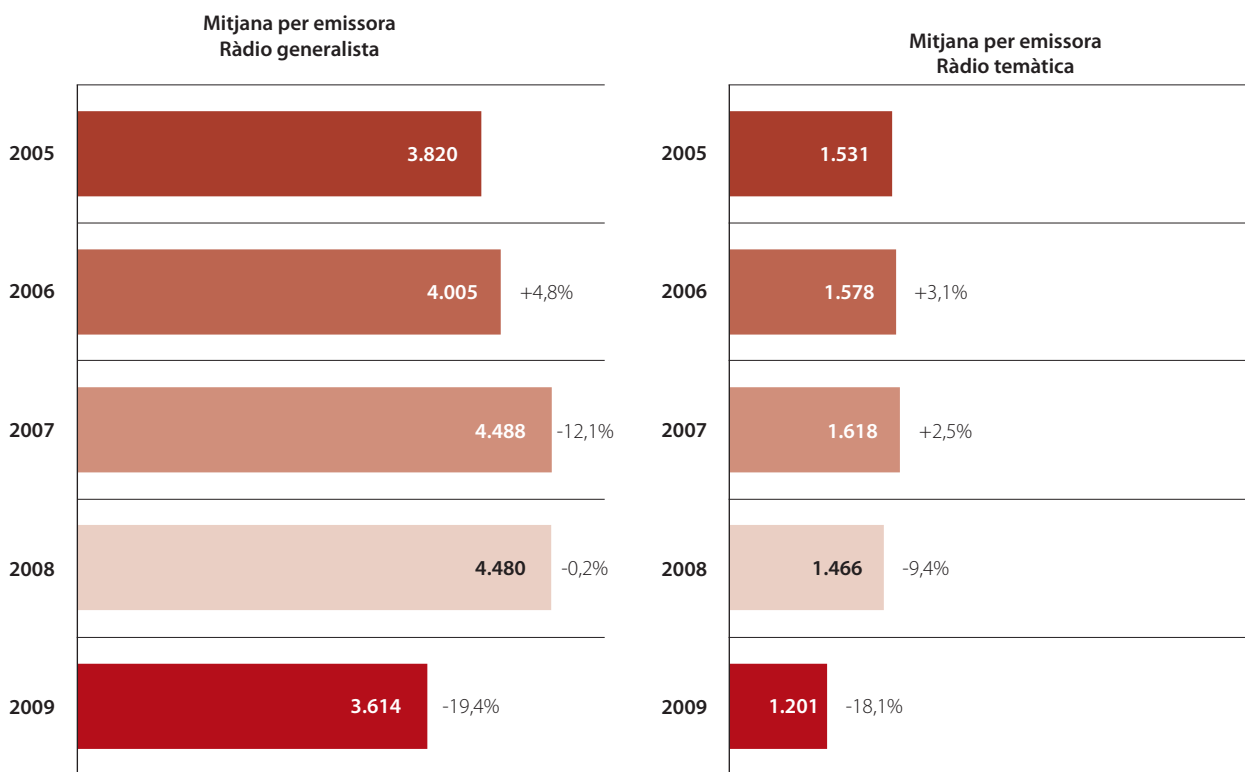
En canvi, l'any 2008 la inversió publicitària ja és menor. Sumat a les causes que hem explicat abans, hem de tenir en compte que el nombre d'emissores no va créixer consegüentment pel que la inversió mitjana per emissora va baixar, fet que ha continuat l'any 2009. La inversió publicitària mitjana per emissora de la ràdio temàtica és de 1,2 milions d'euros per emissora.

### 3.2. Relació entre l'audiència i la inversió publicitària

Es dona la circumstància que l'audiència i la inversió publicitària no són directament proporcionals. L'audiència de la ràdio està creixent a través de la ràdio temàtica, especialment de les emissores musicals. Això ha provocat que la quota d'audiència de la ràdio generalista hagi minvat gairebé 5 punts en cinc anys a favor de la ràdio temàtica.

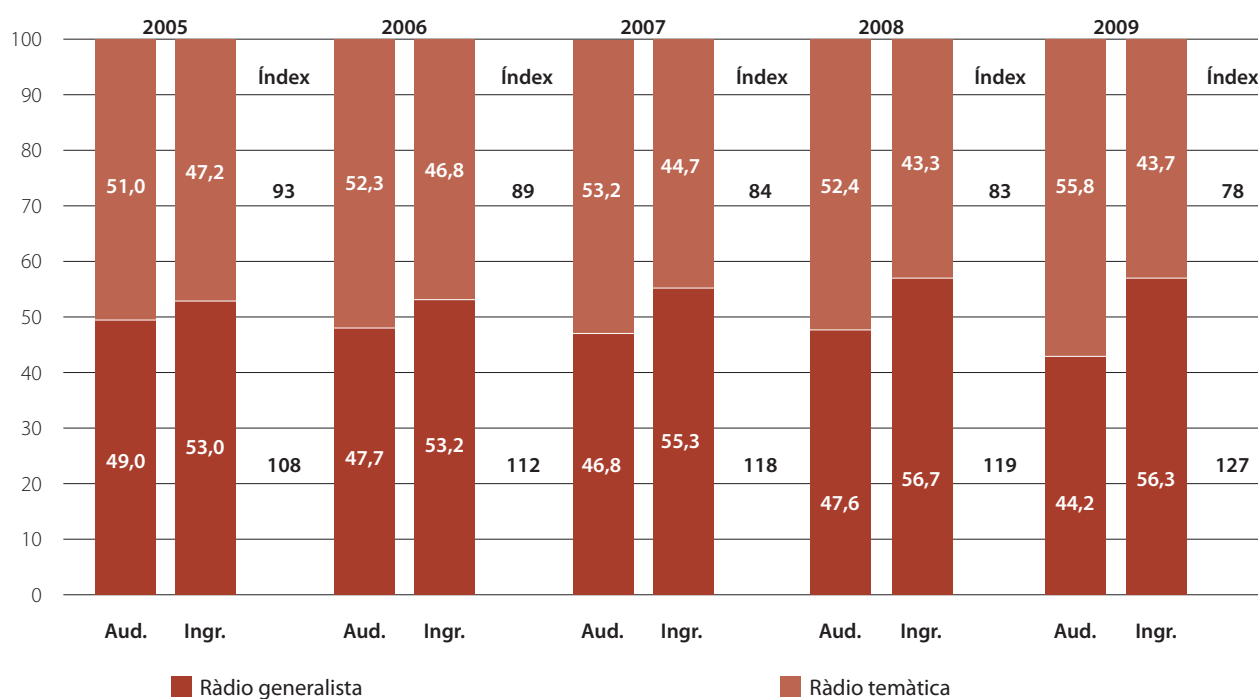
En canvi, el mercat publicitari s'està desenvolupant millor a la ràdio generalista que a la ràdio temàtica, i per

**Gràfic 8.** Inversió publicitària a Catalunya segons tipologia d'emissora (2005-2009)



Font: Elaboració pròpia.

**Gràfic 9.** Evolució de la relació entre l'audiència i els ingressos publicitaris a Catalunya (2005-2009)



Font: Elaboració pròpia.

això la quota de la inversió publicitària en la ràdio generalista ha augmentat, en el mateix període, 3,3 punts.

Aquesta contradicció de mercat no és nova i es va repetint durant els últims cinc anys. Això fa que la relació entre l'audiència i la inversió publicitària a la ràdio generalista tingui un índex per sobre de 100, en concret, l'últim any, un índex de 127, és a dir, que rep un 27% més d'inversió publicitària del que li correspon per la seva audiència.

Per contra, la relació entre l'audiència i la inversió publicitària a la ràdio temàtica és la contrària: l'índex se situa per sota de cent, en concret, l'últim any, un índex de 78. La inversió publicitària que li sobra a la ràdio ge-

neralista és la inversió publicitària que li falta a la ràdio temàtica.

L'any 2008, el conjunt de l'audiència es manté estable, però la inversió publicitària, com hem vist abans, cau significativament. Per tant els ingressos per oient baixen, encara que de manera desigual. Els ingressos per oient a la ràdio generalista baixen un 6,5%. A la ràdio temàtica, els ingressos per oient baixen un 9,1%.

L'any 2009, el conjunt de l'audiència augmenta, però la inversió publicitària cau. Com hem vist abans, la conseqüència és que els ingressos tant de la ràdio generalista com de la ràdio temàtica baixen.

**Taula 1.** Evolució dels ingressos per oients, segons tipologia d'emissora a Catalunya (2005-2009)

	Ingrés per oient			Creixement		
	Mitjana	Generalista	Temàtica	Mitjana	Generalista	Temàtica
2005	19,0	19,6	16,8			
2006	19,9	21,1	16,9	4,7	7,7	0,6
2007	22,1	24,7	17,6	11,1	17,1	4,1
2008	20,6	23,1	16,0	-6,8	-6,5	-9,1
2009	15,6	18,5	11,4	-29,4	-25,1	-35,2

Font: Elaboració pròpia.



### 3.3. Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya per províncies

Més del 82% de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya es concentra a la província de Barcelona.

*La província de Barcelona concentra el 82% de la inversió publicitària en ràdio a Catalunya*

El comportament entre la ràdio generalista i la ràdio temàtica és diferent. En el cas de la ràdio generalista, la concentració a la província de Barcelona encara és més gran, i arriba fins al 85,8%. A la resta de províncies, la ràdio generalista concentra entre el 4% i el 5% de la inversió publicitària.

A la ràdio temàtica, el pes de la província de Barcelona és del 78,6%. La província de Girona és la segona en importància i concentra el 8,8% de la inversió publicitària de Catalunya. Tarragona concentra el 7,8% de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya i Lleida és la província que concentra menys inversió publicitària, tan sols el 4,7%.

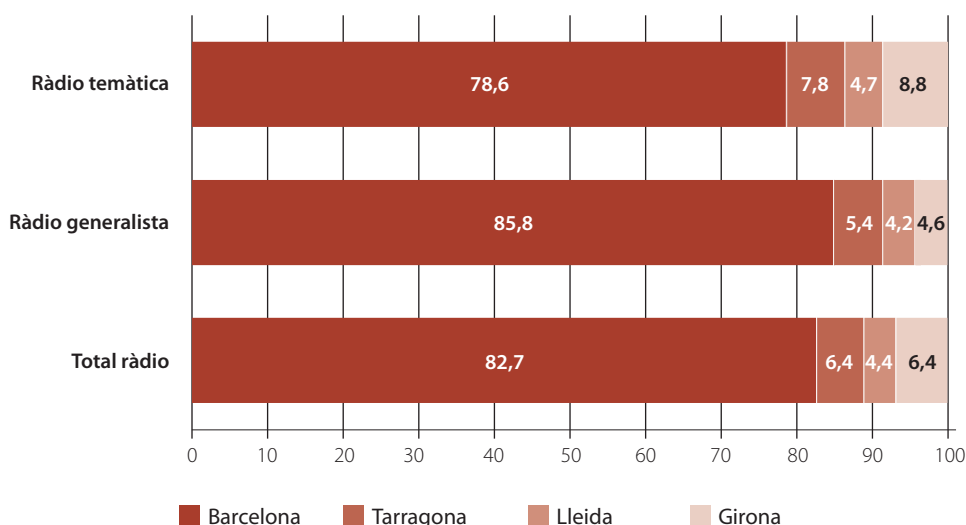
## 4. Conclusions

- La inversió publicitària de la ràdio a Catalunya durant l'any 2009, tant de ràdio local com distribuïda, ascen-

deix a 57,7 milions d'euros. Aquesta xifra representa un decreixement del 18,8% respecte a l'any 2008.

- Després d'un període de creixement (2005-2007), la inversió publicitària de la ràdio en els dos últims anys ha caigut a causa de la crisi econòmica i de consum que ens envolta.
- L'any 2009 la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya ha tingut un comportament pitjor que a escala estatal, encara que si comparem els resultats del bienni 2008-2009 respecte als de l'any 2007, observem que la caiguda de la inversió publicitària és similar, un -24% tant a escala estatal com a Catalunya.
- La ràdio generalista ja no mostra un millor comportament publicitari que la ràdio temàtica. L'impacte de la crisi ha estat tan gran que ha afectat de manera similar la ràdio generalista i la temàtica, que fins i tot guanya tres dècimes percentuals de quota de mercat respecte a l'any 2008 en detriment de les emissores generalistes.
  - Mitjana per emissora:
    - La ràdio generalista ingressa 3,6 milions d'euros per emissora.
    - La ràdio temàtica n'ingressa una tercera part, 1,2 milions d'euros per emissora.
  - Mitjana per oient:
    - 18,5 euros per oient per a la ràdio generalista.
    - 11,4 euros per oient per a la ràdio temàtica.
- La província de Barcelona concentra més del 82% de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya.

**Gràfic 10.** Inversió publicitària per províncies (2009)



Font: Elaboració pròpia.

- La ràdio generalista concentra a la província de Barcelona el 85% de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya.
- La ràdio temàtica concentra a la província de Barcelona el 78% de la inversió publicitària a Catalunya.
- Primeres aproximacions a la inversió publicitària de l'any 2010:
  - La situació de davallada de la inversió publicitària de l'any 2010 manifesta símptomes d'alentiment. En el primer trimestre de l'any, la caiguda total de la inversió publicitària ha estat del 2,6%.
  - La ràdio segueix sent el mitjà que menys inversió publicitària perd. La caiguda a la ràdio durant el primer trimestre de 2010 ha estat de l'1,9%.
  - S'espera reduir encara més la caiguda del mercat publicitari en el segon trimestre del 2010. Però l'estat anímic del mercat publicitari per al segon semestre de l'any és baix i les previsions per al segon trimestre tornaran a empitjorar. En el primer semestre de l'any s'han avançat inversions publicitàries del sector de l'automoció que estan subvencionades pel pla d'ajudes al sector. Aquestes ajudes acaben el mes de juny.
- L'augment de l'IVA, la possible paralització de vendes del sector de l'automoció i els nous núvols de recessió econòmica, que segons tots els experts s'aproximen, fan pensar que el segon semestre de l'any 2010 serà pitjor que el primer semestre i, per tant, el mercat publicitari tornarà a caure per tercer any consecutiu.

## 5. Fonts consultades

- Arce Media, empresa dedicada al mesurament de l'activitat publicitària de tots els mitjans convencionals, ocupació publicitària de l'any 2001 a l'any 2009.
- AIMC, associació del conjunt de la indústria publicitària dedicada a la investigació d'audiències de tots els mitjans de comunicació, audiències de l'any 2005 a l'any 2009 a Catalunya.
- SGAE, Anuari de la Societat General d'Autors dels últims cinc anys.
- CMT, Comissió del Mercat de les Telecomunicacions.



# CAPÍTOL VII

## La ràdio catalana a Internet 2009

Per **Xavier Ribes**, professor titular del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat I de la UAB i membre del Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi (GRISS).\*

---

Les emissores catalanes, en el decurs de 2009, han seguit la tendència de diversificar els seus canals de distribució i de relació amb l'audiència, i han emprat diferents eines i serveis accessibles mitjançant la xarxa. En aquest sentit, han consolidat la seva presència a Facebook i sembla que algunes estan dissenyant estratègies fonamentades en Youtube, un entorn videogràfic que, per naturalesa, no els és propi.

D'altra banda, s'apunten models de negoci en la comercialització de continguts musicals que poden ajudar a finançar les emissores gràcies a les comissions generades per vendes o subscripcions.

A més, enguany hem estat testimonis del naixement d'una xarxa d'intercanvi de continguts radiofònics destinats als professionals per facilitar les seves relacions i optimitzar els recursos productius.

---

\* Grup de recerca reconegut per la Generalitat de Catalunya (Grup 20095GR1013).



## Plantejament metodològic

Com en les darreres edicions, per poder copsar l'actuació de les emissores catalanes a Internet i la manera com s'apropien i utilitzen les eines que la xarxa els facilita, s'ha aplicat el model analític dissenyat i aplicat en informes anteriors. Aquest model d'anàlisi es fonamenta en l'obtenció de la informació a partir de l'observació directa dels espais web d'emissores catalanes, de l'anàlisi exhaustiva d'un conjunt de *bitcasters* i de l'obtenció de material informatiu, provinent de la participació directa dels professionals del mitjà.

La primera de les fonts (l'observació directa de les *bitcasters*) està integrada pel conjunt de les més de 300 emissores de ràdio catalanes que ofereixen continguts sonors a través d'Internet i que han estat catalogades per l'Observatori de la Ràdio a Catalunya.

La segona via d'informació la formen enguany 34 emissores. Aquestes *bitcasters*, analitzades exhaustivament aplicant la plantilla d'anàlisi formada per 26 ítems, es deriven dels grups de comunicació auditats en l'*Estudi General de Mitjans (EGM) Ràdio Catalunya 2009*: comptem les 30 emissores de ràdio incloses en l'EGM que tenen presència a Internet i n'hem afegit 4 més que corresponen a webs d'emissores no incloses a l'EGM, però que pertanyen a algun dels grups empresarials que tenen alguna altra emissora auditada (Gum FM, Radio Exterior de España, Rock & Gol i CatClàssica). Així, la mostra ha quedat configurada per 40 Principales, Cadena 100, Cadena Dial, Cadena SER, Catalunya Informació, Catalunya Música, Catalunya Ràdio, CatClàssica, COMRàdio, COPE, Europa FM, Flaix FM, Gum FM, iCat fm, Kiss FM, M-80, Màxima FM, ONA FM, Onda Cero, Onda Rambla - Punto Radio, RAC 1, RAC 105, Ràdio 4, Radio 5 Todo Noticias, Ràdio Estel, Ràdio Flaixbac, Radio Marca, Radio Olé, RNE Radio Exterior de España, Radio 1 / RNE 1, Radio Clásica / RNE 2, Radio 3 / RNE 3, Rock & Gol i Segre Ràdio. Les variables d'observació estan relacionades amb l'ús dels diferents elements multimèdia, la integració d'eines de comunicació, la difusió sincrònica i asincrònica dels continguts sonors, la presència de publicitat, l'ús de les xarxes socials, la necessitat de registrar-se per gaudir de tots els avantatges de la web o l'oferta de codi HTML o de *widgets* per facilitar la integració dels continguts sonors en blocs o pàgines

d'inici. Enguany, pel que fa a l'ús de les xarxes socials, a més d'observar-ne l'ús, s'ha tingut en compte el nombre de seguidors registrats. Cal destacar que ens hem centrat en la presència oficial de les empreses radiofòniques en les xarxes socials, les hem comptabilitzat, i s'ha exclòs expressament la participació de programes o locutors concrets, així com els espais creats per admiradors o radiooients particulars.

Enguany, tot i que és un servei destinat exclusivament a les emissores municipals, s'ha estimat oportú entrevistar els responsables de la *Sindicada*,<sup>1</sup> una eina de cooperació comunitària que esdevé una iniciativa pionera en l'ús d'Internet com a eina de relació entre emissores dins el paisatge radiofònic català. Així, Internet no és ja sols un aparador per a les emissores de ràdio, ni un canal de distribució més o un espai de comunicació on es troben emissora i oients o oients entre ells, sinó que, a partir d'ara, la xarxa també s'estableix com una plataforma des de la qual organitzar la comunicació entre els professionals del sector i promoure «l'intercanvi de continguts i coneixements radiofònics».<sup>2</sup>

## 1. Introducció

### 1.1. Xarxes socials

Si l'any passat anunciàvem la tendència de les emissores radiofòniques catalanes a ocupar el seu espai dins de les xarxes socials, enguany podem corroborar aquesta realitat. I és que el creixement de l'ús de les xarxes socials, tant en nombre com en temps d'ús, ha estat força significatiu arreu del món.

---

*El temps de permanència que passen els usuaris navegant en els entorns de les xarxes socials augmenta*

---

1. Volem agrair expressament la disponibilitat i l'atenció de Núria de José i Gomar, directora de Continguts de COMRàdio.

2. L'espai web de la *Sindicada* és: <http://www.sindicada.com>.

Pel que fa al consum en xarxes socials a tot el món, i segons dades de Nielsen,<sup>3</sup> el temps de permanència en aquests entorns ha augmentat, i ha passat d'una mitjana mensual de dues hores i deu minuts (desembre 2007) a poc més de tres hores (desembre de 2008). La dada de desembre de 2009 supera les cinc hores i mitja, la qual cosa suposa un increment del 82% respecte de l'any anterior. Aquesta mateixa empresa estima que Espanya és el cinquè país del món i el tercer d'Europa (darrere d'Austràlia, els Estats Units, el Regne Unit i Itàlia) en temps de permanència a les xarxes socials.

**Taula 1.** Visitants únics i mitjana mensual de temps de consum en xarxes socials

País	Visitants únics (000)	Temps per visitant (h.min.s)
Estats Units	142.052	6.09.13
Japó	46.558	2.50.21
Brasil	31.345	4.33.10
Regne Unit	29.129	6.07.54
Alemanya	28.057	4.11.45
França	26.786	4.04.39
Espanya	19.456	5.30.55
Itàlia	18.256	6.00.07
Austràlia	9.895	6.52.28
Suïssa	2.451	3.54.34

Font: Traducció de Nielsen Company.

Centrant-nos en el cas europeu, Facebook ha esdevingut un dels líders d'aquests tipus d'espais a la xarxa (vegeu taula 2). Segons dades de ComScore,<sup>4</sup> Facebook ocupa el primer o el segon lloc en el rànquing de xarxes socials en tots els països europeus, exceptuant Alemanya (quart lloc), Portugal (tercer lloc) i Rússia (setè lloc). Les dades preses de febrer de 2008 a febrer de 2009 entre la població europea major de 15 anys revelen un creixement positiu de visitants únics de Facebook en tots els països europeus auditats. El

3. Es poden consultar les dades a: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/led-by-facebook-twitter-global-time-spent-on-social-media-sites-up-82-year-over-year>.

4. Les dades es poden consultar a: [www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2009/4/Facebook\\_Top\\_Social\\_Network\\_in\\_Spain](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/4/Facebook_Top_Social_Network_in_Spain).

creixement a Itàlia ha resultat aclaparador, (més del 2.700%). Espanya, quarta quant a nombre de visitants únics, queda segona pel que fa al creixement, i arriba quasi al 1.000%.

Atès que els usuaris estan destinant una bona part del temps de navegació a Internet en les xarxes socials, sembla una bona estratègia endinsar-se en aquests entorns per acostar-se al públic potencial.

Enguany, l'anàlisi relacionada amb les xarxes socials ha tingut present l'ús que les emissores catalanes, com a empreses radiofòniques, fan tant de Facebook com de Twitter, observant, a més de la presència, el nombre de seguidors o fans<sup>5</sup> que han acumulat cadascuna. Així, el 61,76% de les *bitcasters* tenen una pàgina oficial de l'emissora a Facebook. La dispersió en el nombre de seguidors registrats és molt gran: hi ha un parell d'emissores que superen els 100.000 admiradors mentre que d'altres, de recent creació, no arriben encara ni a un centenar. La mitjana de fans de les 21 emissores de ràdio catalanes amb espai oficial a Facebook és de 18.000.

L'ús de Twitter és menor. Sols 10 de les *bitcasters* auditades fan ús d'aquest servei, amb seguidors que oscil·len entre 50 i 2.000, aproximadament. La mitjana de *seguidors*<sup>6</sup> dels *twitters* de les emissores catalanes està en 630.

Una altra dada que caldria esmentar és que les xarxes socials han generat o reforçat nous perfils professionals relacionats amb la comunicació en els entorns de comunicació virtual, com ara el de moderador o animador de fòrums o el de gestor dels espais de relació (*community manager*).

*Les xarxes socials han fet aparèixer nous perfils professionals per gestionar els entorns de comunicació virtual*

## 1.2. Música online, discogràfiques, taxes i models freemium

Un altre tema destacat en l'informe de 2008 va ser el de les taxes sobre els drets d'autor i de comunicació pública que havien d'afrontar algunes *bitcasters* i com podien afectar la viabilitat dels projectes de distribució musical per Internet. Enguany, hem vist una possible solució que sembla que està reeixint i que combina, d'una banda, el fet d'establir acords

5. Les referències al nombre d'admiradors han estat preses a mitjan abril de 2010.

6. Aquestes dades mitjana no pretenen mostrar-se com a elements d'acurada validesa estadística, sinó que es presenten com a possible referència comparativa pels responsables de les estratègies comunicatives digitals.

**Taula 2.** Creixement de Facebook a Europa. Febrer 2008 - febrer 2009

Facebook.com	Visitants únics (000)			
	Febrer 2008	Febrer 2009	Canvi percentual	Posició dins la categoria de xarxa social el febrer de 2009
Europa	24.118	99.776	314%	1
Regne Unit	12.957	22.656	75%	1
França	2.217	13.698	518%	1
Turquia*	*	12.377	-	1
Itàlia	382	10.764	2.721%	1
<b>Espanya</b>	515	5.662	999%	1
Alemanya	680	3.433	405%	4
Bèlgica	327	2.308	607%	1
Suècia	1.211	2.298	90%	1
Dinamarca	533	2.022	279%	1
Suïssa	282	1.690	499%	1
Noruega	819	1.479	81%	1
Finlàndia	555	1.341	142%	1
Holanda	236	1.031	337%	2
Àustria	112	663	491%	2
Irlanda	203	512	153%	2
Rússia	117	478	309%	7
Portugal	72	193	169%	3

\*No es disposen dades de febrer de 2008.  
Font: Traducció de comScore World Metrix.

entre els agents implicats, i de l'altra, dissenyar models de negoci híbrids, en què es combinen ofertes de consum gratuït amb d'altres de pagament. En aquest sentit, podem destacar el cas Pandora,<sup>7</sup> un dels primers prescriptors musicals a Internet, que l'any 2007 va anunciar que, per causa de l'elevat import que havien de satisfer en taxes de drets d'autor, derivades de la gran quantitat d'usuaris i cançons servides, estava abocada a «morir d'èxit». Des d'aquest moment les *bitcasters* han estat negociant amb SoundExchange (l'entitat americana gestora dels *royalties* musicals). El juliol de 2009 van arribar, finalment, a un acord que satisfà ambdues parts i que consisteix en la reducció de les taxes

7. <http://www.pandora.com> (sols disponible per a residents als EUA).

exigides per cançó i oient d'entre un 40 i un 50% a canvi de cedir un percentatge (al voltant del 25%) sobre els beneficis que generin aquestes aplicacions *online*. *Bitcasters* com Pandora, AccuRadio,<sup>8</sup> Digitally Imported<sup>9</sup> o Radioio<sup>10</sup> s'han acollit voluntàriament a aquestes condicions, vigents, de moment, fins al 2015.

Per poder incrementar els seus beneficis i fer viable el model de negoci, es detecta una tendència entre les *bitcasters* a oferir els seus serveis en la modalitat anomenada

8. <http://www accuradio.com>.

9. <http://www.di.fm>.

10. <http://www.radioio.com>.



*freemium*,<sup>11</sup> en què els usuaris, sense pagar, poden gaudir dels seus serveis amb certes restriccions (menys qualitat sonora, inclusió d'anuncis, limitacions de temps de consum, etc.). Els usuaris que ho desitgen poden contractar el servei pagant una quota (anual, mensual o, fins i tot, diària) i accedir als continguts de manera plena, amb serveis addicionals i sense cap de les limitacions esmentades. Pandora permet que els usuaris escoltin 40 hores mensuals de música de manera gratuïta. A partir d'aquest temps, cal contractar alguna de les modalitats de pagament que l'empresa ofereix. La idea sembla prou coherent atès que els *heavy listeners*, que demostren un alt interès pel servei, poden estar més disposats a esdevenir subscriptors. Aquesta mesura afecta, segons Pandora, el 10% dels seus usuaris.

Un altre exemple de la possible viabilitat de model de negoci *freemium* combinat amb l'acord de *bitcasters*, discogràfiques i entitats de gestió ens l'aporta Spotify, un servei de selecció i escolta musical que compta amb un ampli catàleg, cedit per les principals discogràfiques internacionals (Universal Music Group, Sony BMG, EMI Music, Warner Music Group, Merlin o The Orchard) i en el qual s'integren, a poc a poc, d'altres de més petites o independents. La versió de Spotify amb la doble via d'accés (escolta gratuïta i possibilitat de subscripció) està disponible des de sis països europeus (Suècia, Noruega, Finlàndia, el Regne Unit, França i Espanya). En altres països, però, només s'ofereix la versió *premium*. El creixement de Spotify ha estat espectacular i va assolir el milió d'usuaris el març de 2009, sis mesos després del seu llançament (octubre de 2008). El novembre de 2009, comptava amb sis milions d'usuaris, un milió dels quals en territori espanyol. Universal Music Group afirmava que Spotify havia esdevingut la quarta font d'ingressos digitals el 2009.<sup>12</sup>

Finalment, un altre servei similar és Grooveshark.<sup>13</sup> Tot i que va sorgir a inicis del 2007 com un servei de descàrrega musical de pagament, es va reconvertir en repositori musical *online* l'any 2008. Un dels seus avantatges enfront de Spotify és que no té cap mena de restricció geogràfica, la qual cosa li ha permès introduir-se en el mercat nord-americà. El seu model de negoci també es fonamenta en el *freemium*.

Una de les característiques que sembla que incentiven més els usuaris a esdevenir clients VIP és la

possibilitat d'accedir a aquests serveis a través dels seus dispositius mòbils. Les tres propostes esmentades ofereixen als subscriptors la possibilitat d'instal·lar sistemes d'accés als seus serveis o a les llistes de reproducció generades per ser consumides, fins i tot, quan no es disposa de connexió a Internet, ja sigui en telèfons tipus iPhone o Android o en d'altres amb entorns Windows Mobile o Symbian OS.

---

*Els usuaris estimen la possibilitat d'accedir als serveis audiovisuals a través del mòbil com un incentiu per esdevenir clients «premium»*

---

## 2. L'evolució de la ràdio catalana a la xarxa

### 2.1. L'accés a l'oferta radiofònica

Enguany, una de les 34 emissores que formen part de la mostra (Segre Ràdio) ha deixat d'oferir el seu senyal radiofònic a través d'Internet. Per tant, el percentatge de *bitcasters* que distribueixen els seus continguts sonors en directe és del 97% (i no del 100% com en edicions anteriors).

Pel que fa a l'oferta de continguts a la carta, s'observa un lleuger augment (+3,74%), seguint la tendència a l'alça apuntada en el transcurs de 2007 i 2008. Igualment, l'oferta de continguts sonors que poden ser descarregats s'incrementa en 7 punts (ha passat del 45,95% al 52,94%). El percentatge d'emissores que ofereixen *podcast* (58,82%) s'incrementa (+7,47%).

**Taula 3.** Percentatge de *bitcasters* segons l'oferta de formes d'accés als continguts sonors (2009)

	Streaming		Descàrrega	
	En directe	97,05%	Descàrrega	52,94%
Consum sincrònic	En directe	97,05%	Descàrrega	52,94%
Consum asincrònic	A la carta	79,41%	Podcast	58,82%

Univers: Mostra de 34 espais web d'emissores radiofòniques (2009).  
Font: Elaboració pròpia.

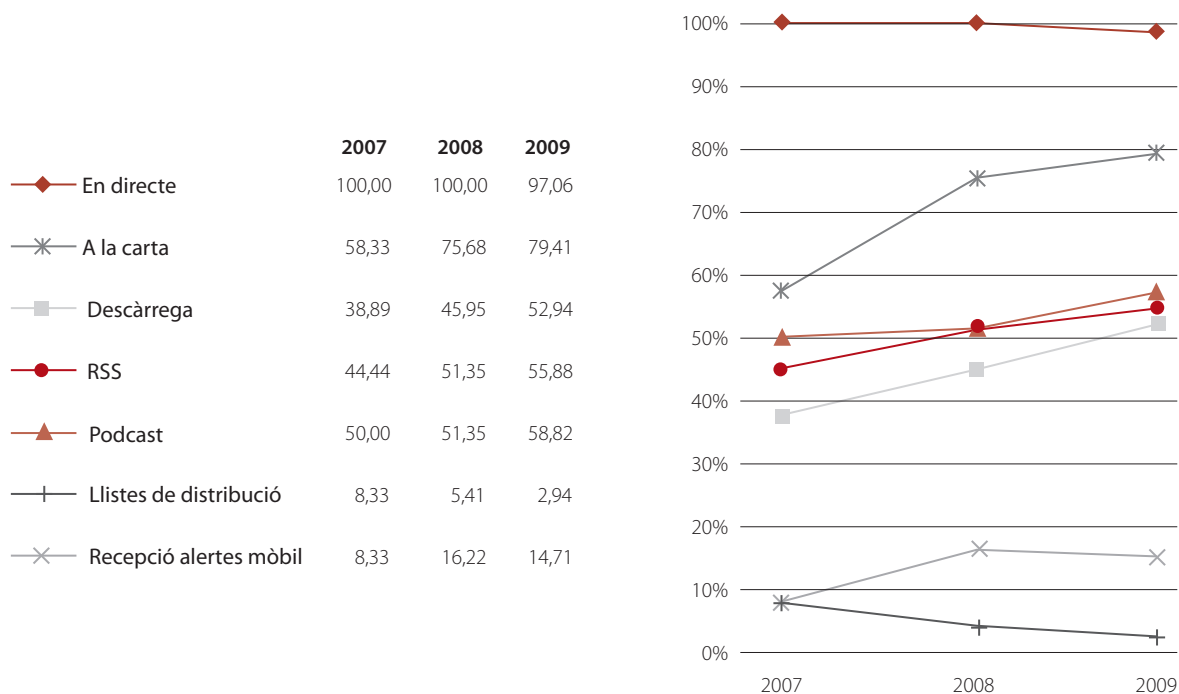
11. Es combina el terme *free* (gratuït) amb *premium* (terme emprat per fer referència als serveis exclusius oferts pels canals de pagament als seus abonats).

12. Així ho afirmava Rob Wells, vicepresident de la divisió Digital d'Universal Music Group International ([www.telegraph.co.uk/technology/news/7043818/Spotify-now-makes-record-labels-money.html](http://www.telegraph.co.uk/technology/news/7043818/Spotify-now-makes-record-labels-money.html)).

13. <http://listen.grooveshark.com>.

Pel que fa a l'accés a informació textual generada per les *bitcasters* i dirigida a diferents suports (correu electrònic, *feeds* RSS i dispositius mòbils), es detecta un lleuger

**Gràfic 1.** Evolució de les formes d'accés a la informació dels continguts oferts en els espais web radiofònics



Univers: Mostra de 34 espais web d'emissores radiofòniques (2009).  
Font: Elaboració pròpia.

increment en relació amb els RSS (+4,53%), que passen del 51,35% al 55,88%. Decreixen, però, tant les llistes de distribució (-2,64%) com les alertes a mòbils (-1,51%). Cal destacar que, si bé les alertes a mòbils continuen al voltant del 15%, l'ús de les llistes de distribució és, actualment, testimonial (2,94%). Segurament les característiques i els avantatges que proporcionava aquest servei, relacionats amb la informació de novetats, queden coberts i superats per la subscripció als RSS.

### *Les característiques de les llistes de distribució poden ser cobertes per les subscripcions a feeds RSS*

La tendència apuntada a finals de 2008 relacionada amb l'ús dels dispositius mòbils com a plataforma per accedir al flux sonor de l'emissió en directe que les diferents *bitcasters* distribueixen per Internet s'ha confirmat. Tot i que a finals de 2008 sols eren dues emissores les que oferien accessos als seus directes a través d'iPhone, es podia intuir, per la rapidesa amb què havien implementat aquesta novetat i el gran interès dels responsables radiofònics per relacionar-se amb les tecnologies

de mobilitat, que seria un corrent que s'estendria amb velocitat. A finals de 2009 comptabilitzem 28 *bitcasters* de les 34 auditades que estan oferint aquesta opció per a iPhone. O, dit d'una altra manera, són el 82,35% les que ja han incorporat aquesta finestra a les seves estratègies de diversificació.

L'ampliació de l'oferta, la diversificació temàtica i l'especialització de continguts que Internet facilita de manera relativament econòmica i tècnicament assumible, enguany no s'ha detectat, si més no, dins de les *bitcasters* analitzades. És probable que el context econòmic en què es mou el mercat actual no faci recomanable les inversions que no mostrin un retorn ràpid i clar. L'excepció a aquesta manca de novetats temàtiques es detecta en les propostes actualitzades de Scanner FM<sup>14</sup> que durant l'any 2009 ha afegit als seus canals anteriors (ScannerFM, Scanner BCN, Sónar Ràdio i Primavera Ràdio) fins a 10 nous canals (Lounge, Folk, Hip Hop, Garage, Low, Psychodelia, Soul Classics, Pop Classics, Hipnotik Radio i La Mar de Músiques 09). D'aquestes noves col·leccions musicals sols La Mar de Músiques 09 es correspon a un canal generat a partir d'un esdeveniment musical, com ho van ser Sónar Ràdio o Primavera Ràdio.

14. <http://www.scannerfm.com>.

## 2.2. Les eines de participació

Una manera d'acostar-se als oients és posar al seu abast les eines necessàries així com els espais adequats per poder relacionar-se amb la mateixa empresa o amb altres oients, intercanviant idees i opinions, participant activament en la producció de continguts o opinant sobre propostes musicals o temes plantejats des de la *bitcaster*.

No totes les emissores catalanes presents a Internet, però, ho han entès així. Els percentatges detectats pel que fa a la integració d'aquests elements en els espais web de les *bitcasters* són baixos. Només els blocs superen el 50% (arriben, de fet, a quasi el 62%). La resta es mantenen molt per sota de la meitat. Els elements menys emprats han estat la demanda i la implementació d'espais destinats a l'exhibició de continguts creats pels usuaris (2,94%). Els continguts generats per l'usuari (*User Generated Contents* o UGC) van experimentar l'any passat un increment considerable. Això feia intuir que les emissores apostaven per la participació directa dels usuaris en els seus entorns web, ja sigui enregistrant àudios o compartint imatges i vídeos creats pels mateixos oients. Aquesta tendència, però, s'ha truncat i els índexs de recursos del tipus UGC han estat, el 2009, merament testimonials.

Les enquestes (23,53%) i el xat (26,47%) són eines emprades per, aproximadament, una quarta part de les *bitcasters*. Els fòrums són emprats pel 35,29%, i les votacions, pel 38,24%.

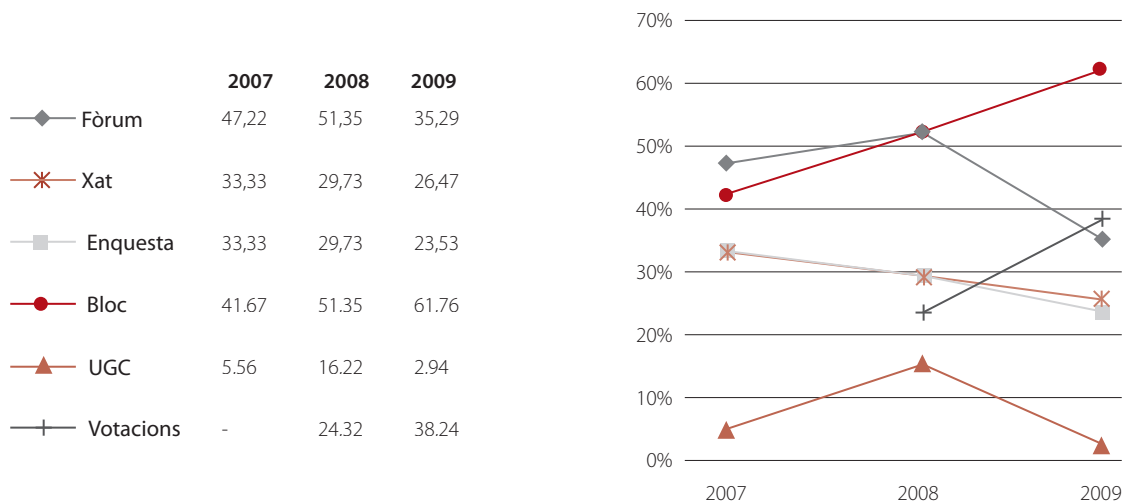
**Taula 4.** Percentatge de *bitcasters* segons l'oferta de formes d'accés als continguts sonors (2009)

Eines de participació	Percentatge
Fòrum	35,29%
Xat	26,47%
Enquesta	23,53%
Bloc	61,76%
UGC	2,94%
Votacions	38,24%

Univers: Mostra de 34 espais web d'emissores radiofòniques (2009).  
Font: Elaboració pròpia.

Els formats d'enquesta (escollir entre diverses opcions) o el de votacions (valorar o puntuar un determinat producte audiovisual) són implementacions que, un cop posades a disposició de l'usuari, no exigeixen recursos de personal; els xats i els fòrums, per contra, per estar ben administrats i perquè puguin ser útils a l'empresa que els genera, sí que demanen que algú animi o moderi l'espai o, com a mínim, que en faci un seguiment posterior. Així es pot obtenir un *feedback* directe dels usuaris i copsar les seves inquietuds respecte dels temes sorgits que, de vegades, giren entorn de la mateixa empresa. Segons hem observat, podem apuntar que aquestes funcions de relació i *feedback* s'estan derivant no ja cap a fòrums i xats, sinó cap a les xar-

**Gràfic 2.** Evolució de les eines de comunicació disponibles en els espais web radiofònics



(En l'anàlisi de l'any 2007 encara no es comptabilitzava la variable «Votacions»)  
Univers: Mostra de 34 espais web d'emissores radiofòniques (2009).  
Font: Elaboració pròpia.

xes socials on la figura del *network manager* s'encarregarà de gestionar.

---

*Les relacions i el "feedback" amb l'audiència s'estan derivant de les enquestes, fòrums i xats cap a les xarxes socials.*

---

L'escassa incidència de les eines de participació que comentem ja es va detectar en les edicions passades. Si exceptuem els blocs (+10,41%) i les enquestes (+13,92%), la resta dels serveis de comunicació i participació observats en aquesta categoria han experimentat un descens. Així, els fòrums passen del 51,35% al 35,29% (-16,06%).

En percentatge, el segon element que més punts ha perdut ha estat el relacionat amb els espais per als continguts generats per l'usuari, que cauen del 16,22% al 2,94%, fet que suposa un descens del 13,28%.

Finalment, enquestes (-6,20%) i xats (-3,26%) es mantenen en índexs similars als de l'any anterior, tot i que cauen lleugerament.

### 2.3. La publicitat

La web és, evidentment, una plataforma publicitària que pot ser explotada amb finalitats comercials. Es poden trobar missatges publicitaris en el 70,58% de les *bitcasters* observades. Atès que l'any anterior comptaven el 75,68%, això suposa un lleuger retrocés (-5,1%). La publicitat es concentra, bàsicament, en les *bitcasters* privades, tot i que alguna de les emissores comercials no presenta cap mena de publicitat a la seva web. Les emissores públiques semblen més reticents a emprar Internet com a suport publicitari.

Les formes que adopten els missatges publicitaris són de tota mena: des del *banner* rectangular sobre la pàgina fins a modalitats més intrusives, com ara els *interstitial*.

La consolidació en l'ús de vídeo dins les *bitcasters* ha afavorit la presència de missatges publicitaris audiovisuals que es presenten en forma d'espots televisius. Tal com ja s'observava l'any 2008, alguns operadors, abans de servir el contingut de vídeo o, fins i tot, de fer arribar el flux sonor corresponent a l'emissió en directe, obliguen l'usuari a exposar-se a un missatge videogràfic o a escoltar una falca publicitària.

### 2.4. El vídeo a les *bitcasters*

Tal com apuntàvem en el paràgraf anterior, l'ús del vídeo s'ha consolidat com un element comunicatiu més dins

de les webs de les emissores. L'índex d'ús d'aquest recurs es manté pràcticament estable: ha passat del 43,24% al 44,11% (+0.87%). Les funcions del vídeo a les diferents *bitcasters*, però, són ben diferents: hi ha qui l'utilitza amb intencions merament comercials i el fa servir com a suport publicitari; d'altres l'utilitzen per mostrar material relacionat amb esdeveniments organitzats per l'emissora i on han participat oients; també s'utilitza per mostrar els videoclips de les cançons de les radiofórmules que programen les emissores musicals.

Algunes de les emissores estan apropant-se a YouTube i creen canals propis de l'emissora. En aquests canals ofereixen material molt variat. Tot i que majoritàriament són enregistraments fets als estudis de ràdio mentre s'estava emetent algun programa de l'emissora, també es troba material relacionat amb emissions especials fetes lluny de l'emplaçament habitual de l'emissora. Així, es poden veure les entrevistes que, en el seu moment, es van fer a diferents protagonistes, interpretacions musicals fetes en directe o, fins i tot, connexions des d'arreu de Catalunya.

Aquesta és una iniciativa molt recent, tot i que comptabilitzem que el 14,7% de les *bitcasters* estan experimentant amb aquesta possibilitat. L'índex de subscriptors a aquests canals és, ara per ara, baix. Oscil·la entre una desena i poc més de 800 en el millor dels casos. Aquestes xifres són directament proporcionals al temps que fa que el canal funciona.

## 3. Sindicada 2.0

*Sindicada 2.0* és una iniciativa de COMRàdio en què es vehiculen les possibilitats de connectivitat i de participació que proporciona Internet per donar forma a una plataforma de comunicació destinada a les emissores que formen part del Consorci de Comunicació Local. Aquelles ràdios que volen integrar-se a la *Sindicada* han de sol·licitar i obtenir l'autorització corresponent. Actua, doncs, com una xarxa privada, reservada en exclusiva als membres registrats, per la qual cosa esdevé una gran intranet que s'estén per tot Catalunya. Per formar part de la *Sindicada 2.0*, les emissores han de signar un conveni de bones pràctiques, relacionat amb la cessió i la compartició de drets i el bon ús dels materials compartits.

A través d'aquest espai, COMRàdio publica informacions, novetats i notícies, i proporciona als usuaris eines de missatgeria perquè també els membres sindicats puguin difondre i intercanviar informacions. Però aquestes no són les innovacions per les quals destaca aquest entorn. La *Sindicada* va rebre una menció de qualitat a la Innovació en les Premis RAC de 2009 «per la concepció, utilització i servei mancomunat de noves tecnologies, que faciliten continguts

bidireccionals al conjunt d'emissores subscrites». Segons paraules dels seus responsables, la *Sindicada 2.0* permet «la distribució asincrònica de productes de COMRàdio, ofereix nous formats per complementar la producció pròpia de les emissores municipals, promociona les produccions audiovisuals locals i serveix per intercanviar produccions entre emissores municipals». L'aportació de la *Sindicada 2.0*, doncs, gira entorn de l'organització del col·lectiu de productors de continguts radiofònics municipals i de les seves produccions radiofòniques.

Tècnicament aquesta plataforma fou creada per Telefónica Soluciones tenint present que calia dissenyar un entorn fàcil d'entendre i fàcil d'emprar i on es treballés amb un format de documents sonors estàndard (es va optar per l'IMP3). Igualment, calia garantir la velocitat en les descàrregues i un correcte flux de transferència en l'escolta de les peces. Va entrar en funcionament, de manera oficial, el primer de setembre de 2009.

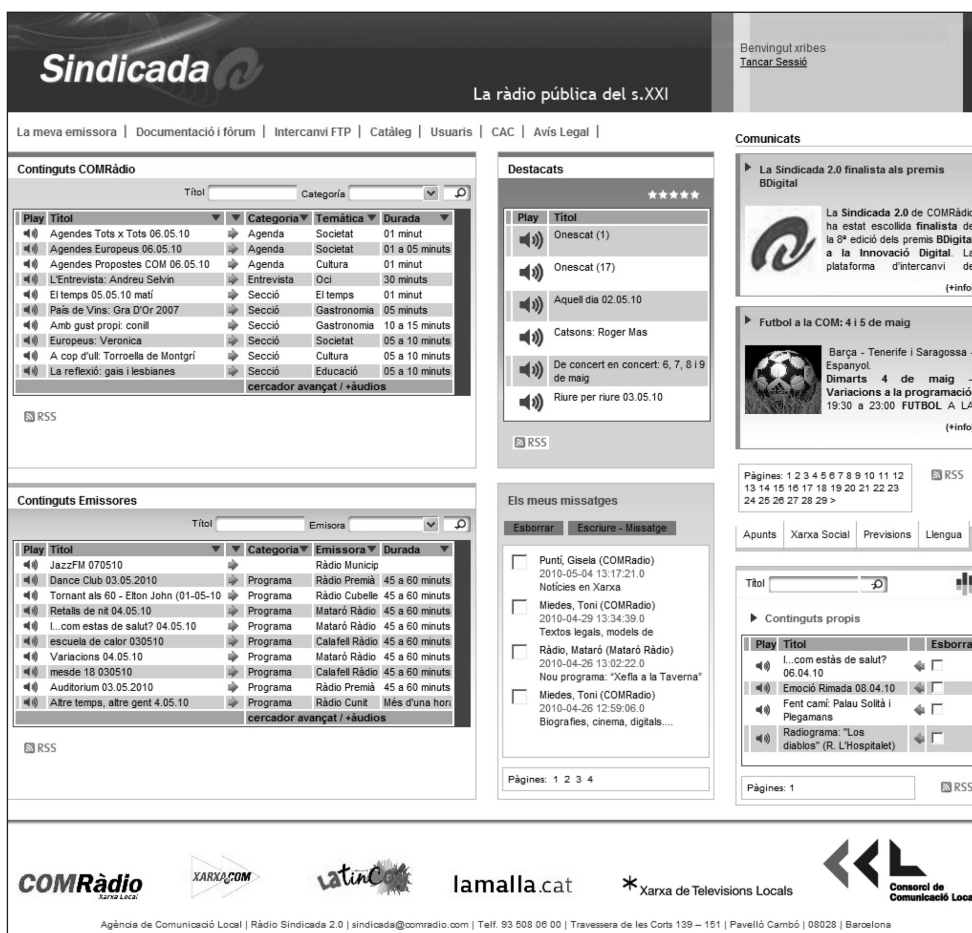
El personal adscrit a aquest projecte pertany a l'Àrea Digital de COMRàdio, que també gestiona la web. Les funcions fonamentals dels set membres d'aquest equip són, pel

que fa a la *Sindicada*, afavorir l'intercanvi de programes entre emissores, així com alimentar la plataforma amb continguts intemporals (o de llarga vigència) i administrar la producció de la programació creada específicament per ser distribuïda a través de la plataforma. Les emissores també tenen a la seva disposició un servei de consulta, tutoria i assistència de dilluns a divendres, de 7 a 22 h i de 10 a 22 h els caps de setmana.

*La Sindicada 2.0 facilita informació i continguts sonors a les emissores, que poden incloure'ls en la seva programació radiofònica*

En aquest sentit, COMRàdio genera tres tipus de peces: els programes que emeten en directe (via satèl·lit, FM i FM) i que posen a la plataforma per a la seva redifusió; càpsules d'informació actualitzada, com ara la meteorològica o l'agenda cultural, i també enregistra espais i càpsules temàtiques, segons les necessitats manifestades per les emissores locals. A través de la plataforma, aquests continguts poden

**Imatge 1.** Captura de pantalla de la pàgina inicial de la *Sindicada 2.0*



Font: [www.sindicada.com](http://www.sindicada.com).

ser escoltats i descarregats pels responsables de les emissores municipals per afegir-los al seu flux radiofònic convencional. D'aquesta manera, la *Sindicada* funciona com un servei per a les emissores municipals, que poden disposar d'informació de serveis renovada, així com d'altres continguts, llestos per ser emesos. D'altra manera, moltes d'aquestes emissores no serien capaces de produir ni oferir als seus oients programació d'aquest tipus, ja que les limitacions tècniques, econòmiques i humanes els impedeixen disposar de recursos per generar i mantenir actualitzades certes informacions.

Les relacions que s'estableixen en aquesta plataforma són, com hem comentat, des de COMRàdio fins a les emissores, però també s'estructuren relacions i intercanvis entre les mateixes emissores. Les diferents entitats radiofòniques poden, voluntàriament, pujar aquell material de producció pròpia que consideren que pot resultar interessant per a altres emissores i compartir-lo. La col·laboració, la producció i l'intercanvi de continguts sonors, doncs, s'estableix tant des del centre organitzador com entre iguals. Cal recordar que abans d'existir aquesta plataforma, COMRàdio i les emissores municipals s'intercanviaven programes a través d'un FTP i enviant la informació complementària, les descripcions tècniques o les *metadades* relacionades a través del correu electrònic. La *Sindicada* facilita i agilitza aquesta realitat i fa que el material que prové de l'intercanvi esdevingui un recurs més a l'hora d'elaborar les graelles radiofòniques municipals.

Quan un productor decideix compartir un programa propi l'ha de *pujar al servidor* de la plataforma. Per fer-ho, ha d'omplir una fitxa que servirà per identificar el material sonor. En aquesta fitxa s'inclouen dades com ara el títol, la descripció, la categoria, la classificació o la temàtica. També cal fer constar la durada de la peça, la caducitat de la informació, el nombre de cançons emeses i el nombre de cançons emprades en català o aranès. Aquestes dades serviran per facilitar les tasques de localització del material sonor compartit de manera que els programadors puguin cercar-lo per durada, temàtica, categories... Una altra funció d'aquestes dades és la de facilitar les tasques de gestió relacionades amb les auditories i declaracions vinculades a les liquidacions de drets d'autor o a les polítiques lingüístiques.

Segons els responsables de la plataforma, la iniciativa ha tingut una molt bona acollida. Prova d'això és que, a finals de 2009, setmanalment s'incorporaven uns 400 àudios, unes 50 emissores descarregaven peces per a les seves programacions i eren 17 emissores<sup>15</sup> les que es mostraven actives a l'hora de col·laborar aportant continguts.

---

15. Les emissores que havien aportat materials a la *Sindicada 2.0* a finals de 2009 eren Mataró Ràdio, Ràdio Calafell, Ràdio Cubelles, Ràdio Premià de Mar, Ràdio Cunit, Ràdio l'Hospitalet, Ràdio d'Arenys de Mar, Ràdio Ripollet, Ràdio Mollet, Ràdio el Prat, Ràdio Terrassa, Ràdio Vilafranca, Ràdio Castelldefels, Ràdio Barberà, Ràdio Sant Boi, Ràdio Badalona i Ràdio Manlleu.

## 4. Les emissores del tercer sector a la xarxa

La tipologia de les emissores que queden recollides sota l'etiqueta de «tercer sector» és molt variada: trobem ràdios lliures, religioses, escolars, culturals, llatines, esotèriques, sense ànim de lucre, amb models programàtics similars als musicals o als privats...<sup>16</sup> Aquestes diferències que afecten trets tan fonamentals com, per exemple, les formes programàtiques, els temps d'emissió, els objectius comunicatius i/o lucratiu dels responsables o la difusió de publicitat, tenen el seu reflex en l'entorn virtual. Dit d'una altra manera, tant la presència a Internet d'aquest tipus d'emissores com l'ús que fan de les eines i els recursos que la xarxa els proporciona són molt variats. Així, tot i que resulta extremadament complicat parlar de manera general del tercer sector a Internet, hem intentat, en la mesura del possible, detectar les accions comunes i els fenòmens homogenis que es produeixen a l'hora d'aproximar-se a la xarxa. Però també destacarem els trets més significatius que accentuen les divergències.

---

*Les diferències entre les emissores del tercer sector, detectades en la programació, els temps d'emissió, els objectius comunicatius i/o lucratiu dels responsables o la difusió de publicitat, tenen el seu reflex en l'entorn virtual*

---

Com en el cas de les *bitcasters* públiques i privades, un dels objectius fonamentals de la presència a Internet de les emissores del tercer sector és difondre la seva emissió hertziana a través del canal telemàtic. De fet, aquestes emissores han trobat a Internet un espai que poden considerar propi, on el seu producte radiofònic pot arribar a l'audiència sense dependre de llicències alienes o de freqüències que no els han estat atorgades. Per tant, la gran majoria posen a disposició dels interactors l'emissió hertziana que estan distribuïnt en directe. Mereix ser esmentat, per especial, el cas de les emissores que no ofereixen continguts 24/7, com són, per exemple, les escolars. Aquestes emissores fan emissions en directe només algun o alguns dies a la setmana i dins d'un horari determinat, més aviat limitat (de tres quarts d'hora a una hora i mitja, aproximadament). A la pàgina web, l'enllaç al flux radiofònic en directe no desapareix quan no hi ha emissió. Això provoca

---

16. Tot i que hi ha projectes radiofònics penitenciaris a la xarxa dins de l'àmbit català, com ara radiochevere.org (Wad-Ras) o laislaradioblog.net (Brians 1), no hem localitzat a Internet cap de les emissores penitenciaris catalanes que emeten continguts en hertziana.

que, quan s'intenta accedir a l'escolta en directe fora de les hores d'emissió, es produeixi un error. Els horaris d'emissió no sempre queden prou explicitats o, si més no, no estan esmentats a prop del botó que fa d'enllaç. És per això que, en molts casos, l'usuari no serà capaç d'atribuir l'error a la discontinuïtat de l'emissió i pot pensar que és degut a un error en la programació de la pàgina web.

La gran majoria de *bitcasters* del tercer sector disposen d'un nom de domini propi. Novament resulten un cas peculiar les emissores escolars que, hostatjades bàsicament en servidors gratuïts, com ara els de la Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya ([www.xtec.cat](http://www.xtec.cat)) o en espais de creació de blocs, utilitzen els noms facilitats per aquests servidors (com ara <http://www.xtec.cat/centres/a8037528/emisora/radorapia.htm> o <http://radio-vedruna-ona.blogspot.com>). Aquestes *bitcasters*, doncs, no causen despeses, ni d'hostatge del web ni d'adquisició del nom de domini.

Si bé hi ha algunes excepcions, l'ús de vídeo és bastant habitual en totes les categories de les *bitcasters* del tercer sector. De fet, moltes utilitzen recursos gratuïts, com per exemple YouTube, per incloure material videogràfic. Això les allibera d'haver de contractar amb el seu proveïdor un gran volum de transferència ja que és el servidor de vídeos el que es fa càrrec de la despesa que suposa oferir els vídeos. Algunes, fins i tot, com ara les convencionals, estan desenvolupant canals propis de vídeo a YouTube.

On trobem diferències molt significatives és en l'aspecte visual dels webs de les emissores del tercer sector. És evident que, en molts casos, no s'ha treballat amb professionals del disseny ni s'ha desenvolupat un mínim plantejament gràfic. També es detecten casos que articulen la seva línia gràfica sobre la base de plantilles de disseny ofertes pel mateix sistema d'hostatge (com en el cas de l'ús de blocs). Amb tot, algunes mostren una concepció conceptual i de disseny acurada, fruit, sens dubte, del treball d'un professional.

---

*Tot i que hi ha excepcions, es percep la manca de participació de professionals en la concepció dels webs, per la qual cosa en resulten especialment afectats els aspectes visuals del disseny així com les estructures de navegació*

---

Un altre aspecte que cal destacar són les diferències relacionades amb les estructures de navegació. Per regla general, les opcions de navegació s'organitzen en forma de menú i són prou clares i «estàndards». Algunes emissores escolars i, de manera destacada en d'altres de lliures, la navegació i l'accés a la informació distribuïda pel web re-

sulta difícil. Aquest mal disseny de l'arquitectura informacional dels espais virtuals de les *bitcasters* del tercer sector remet, novament, a la no-intervenció de professionals en la concepció dels webs.

Podem apuntar, també, la vinculació d'aquest tipus de *bitcasters* amb les xarxes socials i, en particular, amb Facebook. La relació amb l'audiència la fonamenten en aquest entorn, tot i que no descarten l'ús d'altres eines de comunicació, com ara els fòrums o els xats. De fet, algunes tenen un nombre de seguidors a Facebook que supera els 2.000.

Insistim que generalitzar és complicat i que hi ha excepcions de tota mena. Amb tot, podem concloure que les *bitcasters* del tercer sector estan ocupant la xarxa amb els recursos econòmics disponibles, que en alguns casos són nuls. Això té certes repercussions en el producte final i que es manifesten tant en la qualitat del producte radiofònic com en l'aspecte visual i la manera d'oferir continguts a través d'Internet.

## 5. Conclusions

- Observant el creixement experimentat per les xarxes socials, tant en nombre d'usuaris, com en temps de consum, és molt plausible suposar que aquestes són, en bona part, les responsables del descens significatiu en l'ús de les eines de comunicació textual. Les xarxes socials, de fet, funcionen com un gran fòrum temàtic, amb capacitats multimèdia, entorn d'una persona o, en aquest cas, d'una empresa. Per tant, proporcionen solucions de comunicació i participació, amb funcions més desenvolupades que les de les eines individuals analitzades i, a més, les presenta unificades en un mateix espai de navegació.
- Les *bitcasters* no estan oblidant la importància de les xarxes socials en la construcció de noves formes de relació. Ens consta que algunes han desenvolupat estratègies comunicatives en què Facebook esdevé una peça fonamental i que compten amb professionals en les seves plantilles que desenvolupen tasques de *community manager*.
- Les emissores de ràdio catalanes es manifesten com a part d'un entramat comunicatiu ampli, canviant i complex al qual s'adapten, en general, amb prou velocitat. Així, cada cop és més habitual trobar incursions en noves finestres, algunes en fase encara de temptativa (com ara la creació de canals de vídeo a YouTube) o d'altres que es consoliden amb fermesa (com és la presència de les emissores als dispositius mòbils). Caldrà veure si el públic acull aquestes iniciatives i incorpora les noves formes de consum radiofònic a la seva dieta mediàtica.

- Els models de negoci relacionats amb la comercialització musical estan derivant dels sistemes tradicionals basats en el suport físic (com ara el vinil o el CD) cap a altres formes fonamentades en els continguts musicals pròpiament dits. A Internet conviuen encara els dos models (venda de discos i comercialització de serveis d'escolta). Els serveis d'escolta per Internet se sustenten econòmicament de manera híbrida: els ingressos provenen de la publicitat, de les subscripcions i de les comissions derivades de les vendes de cançons individuals a través de l'entorn d'escolta. Algunes de les emissores catalanes observades en aquest estudi incorporen opcions de compra de cançons individuals, fet que facilita als seus oients la compra de temes musicals.
- La intel·ligència col·lectiva és una de les forces de l'anomenada *Web 2.0*. I una de les seves manifestacions és la producció mancomunada, l'intercanvi d'informacions i la rendibilització de recursos. La *Sindicada 2.0* ha esdevingut un clar exemple d'aquestes característiques. Aprofita les tecnologies d'Internet com a eina productiva per establir sinergies de col·laboració entre diferents professionals del mitjà, per facilitar-los la comunicació i per optimitzar els recursos. I tot això en benefici d'un producte radiofònic millor i de més qualitat.

## 6. Fonts consultades

- Acta de la reunió del jurat dels 9ns Premis Ràdio Associació, celebrada a Barcelona el 15 d'abril de 2009 [en línia]. <<http://www.radioassociacio.com/acta9n-spremis.htm>>
- «Facebook Ranks as Top Social Networking Site in the Majority of European Countries» [en línia]. <[http://www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2009/4/Facebook\\_Top\\_Social\\_Network\\_in\\_Spain](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/4/Facebook_Top_Social_Network_in_Spain)>
- «Led by Facebook, Twitter, Global Time Spent on Social Media Sites up 82% Year over Year» [en línia]. <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/led-by-facebook-twitter-global-time-spent-on-social-media-sites-up-82-year-over-year/>>
- «Pandora (And Other Internet Radio) Has Officially Been Saved» [en línia]. <<http://techcrunch.com/2009/07/07/pandora-and-other-internet-radio-has-officially-been-saved/>> [Consulta: 7 juliol 2009].
- «Sindicada 2.0: més de 40 programes radiofònics» [en línia]. *Xarxa.com. Revista de Comunicació Local*, núm. 10 (desembre 2009). <[http://www.xarxacom.cat/pdf/xarxacom\\_10.pdf](http://www.xarxacom.cat/pdf/xarxacom_10.pdf)>





# CAPÍTOL VIII

## La ràdio catalana i la immigració

Per **María Gutiérrez**, professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat I de la UAB.

Per **Amparo Huertas**, responsable de la línia d'investigació «Comunicació, migració i ciutadania» de l'InCom-UAB.

---

La ràdio té una responsabilitat social que es manifesta en la creació d'opinió pública a partir de la presència i el tractament de les qüestions que afecten la seva audiència potencial, i la immigració ho és per diferents motius. El primer, perquè la presència d'aquests nous ciutadans genera canvis en l'entorn que poden afectar el grau de cohesió social i de convivència. El segon, perquè el recel entre la població autòctona augmenta exponencialment, perquè veu amenaçats els seus valors socials i culturals i sent la necessitat de reaccionar a la defensiva. Alhora, l'audiència amb nacionalitat estrangera, segons ens mostra l'EGM, va creixent progressivament des de l'any 2007 i, tot i que encara és un percentatge relativament baix dins el sector radiofònic, els diferents actors no haurien d'obviar-ne la importància a l'hora d'establir les seves estratègies de futur. Aquest capítol monogràfic, dividit en dues parts, tracta de donar resposta a aquests i altres temes analitzant quin és el paper que el creixent fenomen de la immigració al nostre país està tenint en les graelles radiofòniques i en les dades d'audiència.

---



## La immigració com a contingut temàtic a la ràdio

Per **María Gutiérrez**.

---

La finalitat d'aquest article és fer una mirada exploratòria a l'adaptació de la ràdio, des de la perspectiva dels continguts, al nou entorn social fruit de l'arribada al nostre país de ciutadans immigrants de procedències diverses. Aquest fenomen començà a modificar la composició i l'estructura social que, fins a aquell moment, funcionava com a referent per entendre la societat espanyola i catalana. El nostre punt de partida se situa a l'any 2002,<sup>1</sup> any en què l'*Estudi General de Mitjans* incorpora l'immigrant com un potencial consumidor mediàtic.<sup>2</sup> La inclusió d'aquesta variable va ser un pas important per al reconeixement dels canvis socials que s'estaven produint.

El plantejament metodològic ha demanat una recerca de les produccions radiofòniques que tenen com a objectiu abordar la immigració com un assumpte temàtic propi. L'àmbit de la mostra inclou:

- Les principals ràdios generalistes amb programació en cadena i local, a més de les públiques autonòmiques, per a les quals l'heterogeneïtat de l'audiència és un tret característic que pot esdevenir una circumstància complexa en la gestió dels continguts. Així, aquesta aproximació permet obtenir un grau de coneixença general sobre els factors que poden determinar la producció d'un programa temàtic especialitzat en aquest assumpte.
- Les ràdios locals catalanes, per facilitat en l'accés, però també perquè aquest sector és el més desenvolupat de l'Estat espanyol. Aquest tipus de comunicació radiofònica, per les seves pròpies característiques, facilita la presència de la immigració, no només com

a assumpte temàtic, sinó també la de la figura de l'immigrant com a productor i creador de continguts. A més, el *Llibre blanc de la ràdio local pública* (2006) reconeix entre els seus deures l'obligació de satisfer les necessitats d'informació i comunicació dels diferents col·lectius que configuren l'entorn natural del mitjà.

- Les ràdios ètniques. Aquest àmbit és el que presenta majors dificultats a l'hora d'analitzar, ja que bona part d'aquests projectes tenen vida curta i, per tant, la seva permanència en antena és puntual. Tot i així, l'actual debat obert sobre el seu caràcter integrador i la seva funció de reforç identitari obliguen a aquesta mirada.

Els principals objectius d'aquesta anàlisi són, d'una banda, determinar com s'ha desenvolupat el procés d'adaptació de la ràdio autòctona al nou entorn social, i de l'altra, l'evolució mediàtica del ciutadà immigrant en termes de visualització radiofònica en tant que pot actuar com a font d'informació i/o productor i creador de continguts.

### 1. La immigració, eix temàtic d'interès radiofònic a la ràdio generalista a l'Estat espanyol

El 2002, quan l'*Estudi General de Mitjans* introdueix la variable que permet adscriure l'immigrant a l'audiència radiofònica, la temàtica immigració estava circumscrita majoritàriament en l'àmbit dels programes d'informació general, i les pasteres, la delinqüència i la normativització legislativa a escala espanyola i europea eren les qüestions més destacades. Des de la vessant de la cohesió social i la convivència, aquesta polarització temàtica no permetia aprofundir en les causes del fenomen migratori, però tampoc un enfocament més social i cultural (Gutiérrez, 2005). Tot i així, ja s'havien iniciat alguns projectes en el marc de la ràdio generalista que tenien com a propòsit la creació d'un espai de reflexió en forma de programa, tal com mostra la taula 1.

---

1. Tot i que les dades sobre nacionalitat a l'EGM es tenen en compte des del 2002, no és fins al 2007 quan s'inclou la variable als resultats.

2. L'EGM utilitza l'entrevista personal, per la qual cosa la falta de domini lingüístic dels entrevistadors en altres llengües que no fossin oficials es va revelar com una debilitat del sistema que havia de ser corregida. És per aquesta raó que es va considerar que la informació d'aquest primer informe era esbiaixada. En línia: <[http://download.aimc.es/aimc/07informacion/lineabierta\\_41.pdf](http://download.aimc.es/aimc/07informacion/lineabierta_41.pdf)>. [Consulta: 26 novembre 2008]

**Taula 1.** Evolució de programes d'informació especialitzada sobre immigració a la ràdio generalista espanyola i catalana. Anys 2002-2010

Àmbit de difusió	Programa	Inici	Final	Cadena/emissora	Titularitat
Andalusia	<i>Bienvenidos</i>	2002	...	Canal Sur Radio	Pública
Catalunya	<i>Samarkanda</i>	2002	2004	Ona Catalana	Privada
	<i>Tots per tots</i>	2002	...	COMRàdio	Pública
	<i>Vents del nord, vents del sud</i>	2004	2005	Catalunya Ràdio	Pública
	<i>Cel obert</i>	2008	...	Ràdio 4	Pública
Comunitat de Madrid	<i>Sin fronteras</i>	2006	2007	Onda Madrid	Pública
	<i>Inmigrantes en la onda</i>	2007	2009		
Comunitat de València	<i>Compromesos</i>	2006	2008	Ràdio 9	Pública
	<i>Nous valencians</i>	2008	...		
Galícia	<i>Vía libre</i>	2006	2008	Radio Galega	Pública
Illes Balears	<i>Veus del call<sup>1</sup></i>	2008	...	IB-3 Ràdio	Pública
Múrcia	<i>Murcia Abierta</i>	2002	...	Onda Regional Murcia	Pública
Espanya	<i>Frontera</i>	2002	...	RNE / Radio 1	Pública
	<i>La tierra prometida</i>	2006	2007		
	<i>Punto de fuga</i>	2002	...	SER	Privada
	<i>Ser latinos</i>	2007	2009		
	<i>Cheveré</i>	2007	2008	Punto Radio	Privada
	<i>Nuevos ciudadanos</i>	2008	...		

(...) encara en antena.

<sup>1</sup> Programa divulgatiu sobre la cultura jueva.

Font: Elaboració pròpia.

Amb independència de la titularitat de la ràdio, tots els programes que s'emeten a la temporada radiofònica del 2002 pertanyien a l'àrea de la informació especialitzada i abordaven la qüestió des de diferents òptiques. Des de la reflexió més espiritual (*Frontera* i *Samarkanda*), passant per la presentació de polítiques públiques i el seguiment de projectes gestionats per alguna ONG (*Punto de fuga* i *Tots per tots*), fins a propostes en les quals els immigrants, a banda de subjectes noticiables, esdevenien fonts informatives i productors del programa (*Bienvenidos*<sup>3</sup> i

*Murcia Abierta*<sup>4</sup>). D'una manera més o menys explícita, tots aquests programes postulaven per la creació d'espais radiofònics per a la reflexió i la convivència.

Un element que no pot passar desapercebut és que, majoritàriament, el seu àmbit de difusió era autonòmic. Des d'una perspectiva demogràfica,<sup>5</sup> Catalunya (amb el

4. Durant la dècada dels anys noranta, va iniciar les seves emissions *Tertulia entre hermanos*, antecedent de l'actual *Murcia Abierta*, que ja tenia com a llengües d'expressió l'espanyol i l'àrab. Aquest era, en aquell moment, el major col·lectiu d'immigrants a la Comunitat Autònoma de la Regió de Múrcia. Actualment, a *Murcia Abierta*, aquest col·lectiu continua mantenint un pes significatiu en la producció del programa i, per tant, persisteix la presentació bilingüe.

5. Són dades de l'*Anuario Estadístico de Extranjería*, elaborat pel Ministeri de l'Interior espanyol. L'any 2002 el total d'estrangers amb targeta de residència a Espanya era d'1.324.001.

24,8% de població estrangera sobre el total) i Andalusia (amb el 12,38%) figuraven entre les comunitats autònomes amb un índex més alt de població estrangera de l'Estat espanyol, mentre que Múrcia (amb un 4,1%) presentava el creixement més accelerat dels últims cinc anys.<sup>6</sup>

---

*L'atenció a l'entorn social propi afavoreix l'aparició de programes especialitzats a les ràdios públiques d'àmbit autonòmic*

---

El reconeixement de la immigració com un *target* més de l'audiència implicava acceptar el seu potencial com a consumidor mediàtic, però a més demanava trencar amb l'estratègia de la seva invisibilitat i explorar nous discursos radiofònics per afavorir la seva integració mediàtica. La taula 1 mostra el recorregut de la presència dels programes especialitzats en la temàtica de la immigració a la ràdio generalista entre la temporada 2002 i 2010.

Com es pot observar a la taula 1, la presència d'aquest tipus de programes és desigual, ja que, al costat de projectes de llarga trajectòria, se'n troben d'altres amb només una temporada d'emissió. S'acostumen a emetre en horaris residuals i, majoritàriament, la seva freqüència és setmanal, encara que justament alguns dels més antics, com ara *Tots per tots* i *Murcia Abierta*, es poden sintonitzar de dilluns a divendres. Curiosament ambdós precedeixen l'informatiu d'actualitat general vespre-nit.

L'ampliació a noves temàtiques, que van des de l'aproximació a polítiques socials promogudes per l'administració i/o altres agents socials privats fins a activitats interculturals, és un altre tret característic d'aquests programes especialitzats. Això, d'alguna manera, és una conseqüència lògica. Si bé en una primera fase, l'interès se centrava en els efectes sobre el territori de la presència de nous immigrants, actualment els principals eixos temàtics són la integració i la convivència.

En aquest sentit, cada cop és més comú que aparegui la figura del ciutadà autòcton resident a altres països que relata el seu procés de migració en termes d'integració, però també de convivència. Alguns d'aquests testimonis responen a persones que estan desenvolupant el seu projecte de vida en altres indrets del planeta.<sup>7</sup>

Anteriorment, s'ha comentat la importància de la proximitat de l'emissora al seu entorn natural de difusió per a la producció d'aquests tipus de programes. Aquest fac-

tor queda ratificat quan s'observa quins són els col·lectius que més atenció gaudeixen. Així, es detecta que el col·lectiu llatinoamericà, que assolix el 30,49% sobre el total de població estrangera a Espanya enfront del 20,80% de l'africà,<sup>8</sup> és el més present en els programes d'àmbit estatal, com per exemple el ja extingit *Ser latino* (SER) i *Nuevos ciudadanos* (Punto Radio). En ambdues propostes, aquesta identificació es reforça amb la col·laboració de professionals nascuts a la zona combinada amb música d'aquesta àrea geogràfica. Si bé és cert que el nombre de residents d'origen llatinoamericà a Espanya és alt comparat amb altres col·lectius,<sup>9</sup> també hi ha raons de caràcter econòmic, com ara el fet que sigui Telefónica l'únic anunciant al programa de Punto Radio i que Unión Radio, a la qual pertany la cadena SER, és el major grup radiofònic hispà.

Aquest protagonisme es desdibuixa en les produccions radiofòniques d'àmbit autonòmic, en les quals els llatinoamericans comparteixen espai amb ciutadans que provenen d'altres procedències, com és el cas de *Bienvenidos* (Canal Sur Radio) i *Murcia Abierta* (Onda Regional Murcia), emissores en les quals l'àrab també esdevé llengua vehicular.<sup>10</sup>

## 2. Els immigrants, productors a la ràdio local

Les possibilitats de participació que ofereix la ràdio local han estat clau per entendre el volum de programes que les emissores locals, en general, i municipals, en particular, han produït. Tot i que el *Llibre blanc de la ràdio local pública* (2006) reconeix com una obligació atendre les necessitats d'informació i comunicació de i entre els diferents col·lectius que configuren el seu entorn natural, algun estudi anterior ja reflectia la capacitat d'aquest tipus de comunicació per connectar amb la població estrangera nouvinguda (Gutiérrez i Huertas, 2004).

La temporada 2007, LatinCOM inicia les seves emissions aprofitant la freqüència de COMRàdio a l'ona mitjana (882 OM). Aquest projecte radiofònic es planteja com a principal objectiu la integració de la població nouvinguda, amb un format tipus radiofórmula, basat en la combinació de continguts informatius i música llatina i catalana. Ara bé, el més interessant és que part de la seva programació

---

6. La Comunitat de Madrid no va aplicar aquesta directriu, encara que l'índex de població estrangera assolí el 20,6% sobre el total.

7. El programa *Cel obert* (Ràdio 4) compta amb la participació voluntària de ciutadans catalans repartits pel món que elaboren cròniques sobre la situació del país d'acollida.

8. Dades de la Secretaria d'Estat d'Immigració i Emigració del Ministeri de Treball i Immigració a 31 de desembre del 2009.

9. A data 1 de gener del 2008, segons l'Institut Nacional d'Estadística, els ciutadans d'origen llatinoamericà representaven el 29,5% sobre el total de residents estrangers al territori espanyol.

10. Segons dades de la Secretaria d'Estat, a 31 de desembre del 2009, a Andalusia el percentatge d'estrangers d'origen llatinoamericà registrat és de 19,51% sobre el total, mentre que l'africà assolí el 22,48%. A la Comunitat de Múrcia també els africans, amb un 37,7%, sobrepassen els llatinoamericans, amb un 34,5%.

està produïda per emissores municipals que participen en el Consorci de Comunicació Local (CCL), com ara *Un canto de amistad*, de Ràdio Castelldefels; *Canto popular latinoamericano*, de Ràdio Sant Boi; *Picadillo*, de Ràdio Ciutat de Badalona, i *Guantanamera*, de Ràdio Barberà. Els dos primers ofereixen informació sobre l'actualitat llatinoamericana acompanyada de música d'aquesta àrea geogràfica, mentre que els dos últims són exclusivament musicals.

---

*La ràdio local actua de dinamitzador en el procés d'integració i fomenta la cohesió i la convivència*

---

És en l'àmbit de la comunicació radiofònica local i, en especial, a les emissores municipals on es detecta una mostra variada de programes dedicats a la immigració. La majoria són produïts per agents tècnics dels ajuntaments o per associacions d'immigrants assentades al territori. Encara que la música ètnica és un contingut important per a la connexió emocional amb l'audiència, aquestes produccions aborden qüestions diverses des d'una perspectiva informativa, des de l'actualitat (*Paraíso Latino* a Ràdio Sant Andreu de Sant Andreu de la Barca) fins a ofertes laborals (*Busquem feina* a Ràdio Sant Vicenç dels Horts), passant per temàtiques d'igualtat de gènere (*Desmuntem tòpics*, de Ràdio Cunit, o *Barreja't amb mi*, de Ràdio Cubelles) i, fins i tot, de normalització lingüística (*Collita* a Ràdio Sant Vicenç dels Horts).

El fet que bona part d'aquests programes estiguin produïts per la mateixa població immigrant ja és un bon símptoma. D'una banda, són una mostra d'integració en tant que fan ús d'un canal de comunicació que comparteixen amb altres col·lectius autòctons, i de l'altra, les seves aportacions enriqueixen la graella de programació. Pel que fa al *target*, s'han detectat programes que poden interessar tant a col·lectius d'immigrants com al conjunt de veïns del municipi.

Amb independència de la tipologia de producció, aquests tipus de programes estableixen llaços entre els ciutadans estrangers i els autòctons i creen espais per a la reflexió i el debat entorn del fenomen de les migracions contemporànies. Justament aquesta perspectiva és la causa de plantejaments temàtics més oberts, no estrictament lligats a la integració, sinó a la comprensió del món actual, que fomenten la solidaritat i la lluita contra l'exclusió social.

La Mesa de la Diversitat Cultural del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha reconegut la tasca d'alguns d'aquests programes radiofònics i els ha premiat perquè fomenten la cohesió social i la convivència. Així, l'edició del 2008 *Barreja't amb mi*, de Ràdio Cubelles, una iniciativa de l'associació Por Derecho Propio, va ser guardonada perquè és un espai de comunicació i d'enriquiment cultural que obre els seus micròfons a les dones arribades

d'altres països. Un any després el reconeixement va recaure sobre *Nines russes*, de Ràdio Ciutat de Badalona, un programa obert a la participació dels col·lectius que conformen la ciutat a més de diferents entitats i organismes locals.

### 3. Les ràdios ètniques

En paral·lel al desenvolupament de propostes programàtiques en el marc de ràdios autòctones, van emergir les anomenades *ràdios ètniques*, que es dirigeixen a *targets* diferenciats per la seva procedència (Gómez-Escalonilla, 2008). En general, una particularitat important és la seva baixa perdurabilitat en antena ateses les característiques d'emissió en freqüències sobre les quals no tenen llicència. Al marge d'aquesta consideració important, els seus continguts fonamentalment musicals estan destinats a accentuar la identitat nacional dels seus oients. Entenent que compleixen aquesta funció de caràcter emocional (Lario Bastida, 2008; Mena, 2008) en la fase de desterritorialització que acompanya qualsevol trajectòria migratòria (Cogo, Gutiérrez i Huertas, 2008), les sinergies comercials que es generen al seu entorn fan qüestionable aquesta voluntat d'integració (Retis, 2006).

**Taula 2.** Relació d'emissores ètniques a Catalunya prenent com a base *l'Informe sobre la Ràdio a Catalunya* (2008)

Freqüència	Emissora	Àmbit de difusió	Eix Temàtic
88.5	Fiesta FM	Barcelona	Llatina
92,8	La Superestación	Barcelona	Llatina
94.2	Radio Tropical FM	Barcelona	Llatina
95.2	Antena 2.000 Radio	Esplugues de Llobregat	Llatina
96.6	Radio Gladys Palmera	Barcelona	Llatina
100.3	La Bomba	Barcelona	Llatina
101.8	Zona Latina	Barcelona	Llatina
104.7	Barcelona Latina FM	Barcelona	Llatina
106.4	Privilex	Barcelona	Llatina
95.4	Son Latino Girona	Girona	Llatina
103.5	Caribe FM Stéreo	Girona	Llatina
92.1	Latina Estéreo	Tarragona	Llatina
97.4	Energía FM	Tarragona	Llatina

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de *l'Informe sobre la Ràdio a Catalunya* (2008).

Entre totes aquestes emissores, cal destacar Radio Gladys Palmera que des dels seus inicis es va plantejar com a objectiu quasi exclusiu l'emissió de música llatina i que

ha evolucionat a un portal ([www.gladyspalmera.com](http://www.gladyspalmera.com)) que compta, a més, amb quatre canals online (Etnochic, Cool@ Latinjazz, Salsa i Latin Vintage). Aquest projecte l'ha fet abandonar els programes de continguts informatius adreçats a ciutadans nouvinguts que va mantenir durant una etapa en la seva graella de programació.

---

*El desenvolupament de les ràdios ètniques, majoritàriament llatines, està estretament lligat a interessos comercials*

---

Amb l'objectiu d'ampliar el seu radi de cobertura, algunes d'aquestes emissores han optat per desenvolupar projectes *online*. Així, La Bomba també ha estat el punt de partida d'un portal ([www.labomba.fm](http://www.labomba.fm)) que, a banda d'oferir els continguts radiofònics de l'emissió analògica, posa a disposició dels usuaris serveis d'informació i vies de participació diverses. Encara que manté espais destinats a continguts estrictament adreçats al col·lectiu llatinoamericà, la música és el seu eix temàtic central. També Barcelona Latina FM gestiona un portal ([www.bcnlatin.iespana.es](http://www.bcnlatin.iespana.es)), on emfatitza el seu interès d'arribar «des de Barcelona (Espanya) para el resto del mundo». A més, el concepte *integració* queda plasmat en el seu eslògan, «La radio de la integración», que apareix com una forma d'ideari al *site* de l'emissora. Ara bé, una mirada més atenta permet detectar un ampli desplegament d'anuncis de restaurants ètnics i informacions de servei per a un *target* molt determinat, i poc o cap espai per al desenvolupament d'espais interculturals.

## 4. Conclusions

La prospectiva portada a terme sobre la varietat de produccions radiofòniques centrades en la temàtica immigració evidencien:

- La participació del ciutadà immigrant com a productor i creador de continguts a les emissores generalistes, però sobretot a les locals. Ara bé, aquesta funció es porta a terme, bàsicament, des de la categoria de col·laborador, ja que, a hores d'ara, la seva presència en equips de producció d'altres programes és quasi bé un miratge.
- La renovació dels continguts. Passada l'etapa en què la immigració era un assumpte informatiu marcat pel conflicte, la majoria de programes han ampliat el ventall de temàtiques, possiblement buscant una audiència com més heterogènia millor. La visualització mediàtica dels ciutadans immigrants ha suposat la integració d'altres accents i formes d'expressió.
- La música com un element fonamental en els projectes de comunicació radiofònica amb vocació d'obrir

espais per a la convivència. La presència de músiques pròpies d'altres indrets del planeta ha facilitat l'aproximació a cultures d'arrels diferents a la catalana.

- Que les emissores que pertanyen a la categoria d'ètniques exerceixen de punt de trobada entre ciutadans d'una mateixa zona geogràfica. La falta de continguts, a banda de la música, que puguin ser d'interès per als autòctons esdevé una clara dificultat per fomentar l'intercanvi cultural.

Per finalitzar, la ràdio no pot oblidar la seva responsabilitat social amb independència de la seva titularitat i àmbit de difusió. Tot i així, s'ha de reconèixer que, per les seves característiques, la ràdio local esdevé l'àmbit comunicatiu per excel·lència per congregar els interessos i les expectatives dels diferents col·lectius que conformen el teixit social del seu entorn propi.

## 5. Bibliografia

- ESCALONILLA, G. [coord.]. *Voces de la inmigración: medios latinos en Madrid*. Madrid: Universitas, SA, p. 135-154.
- GUTIÉRREZ, M. «El impacto de las migraciones contemporáneas en la radio española. La representación de la interculturalidad». *Fronteiras* [São Leopoldo, Brasil], núm. 1 (gener-abril), p. 19-29. (A/2005).
- — «Las migraciones en la radio para todos: el caso español». *Logos: comunicação e universidade* [Rio de Janeiro, Brasil: Faculdade de Comunicação Social], vol. 1, p. 159-166; UERJ (B/2005). [Edició especial]
- GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. «La programació de la ràdio local a Catalunya 2003». *Informe de l'Audiovisual de Catalunya. Quaderns del CAC* [Barcelona], núm. extraordinari (setembre 2004), p. 189-200.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. «Mitjans de comunicació i immigració». *Quaderns del CAC* [Barcelona], núm. 12 (gener - abril 2002).
- RETIS, J. *Espacios mediáticos de la inmigración en Madrid: génesis y evolución*. Madrid: Observatorio de las Migraciones y Convivencia Intercultural de la Ciudad de Madrid, (2006). [Monografías; 4]

## 6. Webs de referència

- <http://bcnlatin.iespana.es>
- <http://www.labomba.fm>
- <http://www.gladyspalmera.com>
- <http://www.latincomradio.com>
- [http://www.comradio.com/flash/index.asp?anchor=&programa\\_detalle=&data\\_prog=&id\\_cerca=&cerca=](http://www.comradio.com/flash/index.asp?anchor=&programa_detalle=&data_prog=&id_cerca=&cerca=)



# Gaudir de la música, l'ús més freqüent de la ràdio entre els estrangers

Per Amparo Huertas.

---

## 1. Introducció

Segons les últimes dades de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya, actualitzades l'1 de gener de 2010, el 16% de la població que viu a Catalunya té nacionalitat estrangera.<sup>11</sup> El col·lectiu més nombrós és el marroquí. En aquesta comunitat autònoma viuen més de 240.000 ciutadans amb nacionalitat marroquina, dada que representa el 19% de la població total estrangera. Pel que fa al gènere, destaquen els homes (59% del total de magribins) i, respecte a l'edat, la franja majoritària se situa entre els 30 i els 44 anys (34%).

Romania (8% de la població total estrangera) i Equador (7%) són, respectivament, el segon i el tercer país més importants en aquest sentit. La major part dels romanesos immigrants a Catalunya tenen entre 15 i 44 anys (71%) i, pel que fa al gènere, hi ha un cert equilibri (homes: 52% i dones: 48%). Pel que fa a Equador, destaca la mateixa franja d'edat (entre 15 i 44 anys: 67%) i, segons la variable gènere, també es dona l'equilibri, però, en aquest cas, el percentatge de dones és el més alt (dones: 52% i homes: 48%).

Entre els països amb menys presència destaquen Bolívia, Colòmbia, Itàlia i la Xina, que suposen, cadascun, al voltant del 4% de la població estrangera resident a Catalunya. A continuació apareixen el Pakistan, el Perú, França, l'Argentina, el Brasil i Alemanya, el percentatge dels quals se situa entre el 2% i el 3%. I la llista es perllonga amb més de trenta nacionalitats diferents.

Aquesta diversitat d'origens geogràfics i arrels culturals fa que sigui poc adient parlar de tendències globals del consum radiofònic del conjunt de la ciutadania amb origen estranger. Parlar de manera conjunta de marroquins, romanesos i equatorians suposa, més aviat, construir una dada global fictícia, que l'únic que aconsegueix és amagar moltes particularitats.

A més, tant els factors socials com els biogràfics o personals també són molt diversos, cosa que fa que les necessitats comunicatives també ho siguin. A l'hora d'estudiar amb profunditat el seu comportament, a més de les variables habituals —com ara gènere, nivell econòmic o edat—, també s'han de tenir en compte aspectes com ara el temps de permanència en el nou espai de convivència o els motius que provoquen la decisió d'emigrar, per posar tan sols dos exemples. Aquesta última qüestió ha canviat molt durant els últims anys, sobretot arran del desenvolupament de les companyies aèries de baix cost i de les possibilitats que donen les tecnologies de la comunicació a l'hora de conèixer el que succeeix a tot el món. Així, per exemple, les necessitats econòmiques moltes vegades van acompanyades d'altres qüestions i, a més, aquestes no sempre estan presents —com sí que estableix l'arquetip del migrant. De fet, la situació política o les mancances del servei sanitari del país d'origen, la necessitat d'acompanyar la parella o d'ampliar la formació, o senzillament la recerca de noves experiències, sovint també formen part d'aquest conglomerat d'idees que comporten la decisió de sortir del país de naixement.

Això sí, tot i que Internet dona pràcticament a tothom la possibilitat d'accedir fàcilment a l'oferta radiofònica del país d'origen, el consum se centra, bàsicament, en l'oferta produïda en el nou país de residència, adreçada al conjunt de la població, malgrat que, segons recullen alguns dels treballs consultats, els continguts i formats no sempre agraden. Igual com succeeix amb la televisió, l'estranger compara la manera de fer ràdio del seu país amb la d'aquí, i les diferències que troba poden provocar, sobretot en el moment de l'arribada, un cert rebuig. Per exemple, els llatinoamericans —que és el col·lectiu sobre el qual hi ha més informació— sovint critiquen l'estil de les emissores musicals i les qualifiquen com a «monòtones», «amb falta de ritme» i «molt repetitives», i, entre els gèneres programàtics, l'humor —també a la televisió— és el que més costa d'entendre. Del conjunt de col·lectius estrangers presents

---

11. Es pot trobar informació actualitzada a: <<http://www.gencat.cat/benestar/societat/convivencia/immigracio/recursos/perfils/index.htm>>.

**Taula 3.** L'audiència amb nacionalitat estrangera de ràdio a Catalunya (2009)

	Total oients	Ràdio generalista	Ràdio temàtica	Ràdio musical	Ràdio informativa
<b>Perfil de l'audiència segons nacionalitat (% sobre l'audiència - en sentit vertical)</b>					
Espanyola	92,3	95,6	90,3	89,8	94,6
Resta	7,7	4,4	9,7	10	5,4
<b>Penetració de la ràdio segons nacionalitat (% sobre el grup social - en sentit horitzontal)</b>					
Espanyola	56,9	27,8	32,8	29,7	4
Resta	48	12,9	35,7	34,1	2,3

Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

a Catalunya, només un, el llatinoamericà, també té l'opció d'escoltar cadenes dissenyades de manera especial per ell. Són els denominats *mitjans ètnics*, el consum dels quals, atès que és minoritari, no queda reflectit en els sondeigs estadístics que quantifiquen el consum global, com ara el que presenta l'EGM Ràdio Catalunya.

I, d'altra banda, també es pot constatar de manera evident un altre fenomen bastant generalitzat. Del conjunt de l'oferta radiofònica, les ràdios musicals són les que més sedueixen la població immigrant. Així queda reflectit en els dos indicadors que ofereix l'EGM Ràdio Catalunya el 2009, el que fa referència al perfil de l'audiència i el que mostra la penetració del mitjà per grups socials. En primer lloc, mentre que tan sols el 4% dels oïdors de la ràdio generalista són d'origen estranger i la xifra referent al consum de la ràdio informativa —que es concentra bàsicament en Radio Marca— també mostra que aquest consum és molt baix (5%), el percentatge assoleix el 10% en el cas de les ràdios musicals. I, en segon lloc, després d'un increment de la penetració de la ràdio generalista entre els immigrants —des del 7% (2007) fins al 12% (2008)—, la xifra roman gairebé estancada el 2009 i, en canvi, en l'àmbit de les musicals, es manté una tendència constant cap amunt, amb un 29% de penetració el 2007 —ja com a punt de partida— fins al 34% el 2009 i, fins i tot, aquesta xifra arriba a superar el percentatge de penetració de la ràdio musical entre la població autòctona (29%).

## 2. Escoltar música a la ràdio

Gaudir de les programacions musicals és l'ús més habitual que fan de la ràdio els estrangers residents a Catalunya. Així queda reflectit tant a les dades quantitatives disponibles com

als estudis qualitius que s'han elaborat sobre el tema. De fet, segons la informació de què es disposa, la preferència per escoltar música en altres suports és el motiu més habitual a l'hora d'explicar per què no es consumeix ràdio.

En un treball de camp elaborat entre el 2004 i el 2006, sobre una mostra formada per 70 estrangers (llatinoamericans i europeus)<sup>12</sup> residents a l'Àrea Metropolitana de Barcelona, aquest va ser l'ús majoritari registrat: el 35% dels entrevistats va explicar que feia servir essencialment aquest mitjà per escoltar música. Com a conseqüència d'un important consum radiofònic durant les jornades laborals fora de la llar, i aquesta era la circumstància més habitual dins del col·lectiu masculí entrevistat, aquest seguiment de programacions musicals va resultar més pronunciat entre els homes (42% dels entrevistats) que entre les dones (28%) i, segons la zona geogràfica d'origen, els llatinoamericans superaven àmpliament el consum de ràdio musical en comparació amb els europeus (41% dels llatinoamericans entrevistats enfront del 17% dels europeus). Un segon estudi, en aquest cas centrat en la població adolescent (autòctons i immigrants) d'entre 15 i 19 anys del conjunt de Catalunya<sup>13</sup> i elaborat l'any 2009, va concloure també que el 35% dels joves estrangers escolten la ràdio musical.

12. A la mostra estaven representades un total de 17 nacionalitats. La majoria era de l'Argentina (11 entrevistats), d'Equador (12), de Colòmbia (6), del Perú (6) i de França (6). Es pot consultar aquest estudi a: DENISE COGO, MARÍA GUTIÉRREZ i AMPARO HUERTAS, *Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde Barcelona y Porto Alegre*, Madrid, Los libros de la Catarata (2008), elaborat amb el suport econòmic de l'organisme brasiler CAPES i el Ministeri d'Educació i Ciència espanyol.

13. Informe de l'InCom-UAB, *Cohesió social i joventut. Consum mediàtic i pràctiques culturals dels joves —migrants i autòctons— a Catalunya*, directora i investigadora principal: AMPARO HUERTAS BAILÉN; supervisió: MIQUEL DE MORAGAS i SPA. Encàrrec del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Però, quin tipus de música agrada més a la població immigrant? Els gustos musicals estan en gran part determinats per les arrels culturals. Segons les dades de FUNDACC referents al període maig 2007-abril 2008, prop del 70% dels llatinoamericans que viuen a Catalunya consumeixen salsa llatina —fet que justifica que moltes «emissores ètniques» s'especialitzin en aquest estil musical— i prop del 45% dels magribins escolten el que des d'Occident es diu *música ètnica*. Però, no obstant això, cal advertir que l'estil que realment agrada més és el pop rock, que és el que domina de manera clara en el conjunt de la població, incloent autòctons i immigrants. Així, i seguint la mateixa font d'informació, el 67% dels llatinoamericans i el 60% dels magribins segueixen aquest gènere musical.

Fins ara, els estudis quantitius disponibles sobre els gustos musicals dels estrangers a Catalunya només parlen dels estils musicals i això limita força l'anàlisi d'aquesta informació. Curiosament, els magribins, quan són consultats sobre la música que escolten, distingeixen entre música espanyola, anglesa, egípcia, marroquina, andalusí, àrab o berber, i apliquen, doncs, el criteri del país d'origen a l'hora d'explicar les seves preferències. Potser la consideració d'això, o d'una altra possibilitat, la de la llengua de la música consumida, ajudaria molt més a desenvolupar una anàlisi més acurada d'aquesta qüestió.

### 3. La ràdio també serveix per estar informat

Al costat de la música, tot i que amb una incidència molt inferior, la informació radiofònica és el segon punt d'interès. En l'estudi esmentat anteriorment fet sobre una mostra de 70 estrangers (llatinoamericans i europeus) a l'Àrea Metropolitana de Barcelona, el 21% dels entrevistats va afirmar que feia servir la ràdio per a la recerca d'informació sobre temes d'actualitat, i la influència de dues variables va quedar palesa de manera molt clara. D'una banda, a mesura que va augmentant el temps de permanència a Catalunya, va incrementant-se el consum d'informació a la ràdio i, a partir dels 40 anys —de la mateixa manera que es detecta en el conjunt de la població catalana—, també es nota la tendència a l'alça d'aquest interès. Ara bé, la ràdio informativa —igual que s'observa entre els autòctons— tampoc no té una incidència remarcable en el consum de la població estrangera.

Finalment, cal assenyalar que, quan es compara la freqüència del consum de la ràdio generalista —amb més contingut informatiu que la musical— de llatinoamericans i magribins, aquesta és superior en el segon cas. Segons les dades de FUNDACC referents al període maig 2007-abril 2008, la segona cadena amb més seguidors entre els magribins és la Cadena SER (setena posició entre els llatinoame-

ricans) i la quarta és Catalunya Ràdio (novena a la llista de les més escoltades pels llatinoamericans). A més, Onda Cero i Radio 1 / RNE 1, que no apareixen entre les preferides dels llatinoamericans, són presents en el rànquing dels magribins i ocupen la sisena i la vuitena posició, respectivament.

### 4. Llengua habitual i consum radiofònic

Evidentment, a l'hora d'estudiar el comportament com a audiència de la població immigrada en un país, és imprescindible analitzar de quina manera influeix la seva llengua d'ús preferent. Per tal que es pugui produir un *consum efectiu* del mitjà, l'oient necessita conèixer i entendre la llengua en què emet la cadena o emissora en qüestió. L'aprenentatge de la llengua del país d'acollida és imprescindible per tal que es produeixi una veritable integració sociocultural, però cal investigar més sobre com el seu coneixement acaba contribuint (o no) en aquest procés d'immersió.

Arran de les dades que ofereix FUNDACC, corresponents al període maig 2007-abril 2008, aquestes són les conclusions que es poden extreure sobre aquesta qüestió:

- Els majors índexs de penetració, de tots els tipus de programacions radiofòniques, apareixen entre els estrangers catalanoparlants: ràdio musical (escoltada pel 35% dels estrangers catalanoparlants), ràdio generalista (28%), local (3,9%) i informativa (3,6%).
- Entre els estrangers castellanoparlants, l'índex més destacat pertany a l'àmbit de les musicals (31%). La ràdio generalista queda molt lluny, amb un 8,6%.
- Entre els francòfons destaca el consum de ràdio musical (20%), però aquest grup sociolingüístic és el que presenta el percentatge de penetració més alt de la ràdio informativa (8%).
- Entre els estrangers que parlen àrab, el consum de ràdio musical és el més alt (23%), però també és notable la xifra referent a la ràdio generalista (10%). Ara bé, entre la població magribina, no es pot deixar d'esmentar les diferències que es donen segons el gènere. El consum de la ràdio en català o castellà és superior entre els homes. Les dones, en canvi, acostumen a escoltar emissions en àrab o en francès, sobretot mitjançant la televisió via satèl·lit.
- Entre els estrangers que parlen romanès, la ràdio musical és la que presenta el major grau de penetració (39%).

Però tal com es desenvolupa en el punt següent, la realitat és que el consum es concentra majoritàriament en productes radiofònics que utilitzen el castellà. Una qüestió que queda palesa tant en l'àmbit de les ràdios musicals com en el de les generalistes.

## 5. Rànquing d'emissores segons el pes d'audiència estrangera

Pel que fa a les emissores musicals i seguint les dades de l'EGM Ràdio Catalunya del 2009, al voltant del 14% de l'audiència de Cadena 100 i Europa FM són estrangers i, en el cas de M-80, Màxima FM, Kiss FM i Cadena Dial, el percentatge se situa a l'entorn de l'11%. És a dir, el consum se centra, bàsicament, en emissores privades amb un abast de difusió estatal. D'altra banda, les dades de FUNDACC permeten comprovar que es tracta d'un seguiment molt homogeni al llarg dels set dies de la setmana, ja que tan sols es detecta un decreixement del consum molt puntualment: les matinades del cap de setmana.

**Taula 4.** Rànquing de les cadenes temàtiques segons l'audiència amb nacionalitat estrangera a Catalunya (2009)

	Dies feiners	Total setmana
<b>Musicals</b>		
Cadena 100	13,3	14,1
Europa FM	14,5	13,8
M-80	11,5	11,9
Màxima FM	10,3	11,3
Kiss FM	10,4	11,1
Cadena Dial	11,1	10,8
Radio 3 / RNE 3	8,5	9,7
40 Principales	10	9,6
Flaix FM	8,6	8,1
Catalunya Música	8,1	7,3
Ràdio Flaixbac	5,5	6,6
Radio Olé	6,4	6,5
iCat FM	3,7	5,3
Rac 105	4,9	4,8
<b>Informatives</b>		
Catalunya Informació	3,9	3,6
Radio Marca	4,7	5,5

Dades: Percentatge de persones amb nacionalitat estrangera sobre l'audiència total de l'emissora.  
 Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

Pel que fa a les generalistes, l'EGM Ràdio Catalunya del 2009 situa els índexs més elevats entre el 4% i el 7% d'oients estrangers i aquests també són acaparats per emissores que emeten majoritàriament en castellà (Radio 1 / RNE 1, Onda Cero, Cadena SER, Cadena COPE i Onda Rambla - Punto Radio). Referent a les franges horàries amb major seguiment, i seguint la informació aportada per FUNDACC, aquest consum augmenta durant els caps de setmana i les matinades dels dies feiners.

**Taula 5.** Rànquing de les cadenes generalistes segons l'audiència amb nacionalitat estrangera a Catalunya (2009)

	Dies feiners	Total setmana
Radio 1 / RNE 1	6,5	6,8
Onda Cero	5,5	5,6
SER	4,4	4,6
COPE	4,3	4,5
Onda Rambla - Punto Radio	3,4	3,2
COMRÀDIO	1,7	3,6
RAC 1	3	2,9
Catalunya Ràdio	2,8	2,8

Dades: Percentatge de persones amb nacionalitat estrangera sobre l'audiència total de l'emissora  
 Univers: Persones de 14 anys o més, residents a Catalunya.  
 Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EGM Ràdio Catalunya (febrer-novembre).

A partir d'un recull de les emissores registrades pels diferents estudis qualitius consultats com a preferides de la població immigrant, es pot complementar aquest apartat amb aquesta llista: Antena 2000, La Bomba 103 FM, Ràdio Sant Cugat, Radio Gladys Palmera FM, Ràdio Gràcia, Radio Latina, Ràdio Montcada, Ràdio Sabadell i Scanner FM. Els sondeigs encarregats de mesurar l'audiència del total de mitjans es caracteritzen perquè deixen al marge aquells productes que tenen un consum minoritari, com ara els esmentats en aquesta llista. L'amplia composició de les seves mostres, definides a partir de criteris de representativitat per al conjunt d'una autonomia (o del conjunt de l'Estat), fa que els comportaments més aïllats no quedin recollits en els resultats. I, a més, cal advertir que, entre la població immigrant, és molt habitual que es desconeixin o confonguin els noms de les emissores, fet que també n'obscureix el registre del consum.

## 6. Conclusions

- La informació quantitativa disponible sobre el consum radiofònic de la població immigrada a Catalunya encara és insuficient. Els sondeigs que mesuren l'audiència van introduint, a poc a poc, modificacions per poder incorporar aquest sector de la ciutadania a les seves mostres, però encara queda molt per fer. L'EGM va introduir la variable «nacionalitat» l'any 2002, un any després de fer-ho l'Institut Nacional d'Estadística per elaborar el Cens de població i habitatges, i fins al 2007 no va fer públics els resultats. Per la seva part, FUNDACC va incloure la població estrangera a la seva mostra ja als seus inicis, l'any 2007.
- També s'ha de tenir en compte que aquest és un sector al qual resulta difícil accedir. No només falta un coneixement exacte de l'univers, de la quantitat de persones que han vingut d'altres països —tot i que el Govern central ha anat ampliant la informació disponible i ara ofereix dades a partir dels certificats de registre, de les targetes de residència vigents, de les autoritzacions d'estades per estudis, de les concessions de nacionalitat espanyola per residència i segons els visats expedits per les oficines consulars i ambaixades d'Espanya a l'exterior—, sinó que també resulta difícil contactar amb les persones que el formen i entrevistar-les. La seva escassa disponibilitat horària com a conseqüència dels intensos horaris laborals, la varietat d'unitats familiars i de convivència a les llars o els problemes lingüístics són algunes de les causes d'aquestes dificultats.
- Tot plegat, unit a la diversitat de perfils culturals, socials i individuals que amaga el concepte *població amb origen estranger*, fa que l'eina metodològica més adient per al seu estudi sigui, ara per ara, la de caràcter qualitatiu. Recursos com ara l'entrevista en profunditat o els debats en grup permeten a l'investigador apropar-s'hi i entendre millor les seves necessitats comunicatives.
- Amb la informació disponible, es pot concloure que la població amb nacionalitat estrangera considera la

ràdio feta al nou país de convivència com una opció d'oci i d'informació més, però tenint en compte que només el sector musical i la ràdio que emet en castellà són els àmbits que assoleixen un cert grau de seguiment.

## 6. Fonts d'informació consultades

- *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* - FUNDACC. Març-febrer 2009.
- *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* - FUNDACC. Maig 2007-abril 2008.
- COGO, Denise; GUTIÉRREZ, María; HUERTAS, Amparo. *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Los libros de la Catarata, 2008.
- *Estudi General de Mitjans (EGM) Ràdio Catalunya* - AIMC. Febrer-novembre 2009.
- *Estudi General de Mitjans (EGM) Ràdio Catalunya* - AIMC. Febrer-novembre 2008.
- *Estudi General de Mitjans (EGM) Ràdio Catalunya* - AIMC. Febrer-novembre 2007.
- GARRETA, Jordi. *Els musulmans de Catalunya*. Lleida: Pagès Editors, 2000.
- HUERTAS BAILÉN, A.; REGUERO JIMÉNEZ, Núria; SAGARZAZU OLAIZOLA, Ixtasne. Supervisió: DE MORAGAS I SPÀ, Miquel. *Informe de l'InCom-UAB: Consum cultural i migració. La població llatinoamericana i magribina immigrada a Catalunya*. Encàrrec del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. Barcelona, 2008.
- HUERTAS BAILÉN, A.; IBITI, Adriana; REGUERO JIMÉNEZ, Núria; VELÁSQUEZ UGALDE, Luis Felipe. Supervisió: DE MORAGAS I SPÀ, Miquel. *Informe de l'InCom-UAB: Cohesió social i joventut. Consum mediàtic i pràctiques culturals dels joves —migrants i autòctons— a Catalunya*. Encàrrec del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. Barcelona, 2009.
- ZAPATA-BARRERO, Ricard. *Multiculturalidad e inmigración*. Madrid: Síntesis, 2004.

# CAPÍTOL IX

## Els fets més rellevants

Per **Gerard Alonso i Cassadó**, secretari tècnic de l'Observatori de la Ràdio a Catalunya.

---

L'any ha estat marcat per la implacable recessió econòmica, que s'ha vist reflectida en la davallada del mercat publicitari i en les males xifres econòmiques de la majoria d'empreses de comunicació. L'altre gran front comú del sector radiofònic català ha estat la lluita contra la pirateria a les ones, que va desencadenar, el mes de novembre, la manifestació i lectura del *Manifest contra les il·legals pirata* per part de totes les ràdios i televisions, públiques i privades, locals, nacionals i estatals. Els nomenaments d'Alberto Oliart com a nou president de RTVE, de Ramon Font com a nou president del CAC i de Ramon Mateu com a director de Catalunya Ràdio, es compten entre els fets més destacables d'un any en què hem hagut de lamentar les desaparicions de professionals tan il·lustres com ara Tomás Martín Blanco o Miquel Armengol.

---



## 2009

### GENER

#### 05/01/09

- Ràdio Sant Joan, l'emissora municipal de Sant Joan de Vilatorrada, celebra el seu 25è aniversari.

Font: COMEmissores.

#### 06/01/09

- La subhasta de la campanya «Cap nen sense joguina» de Ràdio Barcelona - Cadena SER recapta 24.280 d'euros. Entre els objectes més cobejats hi ha un dibuix original de Jordi Labanda i una raqueta del tenista Rafael Nadal. El projecte global es tanca un mes més tard amb una recaptació total de 3.012.160 d'euros.

Font: Ràdio Barcelona - Cadena SER.

#### 07/01/09

- El periodista Gaspar Hernández, director i presentador del programa *L'ofici de viure* (Catalunya Ràdio), guanya el Premi Josep Pla de prosa catalana amb la novel·la *El silenci*.

Font: [gasparhernandez.cat](http://gasparhernandez.cat) (08/01/09); [LAVANGUARDIA.es](http://LAVANGUARDIA.es) (08/01/09).

- La periodista Núria Corominas, corresponsal de Catalunya Ràdio a les illes Britàniques i a la República d'Irlanda des de 2003, és nomenada responsable de l'oficina de l'Institut Ramon Llull a la capital britànica.

Font: Generalitat de Catalunya.

#### 08/01/09

- RTVE llança l'aplicació RNE Radio, que permet escoltar totes les emissores de Ràdio Nacional d'Espanya des de l'iPhone i l'Ipod Touch.

Font: RTVE; [esferaiPHONE.com](http://esferaiPHONE.com); [planetaiPHONE.es](http://planetaiPHONE.es) (09/01/09).

#### 11/01/09

- COMRàdio presenta a la seu del Col·legi de Periodistes de Catalunya el primer llibre d'estil per a emissores municipals.

Font: COMRàdio.

- Les empreses Blaupunkt i miRoamer presenten a la Fira Internacional d'Electrònica de Consum (CES 09), celebrada a Las Vegas entre el 8 i l'11 de gener de 2009, la primera ràdio per Internet per a automòbils.

Font: [tendencias21.net](http://tendencias21.net) (15/02/09); [actualidadgadget.com](http://actualidadgadget.com) (19/01/09); [noticiasaudio.com](http://noticiasaudio.com) (24/03/09).

#### Imatge 1. Blaupunkt New Jersey 600i.



Font: miRoamer.

#### 12/01/09

- Ràdio Lleida - Cadena SER celebra el seu 75è aniversari.

Font: Unió Radio.

#### 15/01/09

- RTVE anuncia que el seu portal d'Internet, *RTVE.es*, ha crescut un 111% en nombre d'usuaris únics al llarg de 2008, segons les dades d'audiència de la OJD/Nielsen.

Font: RTVE.

#### 19/01/09

- La Cadena COPE anuncia el llançament d'una aplicació que permet l'escolta de l'emissora des de l'iPhone i l'Ipod Touch.

Font: Cadena COPE.



## 22/01/09

- Ràdio Mollet, l'emissora municipal de Mollet del Vallès, entrega els seus guardons *Notícia de l'Any* i *Microfon de l'Any*, que han estat, respectivament, per al periodista Albert Solé i per a la notícia sobre l'acord al qual van arribar l'abril de 2008 l'Ajuntament de Mollet, la Generalitat i el Ministeri de Foment, per fer realitat el soterrament de la via del nord al seu pas pel nucli urbà.

Font: Ajuntament de Mollet del Vallès (17/01/09).

## 23/01/09

- El Diputat de CiU Jordi Caminal denuncia a la Comissió de Control de la CCMA la manca de pluralitat de Catalunya Ràdio, i posa com a exemple el fet que la proporció d'entrevistes en el programa *Els matins* en el període setembre 2008-gener 2009 fos de 51 entrevistes referents al Govern i 12 referents als grups de l'oposició.

Font: Convergència i Unió.

## 26/01/09

- RNE fa oficial la llista de guanyadors de la 53a edició dels Premis Sant Jordi de Cinematografia. Entre els vencedors hi ha la pel·lícula *Camino*, de Javier Fesser (millor pel·lícula espanyola), i l'actriu catalana Carme Elías (millor actriu en pel·lícula espanyola). Els premis s'entreguen el 20 d'abril als estudis de TVE a Sant Cugat del Vallès.

Font: RTVE.

## 28/01/09

- L'escriptor i periodista d'iCat FM Jordi Cervera guanya el Premi Edebé de Literatura Juvenil amb la novel·la *La mort a sis vint-i-cinc*.

Font: *El blog de Jordi Cervera*, LAVANGUARDIA.es.

## 29/01/09

- L'AIMC entrega als seus associats el *Marco General de Medios en España 2009*, estudi que resumeix l'audiència dels diferents mitjans i suports estudiats a l'EGM i la seva evolució al llarg dels anys. Entre la informació que es recull hi ha el temps dedicat a cada mitjà de comunicació al dia durant l'any 2008. La ràdio és escoltada una mitjana de 104,3 minuts al dia, un 3,5% menys que al 2007.

Font: AIMC; *Intermedios* (núm. 333, p. 3).

- Unión Radio posa en marxa el portal de viatges i oci *online 40viajes.com*.

Font: Cadena SER; *Intermedios* (núm. 333, p. 8).

## 30/01/09

- **Ramon Font pren possessió com a nou president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en substitució de Josep Maria Carbonell.** Font és el tercer president

del Consell des que, arran de la Llei 2/2000, de 4 de maig, el CAC va esdevenir una autoritat independent de regulació de l'audiovisual i, alhora, el primer periodista que presideix l'òrgan regulador. Ramon Font, natural de Cervera (Lleida), va ser responsable dels informatius de la Cadena SER a Catalunya i director de RNE a Catalunya abans de ser nomenat director de TVE a Sant Cugat. Després d'abandonar la direcció de TVE a Catalunya per voluntat pròpia, es traslladà a Portugal, on va exercir de corresposal de Catalunya Ràdio. L'any 2006 va tornar a Catalunya per prendre possessió del càrrec de secretari de Comunicació de la Generalitat, en el qual va romandre sis mesos.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (14/01/09, 27/01/09); LAVANGUARDIA.es (27/01/09).

## Imatge 2. Ramon Font, president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.



Font: ACN/Ferran Garcia

## 31/01/09

- Catalunya Ràdio guanya el Premi a la Trajectòria en la vintena edició dels Premis Turístics Internacionals Pica d'Estats, que atorga cada any el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida. Segre Ràdio, per la seva part, guanya el premi corresponent al millor treball de ràdio per la sèrie d'espais «Complex de Lleida. 1: Diagnòstic. 2: Negociació. 3: Ira. 4: Depressió. 5: Col·laboració. 6: Acceptació», elaborats per Xavier Alsinet Campos i Ferran Grau Brescó i emesos entre el 19 de setembre i el 17 d'octubre de 2008. L'entrega de premis se cele-

bra al castell de Montsonís (la Noguera) el 29 de maig de 2009.

Font: Diputació de Lleida (29/05/09); CCMA (03/02/09).

## FEBRER

### 02/02/09

- La Cala Ràdio, l'emissora municipal de l'Ametlla de Mar, celebra el seu 25è aniversari.

Font: La Cala Ràdio.

- L'Ajuntament de Barcelona lliura els guardons de la 16a edició del Premi Consell Municipal de Benestar Social als Mitjans de Comunicació. En la categoria de ràdio són premiats el reportatge *De cap i de nou*, de Ràdio Estel, i el programa *Gent gran*, de Ràdio 4.

Font: Ajuntament de Barcelona.

- La Federació de Ràdios Locals de Catalunya programa quatre sessions de treball per al 2009 amb el títol *Eines per a la ràdio local* i amb l'objectiu d'oferir solucions als responsables de les emissores que ajudin a pujar el llistó de la qualitat de les ràdios de proximitat.

Font: Comunicàlia.

### 03/02/09

- La Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC) anuncia la duplicació del nombre d'onades oficials del *Baròmetre*. Enguany es publiquen onades de dades cada dos mesos.

Font: FUNDACC.

- L'Associació Catalana de Ràdio (ACR) envia a totes les administracions que regulen el sector radiofònic a Catalunya el *Manifest contra el mercat negre radiofònic*, text en el qual l'ACR denuncia que al país ja hi ha gairebé una emissora il·legal per cada emissora legalment concedida.

Font: ACR.

- Onda Rambla - Punto Radio de Tarragona comença les emissions des dels seus nous estudis a la Rambla Nova, núm. 69 de Tarragona. El dia 20 de febrer s'inauguren oficialment els estudis amb l'emissió per a tota Espanya del programa *Protagonistas*, dirigit per Luis del Olmo.

Font: Onda Rambla - Punto Radio Tarragona.

### 05/02/09

- L'Ajuntament de Barcelona fa oficial la llista de guanyadors dels Premis Ciutat de Barcelona 2008. El jurat de la categoria «Mitjans de comunicació en ràdio», presidit pel director de l'Observatori de

la Ràdio a Catalunya, Josep Maria Martí, decideix premiar el programa *L'ofici de viure*, de Catalunya Ràdio, i atorgar una menció especial al programa *Fricandó matiner*, de RAC 105.

Font: Ajuntament de Barcelona; *elPeriódico.com* (06/05/02).

### 06/02/09

- Ràdio Altiplà, l'emissora municipal de Calonge de Segarra, celebra el seu 10è aniversari.

Font: Ràdio Altiplà.

### 09/02/09

- L'Acadèmia de les Arts i les Ciències de la Música atorga a Justo Molinero, fundador del grup de comunicació TeleTaxi, el Premi a la Difusió de la Música. L'entrega de la XIII edició dels Premis de la Música se celebra el 12 de març de 2009 a Badajoz.

Font: Premios de la Música (*premiosdelamusica.com*); *RTT* (núm. 21, p. 24).

- Segons les dades de l'estudi i2P que elaboren la consultora Media Hotline i la companyia de control publicitari Arce Media, la inversió publicitària en mitjans de comunicació va caure un 13,9% al llarg de 2008. La ràdio, amb un descens del 8,1% és el mitjà tradicional que supera l'any amb menys pèrdues, mentre que Internet experimenta un creixement del 17,2%.

Font: Arce Media; *Intermedios* (núm. 333, p. 1); *marketingdirecto.com*.

### 10/02/09

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament d'Hostalric (Girona) una concessió per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a l'emissora municipal Ràdio DOS 84.

Font: DOGC (núm. 5323; p. 13778).

- Segons les previsions del panell Zenith Vigia en la primera de les sis onades de dades de l'any, la inversió publicitària en mitjans patirà al llarg de 2009 una davallada del 10,6%. La ràdio, amb una caiguda del 10%, se situaria molt a prop de la mitjana del total de mitjans.

Font: *Intermedios* (núm. 333, p. 10); *marketingdirecto.com*.

- Ràdio Salt guanya el premi Tres de Març a Entitats 2009 que atorga anualment l'Ajuntament de Salt.

Font: COMEmissores; *diaridegirona.cat* (04/03/09).

### 11/02/09

- El CAC desestima el recurs potestatiu de reposició presentat per Otsanda Unic, empresa que pertany al grup Mediapro, contra l'adjudicació del concurs radiofònic a Catalunya. Otsanda Unic va sol·licitar 72 de

les 83 freqüències a concurs l'any 2008, de les quals no va rebre cap adjudicació.

Font: CAC; *Intermedios* (núm. 334, p. 9).

### 17/02/09

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de Flix (Tarragona) una concessió per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a l'emissora municipal Ràdio Flix.

Font: DOGC (núm. 5334; p. 19331).

- La Federació de Ràdios Locals de Catalunya s'adhereix a la Taula de Comunicació, entitat que treballa per potenciar el treball en xarxa de les associacions que treballen en el camp de la comunicació local o de proximitat.

Font: FRLC.

### 19/02/09

- Catalunya Ràdio i Radio TeleTaxi connecten les emissions dels programes *Problemes domèstics* i *El ja-roteo* durant trenta minuts en un experiment inèdit a Catalunya.

Font: Catalunya Ràdio; *elPeriódico.cat* (20/02/09).

- El Grupo Prisa presenta els seus resultats corresponents a l'exercici 2008. La divisió radiofònica de Prisa obté uns beneficis bruts d'explotació de 105,4 milions d'euros, un 8,8% menys que l'any 2007. Els ingressos publicitaris augmenten un 1,6% gràcies al negoci internacional del grup, ja que la ràdio espanyola veu el descens d'un 4,2 % de la seva inversió publicitària.

Font: Grupo Prisa; *Intermedios* (núm. 334, p. 1 i 8).

- El Grupo Antena 3 presenta les dades econòmiques d'Uniprex corresponents a l'exercici 2008. Els beneficis d'explotació són de 16,6 milions d'euros, un 15,5% menys que l'any 2007. Els ingressos nets cauen un 6,2% malgrat el creixement d'un 11,5 % d'Europa FM respecte al 2007.

Font: Grupo Antena 3; *Intermedios* (núm. 334, p. 8).

- La Cadena SER llança una aplicació que permet l'escolta de l'emissora a través de l'iPhone. El mes de març, s'anuncia l'ampliació d'aquesta aplicació a totes les emissores musicals del Grupo Prisa.

Font: Cadena SER.

### 21/02/09

- Es presenta a l'Ajuntament de Rosselló de Segrià EMUN FM RÀDIO, una emissora consorciada que gestionarà els continguts programàtics de les emissores d'Albesa, Alguaire, Almenar, Corbins i Rosselló de Segrià.

Font: Comunicàlia (23/02/09).

### 22/02/09

- Flaix FM llança una aplicació que permet l'escolta de l'emissora a través de l'iPhone i l'iPod Touch.

Font: Flaix FM.

### 25/02/09

- La Federación de Asociaciones de Radio y Televisión de España fa pública la llista de guanyadors dels Micrófonos de Oro 2009. En la categoria de ràdio, surten vencedors el programa *No es un día cualquiera*, de RNE; la periodista Isabel Gemio, d'Onda Cero; Cristina Schlichting, de la Cadena COPE; Rosa García Caro i Javier Nart, de Punto Radio, i Augusto Delkader, de la Cadena SER. La cerimònia d'atorgament se celebra a Ponferrada (Lleó) el 9 de maig.

Font: *ABC.es* (26/02/09); RTVE (09/05/09).

### 26/02/09

- El *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* fa públiques les dades d'audiència de la primera onada de 2009.

Font: FUNDACC.

- Segons les dades de l'estudi anual d'inversió publicitària de l'empresa Infoadex, la inversió publicitària en mitjans convencionals va patir un decreixement de l'11,2% respecte de l'any 2007. La ràdio, amb 641,9 milions d'euros, és el mitjà que menys inversió perd (-5,3%).

Font: *Intermedios* (núm. 335; p. 10); *controlpublicidad.com*.

### 27/02/09

- Els mitjans de comunicació espanyols envien al Govern un catàleg de demandes per combatre la crisi provocada pel descens de la inversió publicitària. Les emissores de ràdio que compten amb una llicència DAB reclamen que se suspengui l'obligació d'emetre en aquesta tecnologia, ja que els comporta un cost anual de 30 milions d'euros per unes emissions amb una escassa audiència.

Font: *El País* (02/03/09).

- Vocento presenta els seus resultats econòmics corresponents a l'any 2008. La divisió radiofònica del grup pateix unes pèrdues d'explotació d'11,2 milions d'euros, un 92,8% més que l'any 2007. Els ingressos cauen un 16,4% i se situen en els 20 milions d'euros.

Font: Vocento; *Intermedios* (núm. 335, p. 9).

### 28/02/09

- Vicente Pardo, delegat de Radio Olé a Barcelona, és guardonat amb el Premi FAC al Mitjà de Comunicació Ràdio per la difusió per part de l'emissora

d'Unió Ràdio de les activitats organitzades per les entitats andaluses a Catalunya.

Font: Ràdio Barcelona - Cadena SER.

## MARÇ

### Sense data específica

- Ràdio 4 edita un disc commemoratiu dels trenta anys del Premi Disc Català de l'Any. El 16 de març s'anuncia el guanyador de l'edició de 2009: el bisbalenc Miquel Abras.

Font: Premi Disc Català de l'Any de Ràdio 4.

**Imatge 3.** Portada del disc commemoratiu dels trenta anys del Premi Disc Català de l'Any.



Font: Premi Disc Català de l'Any de Ràdio 4.

### 03/03/09

- COMRàdio obre al Prat de Llobregat un cicle de trobades territorials per exposar el seu model de ràdio de proximitat. El cicle arriba posteriorment a Salt (1 d'abril), Mataró (27 d'abril), Rosselló (18 de juny) i la Selva del Camp (1 de juliol).

Font: COMRàdio (01/04/09; 27/04/09; 18/06/09; 01/07/09).

- Ràdio Salt, l'emissora municipal de Salt (Gironès), celebra el seu 25è aniversari.

Font: COMEmissores; *ELPUNT.cat* (24/02/09).

### 05/03/09

- El CAC i la Universitat Autònoma de Barcelona organitzen conjuntament el seminari *Mitjans de comunicació i pluralisme religiós*, que durant dues jornades serveix per abordar la temàtica del plu-

ralisme religiós i la regulació de la comunicació audiovisual.

Font: CAC.

### 06/03/09

- Segons les dades del nou panell Zenthinela, de l'empresa ZenithMedia, es preveu que la inversió publicitària en mitjans caigui un 12,6% al llarg de 2009. La ràdio patiria un descens del 8%.

Font: *Intermedios* (núm. 335; p. 1, 10); *controlpublicidad.com*.

### 12/03/09

- El CAC posa en marxa un sistema anomenat *Supervisió Audiovisual Remota de Catalunya* (SARC), que li permet captar i gravar qualsevol emissora de televisió i ràdio que emeti a Catalunya.

Font: CAC.

### 13/03/09

- RAC 1 estrena dues noves freqüències a la Seu d'Urgell (92.9 FM) i Sort (90.1).

Font: RAC 1.

- L'assemblea de redacció de Catalunya Ràdio acorda presentar una querrel·la contra la CCMA, perquè entén que aquesta no ha complert el compromís de retirar l'obligatorietat dels blocs en les informacions electorals. El 19 de maig comencen les aturades parcials per part dels treballadors de les emissores del grup, que s'estenen als dies 22 i 29 de maig, i 5 i 7 de juny. El dia 12 de juny, el Comitè d'Empresa de Catalunya Ràdio de Barcelona presenta un comunicat on critica l'actuació del Consell de Govern de la CCMA, que, segons el comunicat, «pren decisions poc professionals i molt polititzades, com ho demostra el seu posicionament respecte als blocs electorals».

Font: Federació de Sindicats de Periodistes (16/03/09); Sindicat de Periodistes de Catalunya (19/05/09, 13/06/09).

- Mor a Madrid als seixanta-cinc anys el cantautor uruguaià Quintín Cabrera, que va exercir com a periodista musical a RNE i a Ràdio 4.

Font: *El País* (14/03/09).

### 17/03/09

- Mor als seixanta-nou anys d'edat l'històric locutor i gran impulsor de Premià de Dalt Ràdio, Isidre Moragas, «El Grau». En homenatge, el mes d'abril s'aprova per unanimitat al Ple municipal de l'Ajuntament de Premià de Dalt que l'estudi 1 de l'emissora dugui el nom d'*Estudi d'Isidre Moragas*, «El Grau.»

Font: Ajuntament de Premià de Dalt.

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de Bellpuig (Lleida) i a l'Ajuntament de l'Ametlla del Vallès (Barcelona) la concessió definitiva per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

Font: DOGC (núm. 5251; p. 27723-27725).

- Enciclopèdia Catalana i el Grup Flaix presenten al Palau Robert de Barcelona el nou *Diccionari del català col·loquial* (Jaume Salvanyà), una eina de consulta que promou l'ús del català col·loquial correcte.

Font: Comunicàlia (18/03/09); *El Periódico* (19/03/09); *Avui* (19/03/09).

- Catalunya Música entra a formar part de la Unió Europea de Radiodifusió i assoleix els drets per participar en el programa d'Intercanvi Musical Euro-radio.

Font: CCMA.

### 19/03/09

- Comunicàlia, COMRàdio i la Xarxa Audiovisual Local (XAL) s'incorporen a la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC), l'organisme que elabora *el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura*.

Font: FUNDACC, Comunicàlia (20/03/09).

- El Consell de l'Audiovisual de Catalunya fa públics els resultats d'un informe on es valora el paper dels mitjans públics (TV3, 3/24 i Catalunya Ràdio) durant el temporal de vent dels dies 23 i 24 de gener de 2009 a Catalunya. Segons el CAC, els avisos de servei públic a la població per part dels mitjans de la CCMA van ser «inadequats, entre altres aspectes, per l'actualització insuficient i pels canals emprats».

Font: CAC.

### 25/03/09

- La Corporació RTVE anuncia que presentarà els seus comptes davant el Congrés cada tres mesos per reforçar la transparència en la gestió que es fa dels fons amb els quals es financen la televisió i la ràdio públiques.

Font: RTVE.

- El Comitè de Direcció de la CCMA remet una carta al Departament d'Interior en què demana que s'aclareixin els fets que van provocar que el redactor de Catalunya Ràdio Carlos Baraibar resultés ferit durant els enfrontaments del 18 de març entre els manifestants anti-Bolonya i els Mossos d'Esquadra.

Font: CCMA.

- L'Ajuntament d'Arenys de Mar anuncia l'aprovació definitiva de l'establiment del servei públic de Ràdio Arenys mitjançant una entitat pública empresarial.

Font: Ràdio Arenys.

### 30/03/09

- Interpop, la radiofórmula del Grupo Intereconomía, inicia les seves emissions al 88.0 FM de Barcelona.

Font: Asociación Española de Radioescucha; *Guía de la radio* (07/04/09).

### 31/03/09

- Catalunya Ràdio posa en marxa el primer concurs de *podcast*, «Què m'expliques?» a través d'Internet.

Font: Catalunya Ràdio.

- El Consell d'Administració de RTVE acorda congelar els sous dels consellers i membres del Comitè de Direcció durant el 2009, mesura que s'inclou dins del pla de reducció de despeses per al present exercici.

Font: RTVE.

- Segons les dades de la segona onada de 2009 del pannel Zenith Vigía, la inversió publicitària en mitjans podria caure un 13,2% al llarg de l'any. La caiguda en el mitjà radiofònic seria lleugerament inferior (-9,7%).

Font: *Intermedios* (núm. 337; p. 1,11); *marketingnews.es*.

## ABRIL

### 03/04/09

- Amb la inauguració del túnel de Bracons, Catalunya Ràdio anuncia que és possible sintonitzar les seves emissores Catalunya Ràdio i iCat fm a l'interior del túnel. Ja al mes de febrer s'anunciaven les millores en la recepció de les emissions de totes les emissores de Catalunya Ràdio al túnel de la Rovira. Posteriorment, el mes de desembre el túnel del Garraf s'afegeix a aquesta llista.

Font: Catalunya Ràdio.

- Ràdio Tàrraga estrena la seva nova pàgina web ([www.radiotarrega.cat](http://www.radiotarrega.cat)).

Font: Ràdio Tàrraga; *infoTÀRREGA.com*.

### 05/04/09

- El periodista d'Onda Cero Barcelona Carles Aguilera, director del programa *En bones mans*, és premiat amb el diploma de Cooperador de Mèrit de l'Institut Barraquer 2009.

Font: Onda Cero Barcelona; *Avui* (11/04/09).

#### 06/04/09

- Catalunya Ràdio anuncia que els continguts d'iCat FM ja estan disponibles a través de la consola de videojocs Wii de Nintendo.

Font: Catalunya Ràdio.

#### 07/04/09

- El Govern acorda atorgar als ajuntaments d'Alcoletge (Segrià) i de Vilafranca del Penedès (l'Alt Penedès) la concessió definitiva per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

Font: Generalitat de Catalunya.

#### 08/04/09

- Llagostera Ràdio, la ràdio municipal de Llagostera (Gironès), celebra el seu 25è aniversari.

Font: Llagostera Ràdio.

#### 15/04/09

- Joan Barata és nomenat nou secretari general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barata substitueix en el càrrec Jordi Pericàs, nou secretari de Política Financera, Competència i Consum de la Generalitat. Per la seva banda, Jordi A. Jauset és nomenat nou cap del Gabinet de la Presidència del CAC.

Font: CAC.

- Ràdio Associació de Catalunya anuncia els guanyadors dels IX Premis Ràdio Associació de Catalunya. Entre els guardonats destaquen: Manuel Borrell (Ràdio Barcelona) i els programes *L'oracle* (Catalunya Ràdio), *Hores extres* (Ràdio Premià de Mar) i *Toc d'hoquei* (Ràdio Vic). La Federació de Ràdios Locals de Catalunya rep una Menció d'Honor per la confecció del *Primer llibre blanc de la ràdio local pública*. L'entrega de premis té lloc el 14 de maig a l'Auditori Axa de Barcelona.

Font: Ràdio Associació de Catalunya (15/04/09, 14/05/09).

#### 16/04/09

- El periodista Carles Quílez, cap de la secció de tribunsals i policia de la Cadena SER a Barcelona, guanya el II Premi Crims de Tinta, que atorga el Departament d'Interior de la Generalitat de Catalunya, per la novel·la *La solitud de Patrícia*.

Font: Generalitat de Catalunya.

#### 17/04/09

- La CCMA és premiada als Webby Awards 2009, els anomenats Oscars d'Internet. Els portals *elsesports.cat* i *Catclàssica* reben dues mencions especials en les

categories de Millor Pàgina Principal i Millor Web de Ràdio.

Font: CCMA.

- Radio 5 Todo Noticias celebra el seu 15è aniversari. El 4 de maig estrena el seu renovat portal web.

Font: RTVE (17/04/09, 04/05/09).

#### 21/04/09

- El periodista Enric Frigola rep al Palau de la Generalitat de mans del President José Montilla la Creu de Sant Jordi. «En reconeixement a una dilatada dedicació al món de la ràdio, mitjà en el qual ha ocupat diversos càrrecs directius en emissores privades i institucionals, a més dels que ha tingut a la televisió pública».

Font: Generalitat de Catalunya (07/04/09; 21/04/09); *e-notícies* (07/04/09).

**Imatge 4.** Enric Frigola rep la Creu de Sant Jordi de mans del President de la Generalitat, Molt Hble. Sr. José Montilla.



Font: Generalitat de Catalunya.

- L'Ajuntament de Girona reconeix la trajectòria de Ràdio Girona, que va celebrar el seu 75è aniversari l'any 2008, amb l'entrega al seu director, Jaume Serra, del premi Athenea Institucions.

Font: *diaridegirona.cat*.

- RAC 1 rep el premi Coneixements i Pacients, atorgat per la Fundació Josep Laporte, un premi concedit a aquells mitjans compromesos amb la divulgació i la difusió d'informació de salut de qualitat als pacients, als professionals sanitaris i als ciutadans en general.

Font: RAC 1.

## 22/04/09

- L'AIMC fa públiques les dades acumulades de l'EGM corresponent a la primera onada de 2009.  
Font: AIMC.
- El CAC autoritza la fusió per absorció de l'entitat Unión Ibérica de Ràdio, SA per part de Uniprex SAU.  
Font: CAC.

## 23/04/09

- Ràdio Corbera, l'emissora municipal de Corbera de Llobregat, celebra el seu 25è aniversari.  
Font: Ajuntament de Corbera de Llobregat.
- Ràdio Cubelles, Canal Blau, Ràdio Ribes i Ràdio Maricel, emissores municipals de la comarca del Garraf, inicien les seves emissions per la TDT a través del senyal digital del canal que posseeix el Consorci Teledigital del Garraf.  
Font: Ràdio Cubelles (19/06/09).
- La Federació de Ràdios Locals de Catalunya posa a disposició dels seus associats el programa musical *Picant música*, produït en col·laboració amb la discogràfica PICAP.  
Font: Comunicàlia.

## 24/04/09

- Mor als cinquanta-vuit anys a Terrassa Pere Burés, coordinador de Catalunya Música de 1990 a 2004.  
Font: Catalunya Ràdio (25/04/09); *3cat24.cat* (25/04/09).

## 27/04/09

- Mor a Madrid als vuitanta-nou anys el crític musical Enrique Franco, vicepresident de la Fundación Albéniz, exdirector de programes musicals de RNE i membre del Comitè de Direcció de la UER durant més de trenta anys.  
Font: *El País* (28/04/09); *ABC.es* (28/04/09).

### Imatge 5. El periodista i crític musical Enrique Franco.



Font: Rafael Martín, *El País*.

## 28/04/09

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de Caldes de Malavella la concessió definitiva per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a l'emissora Caldes FM.  
Font: DOGC (núm. 5375, p. 37554).
- Segons les dades de l'estudi i2p d'Arce Media i Media Hotline, la inversió publicitària en mitjans cau un 27,8% en el primer trimestre de 2009 respecte al mateix període de l'any anterior. La davallada de la inversió en ràdio és lleugerament inferior a la mitjana (-19,8%), mentre que Internet és l'únic mitjà que creix (+2,2%).  
Font: Arce Media, *Intermedios* (núm. 338; p. 1); *controlpublicidad.com*.

## 29/04/09

- **L'Observatori de la Ràdio a Catalunya organitza al Centre Internacional de Premsa de Barcelona una jornada tècnica sobre ràdio digital per conèixer de quina manera aquesta s'està implantant a Europa i quines són les millors vies d'accés per a Catalunya.** La conferència corre a càrrec de Mathias Coinchon i Elena Puigrefagut, Senior Engineers de l'EBU TECHNICAL.  
Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

## 30/04/09

- El Grupo PRISA obté 2,93 milions d'euros de benefici net en el primer trimestre de 2009, un 88,4% menys respecte al mateix període de l'exercici anterior. Les emissores d'Unión Radio resisteixen millor la crisi: la caiguda és del 21% respecte al primer trimestre de 2008.  
Font: PRISA; *eleconomista.es*; *cotizalia.com* (01/05/09).
- Uniprex obté uns beneficis d'explotació de 3,7 milions d'euros en el primer trimestre de 2009, un 39,5% menys que durant el mateix període de l'any anterior. Els seus ingressos nets cauen un 13,8%.  
Font: Grupo Antena 3; *Intermedios* (núm. 339; p. 9).

## MAIG

### 04/05/09

- El programa *Fórmula Marca* de Radio Marca Barcelona obté el XVIII Premi Seguretat Vial Memorial Àngels Jiménez, que atorga l'Ajuntament de Barcelona, en la modalitat de treball divulgatiu sobre seguretat viària urbana.  
Font: Ajuntament de Barcelona; Radio Marca Barcelona (05/05/09).

- Vilassar Ràdio canvia la seva imatge corporativa i estrena nou logotip.  
Font: Vilassar Ràdio.

#### Imatge 6. El nou logotip de Vilassar Ràdio.



Font: Vilassar Ràdio.

#### 05/05/09

- Mor als vuitanta-cinc anys a Vic el periodista Ramon Bellafont, director de Ràdio Vic durant els anys setanta i vuitanta.  
Font: Ràdio Vic; *osonacomarca.com* (05/05/09).
- Onda Cero anuncia el llançament d'una aplicació que permet l'escolta de l'emissora des de l'iPhone.  
Font: Onda Cero.

#### 07/05/09

- El programa *Tàpies variades* de Catalunya Ràdio rep el Premi Biocultura 2009 de ràdio que atorga l'Associació Vida Sana.  
Font: Catalunya Ràdio.
- Segons el Baròmetre del CIS, la Cadena SER és l'emissora preferida pels espanyols per seguir l'actualitat política. Un 18% dels enquestats mostren les seves preferències per l'emissora del Grupo Prisa. En segona posició trobem Onda Cero, amb un 8,3%, i segueix la Cadena COPE, amb un 5,4%.  
Font: CIS; Cadena SER.

#### 08/05/09

- El Consell de Ministres aprova l'Avantprojecte de llei de finançament de la Corporació RTVE, que especifica que el finançament de la corporació audiovisual pública es faci exclusivament per mitjans públics i elimina la publicitat a partir del proper mes de setembre.  
Font: RTVE; *Intermedios* (núm. 341; p.1, 5).

#### 09/05/09

- Segons les noves dades d'inversió publicitària en mitjans del panell Zenthinela, de l'agència de mitjans ZenithMedia, la caiguda de la inversió en mitjans al llarg de 2009 serà del 17,3%, gairebé 5 punts per sobre de les previsions del mateix panell ara fa tres mesos.  
Font: *Intermedios* (núm. 339; p. 11).

#### 11/05/09

- El Consell Assessor de RTVE a Catalunya fa entrega al Palau del Parlament de Catalunya dels Premis Miramar a la creativitat audiovisual a estudiants universitaris i de grau superior en comunicació pels seus treballs destacats en el món de la ràdio i la televisió. Enric Frigola rep el Premi d'Honor per la seva trajectòria professional.  
Font: RTVE.

#### 12/05/09

- La tercera onada de dades de l'any del panell Zenith Vigia preveu que la inversió publicitària en mitjans podria caure un 17,3% al llarg de 2009, 4 punts més que les previsions del mes de març del panell que elabora l'agència de mitjans ZenithMedia.  
Font: *Intermedios* (núm. 341; p. 11); *Puromarketing.com*.

#### 14/05/09

- Les pèrdues de la divisió radiofònica del grup Vocento al llarg del primer trimestre de l'any són de 2,1 milions d'euros, un 22,2% menys respecte al primer trimestre de 2008. Tot i la caiguda dels ingressos (un 29,4% inferiors), el pla de reducció de despeses iniciat a principis de temporada comença a donar resultats.  
Font: Vocento; *Intermedios* (núm. 340; p. 15).
- El programa *El mati i la mare que el va parir*, de Ràdio Flaixbac, guanya el Premi GoliADs a la millor iniciativa en ràdio, que atorga anualment la Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona.  
Font: *LAVANGUARDIA.es*; Europa Press (15/05/09).
- Catalunya Música adapta tots els seus continguts a Internet i renova la seva imatge corporativa.  
Font: Catalunya Ràdio.

#### 15/05/09

- El periodista de Catalunya Ràdio Sergi Vives guanya el XIII Premi Joan Ventura i Solé pel seu reportatge sobre la darrera jornada de Sant Fèlix emès el 3 de setembre de 2008 a Catalunya Ràdio.  
Font: *ELPUNT.cat*.



16/05/09

- Segons el *Baròmetre d'Opinió Política* del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO), els informatius de Catalunya Ràdio són els més escoltats del país amb un 22,7% dels oients. A tan sols una dècima se situen els informatius de la Cadena SER (22,6%), mentre que el 21,6% dels oients es decanten pels informatius de RAC 1.

Font: CEO.

17/05/09

- Ràdio Sabadell estrena el seu nou portal ([www.radiosabadell.fm/alcarta](http://www.radiosabadell.fm/alcarta)) que unifica els seus serveis de ràdio online, ràdio a la carta i podcast.

Font: Ràdio Sabadell.

- El Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Hble. Sr. Joan Manuel Tresserras, inaugura al Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (mNACTEC) l'exposició «La ràdio entra a la llar. El disseny dels altoparlants (1920-1930)», que recull un centenar de transistors i aparells de ràdio antics.

Font: mNACTEC.

**Imatge 7.** Cartell de l'exposició «La ràdio entra a la llar. El disseny dels altoparlants (1920-1930)» del Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya.



Font: mNACTEC.

18/05/09

- La Corporació RTVE presenta al Congrés els seus resultats econòmics corresponents al primer trimestre de l'any. Les despeses d'explotació es redueixen un 2% respecte al mateix període de 2008, però els ingressos cauen un 7,3%.

Font: RTVE; *Intermedios* (núm. 340; p. 1 i 4).

19/05/09

- El Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya autoritza «la dissolució i liquidació de

la societat CCRTV Serveis Generals, SA, i l'assumpció de funcions per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals».

Font: DOGC (núm. 5389, p. 43386).

22/05/09

- L'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC), a través de la marca *Catalan! Arts*, posa en marxa una ràdio a Internet per difondre internacionalment els grups de música catalans.

Font: Generalitat de Catalunya - Institut Català de les Indústries Culturals.

23/05/09

- La Diputació de Barcelona entrega, a l'auditori de l'Hotel Melià Sitges, els Premis de la Comunicació Local corresponents a l'any 2008. El Premi al millor programa de ràdios municipals de poblacions menors de 15.000 habitants és per a *Barreja't amb mi*, de Ràdio Cubelles, mentre que els programes *Espai vital*, de Ràdio Ripollet, i *Les veus amagades*, de Ràdio Esparreguera, guanyen *ex aequo* el Premi al millor programa de ràdios municipals de poblacions majors de 15.000 habitants.

Font: Diputació de Barcelona.

25/05/09

- Les xarxes d'emissores locals de Catalunya (COM-Ràdio), Andalusia (EMA), Galícia (EMUGA), València (Aldaia Ràdio, en representació de la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes) i de les Illes Balears (Ona Mallorca) acorden la creació d'una plataforma de suport i reivindicació del paper de la ràdio local.

Font: COMRàdio, *ELPUNT.cat* (26/05/09); *Intermedios* (núm. 341; p. 10).

26/05/09

- Radio Clásica / RNE2 guanya un dels Premis de Periodismo 2008 que atorga anualment la Fundació Víctimas del Terrorismo per l'emissió en directe del VI Concierto Homenaje a las Víctimas del Terrorismo. La cerimònia de lliurament dels premis se celebra a Madrid el 29 de juny.

Font: RTVE.

28/05/09

- L'Observatori de la Ràdio a Catalunya organitza a Granollers, en el marc del Mercat de l'Audiovisual de Catalunya, la jornada «Els Reptes de la Ràdio Local en l'Entorn Digital». Que comp-

ta amb la participació de l'editora de programes culturals de la ràdio pública d'Eslovènia, MMC RTV, Neva Zajc; del director executiu del Grup Segre Ràdio, Joan Cal; del director de Ràdio Sabadell, Marc Sabater, i del professor de comunicació de la Universitat de Màlaga, Manuel Chaparro. La moderació de la taula va a càrrec del director de l'OBS, Josep Maria Martí.

Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

**Imatge 8.** D'esquerra a dreta: Neva Zajc, editora de programes culturals de MMC RTV; Joan Cal, director executiu del Grup Segre; Josep Maria Martí, director de l'OBS; Marc Sabater, director de Ràdio Sabadell, i Manuel Chaparro, professor de comunicació de la Universitat de Màlaga.



Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

- Ràdio Marina fa entrega dels guardons corresponents a la 14a edició dels Premis Ecopropostes.

Font: Ràdio Marina.

### 29/05/09

- El programa *Suc de coco*, de Catalunya Ràdio, rep el Premi de Comunicació Serrat i Bonastre en la categoria de ràdio, que atorga anualment el Col·legi i l'Associació d'Enginyers Industrials de Catalunya.

Font: Catalunya Ràdio (05/06/09); *elPeriòdico.com* (30/05/09).

## JUNY

### 02/06/09

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de Sant Boi de Llobregat la concessió definitiva

per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

Font: DOGC (núm. 5400, p. 47936).

- **Diversos mitjans es fan ressò de la delicada situació que viu Ràdio 4. Diversos programes desapareixen de la graella, com ara l'històric *Gran gala*, amb més de quaranta anys en antena, i la música es converteix en el principal contingut de l'emissora.** Mentre els treballadors temen la reconversió de Ràdio 4 en una radiofórmula, la directora de RNE a Catalunya, Montserrat Melià, defensa la remodelació de l'emissora per «reforçar el seu caràcter de servei públic» i trobar el seu paper en un mercat on ja hi ha dues ràdios públiques de contingut generalista.

Font: *Avui* (02/06/09; 03/06/09); *El Punt* (08/06/09); *la-malla.cat* (19/06/09; 23/06/09); *Intermedios* (núm. 342; p. 10).

### 03/06/09

- Se celebra a Vilafranca del Penedès la segona edició de l'Infolocal, la trobada de directors i caps d'informatius de les emissores municipals consorciades a la Xarxa COM.

Font: COMRàdio; Ajuntament de Vilafranca del Penedès (05/06/09).

### 04/06/09

- *El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* fa públiques les dades d'audiència de la segona onada de 2009.

Font: FUNDACC.

### 06/06/09

- Radio Star, l'emissora de l'Associació de Veïns dels barris de les Arenes, la Grípià i Can Montllor de Terrassa, celebra el seu 25è aniversari.

Font: Radio Star.

### 10/06/09

- **Ramon Mateu és nomenat nou director de Catalunya Ràdio per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.** Mateu substitueix en el càrrec l'anterior director, Oleguer Sarsanedas, que passa a dirigir l'àrea de continguts de les noves plataformes de la CCMA.

Font: CCMA.

**Imatge 9.** Ramon Mateu, nou director de Catalunya Ràdio.



Font: Generalitat de Catalunya

**11/06/09**

- Se celebra al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona la sessió *BCNmp7. Digital Global Radio*, sobre els fenòmens dels nous formats radiofònics apareguts amb la revolució digital.

Font: CCCB.

- L'emissora *online* ScannerFM celebra el seu 5è aniversari i anuncia que abandona definitivament l'emissió simultània en el dial convencional.

Font: *lamalla.cat* (12/06/09, 16/06/09); *Comunicació21*.

**12/06/09**

- Ràdio Arenys llança una aplicació per poder escoltar la seva programació a través de l'iPhone, i es converteix en la primera emissora local de Catalunya que desenvolupa aquest sistema.

Font: Ràdio Arenys.

**13/06/09**

- Ràdio Sant Cugat canvia de nom i passa a anomenar-se Cugat Ràdio. El canvi respon a la voluntat de donar força al mitjà de comunicació al qual pertany, Cugat.cat.

Font: Cugat.cat.

**14/06/09**

- Ràdio Trinitat Vella, l'emissora del barri barceloní de Trinitat Vella, celebra el seu 25è aniversari.

Font: Ràdio Trinitat Vella.

**16/06/09**

- L'Ajuntament de Pallejà signa un conveni per adherir la seva emissora municipal (Ràdio Pallejà) al Consorci de COMRàdio.

Font: *XARXA.COM* (núm. 09, p. 31), Ajuntament de Pallejà (26/06/09).

**17/06/09**

- Segons les dades de l'*Índice de Expectativas de los Directores de Marketing*, elaborat per l'Asociación de Marketing de España i la companyia d'investigació Synovate, el comportament de la inversió publicitària en mitjans seguirà empitjorant al llarg de l'any tot i que les expectatives respecte al mercat total siguin menys pessimistes que en el darrer semestre de 2008.

Font: Asociación de Marketing de España; *Intermedios* (núm. 342; p. 1).

**18/06/09**

- El CAC elabora un informe sobre el pluralisme a les ràdios i a les televisions durant la campanya de les eleccions europees del 22 de maig al 5 de juny de 2009. L'estudi valora el pluralisme dels magazins informatius de Catalunya Ràdio i COMRàdio.

Font: CAC.

- Catalunya Ràdio posa a disposició dels seus oients les deu emissores del grup a través de l'iPhone.

Font: Catalunya Ràdio.

**20/06/09**

- Olesa Ràdio inaugura els seus nous estudis a la Casa de Cultura d'Olesa de Montserrat.

Font: *regió7.cat* (21/06/09); *XARXA.COM* (núm. 09, p. 32).

**23/06/09**

- El Govern acorda atorgar a Onda Ramblas, SA la concessió per a la prestació del servei públic de radio-difusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència a Balaguer (Lleida).

Font: DOGC (núm. 5412, p. 52957).

- L'Espluga FM Ràdio, l'emissora municipal de l'Espluga de Francolí, celebra el seu 25è aniversari.

Font: L'Espluga FM Ràdio.

- Ràdio Masquefa (Anoia) canvia de dial i passa d'emetre al 100.5 FM a fer-ho al 107.9 FM.

Font: Ràdio Masquefa.

- Radio Unión Cataluña, emissora il·legal que va clausurar voluntàriament les seves emissions en FM l'any passat, inaugura la seva nova pàgina web i l'emissió en proves *online*, i torna de nou al dial de la FM.

Font: Radio Unión Cataluña.

## 25/06/09

- ScannerFM, que gestiona l'emissora *online* Sónar Ràdio durant el Festival Internacional de Música Avançada i Art Multimèdia de Barcelona, anuncia que enguany ha tingut una audiència de 12.721 oients durant els tres dies que ha durat el festival.

Font: ScannerFM.

## 26/06/09

- La Junta General d'Accionistes de Radio Popular, SA aprova els comptes de l'exercici econòmic de 2008. El Grupo COPE presenta uns beneficis de 326.032 d'euros i uns ingressos d'aproximadament 100 milions d'euros, un 6,6% menys respecte a l'exercici anterior.

Font: cope.es; *Intermedios* (núm. 343; p. 9).

## 27/06/09

- La periodista de RNE Conxita Casanovas rep un premi especial per part de l'Acadèmia del Cinema Català per la seva trajectòria vinculada al món del periodisme cinematogràfic.

Font: *directelcat*; *La Vanguardia* (28/06/09).

## 29/06/09

- La periodista Mònica Cid és nomenada nova directora de les emissores de la Cadena SER a Reus, Tarragona, Móra d'Ebre i Salou. Cid substitueix en el càrrec Josep Roquer, que passa a ser el nou director de la Cadena SER Balears i Radio Mallorca.

Font: Cadena SER; *Comunicació21*.

## 30/06/09

- Les noves dades del panell Zenthinela quantifiquen la davallada de la inversió publicitària en mitjans al llarg de 2009 en un 18%, 7 dècimes més que les previsions del mes d'abril. El mitjà radiofònic perdrà, segons el panell, un 15,7% de les seves inversions per publicitat.

Font: *Intermedios* (núm. 343; p. 1); *marketingdirecto.com*.

## JULIOL

### 01/07/09

- Radio 3 / RNE 3 celebra el seu 30è aniversari.

Font: RTVE.

### Imatge 10. Logotip commemoratiu del 30è aniversari de Radio 3.



Font: RTVE.

- Catalunya Ràdio i l'emissora pública de les Illes Balears IB3 intercanvien els seus senyals a la TDT. Des d'ara, IB3 es podrà escoltar a Catalunya a través de la TDT i Catalunya Ràdio arribarà a les Illes Balears.

Font: IB3 (02/07/09); CCMA (22/01/09; 10/06/09).

- L'emissora Ona La Torre inicia una nova etapa. L'Ajuntament de Torredembarra n'assumeix la gestió i Joan Enric Vidal passa a ser-ne el nou director.

Font: *ELPUNT.cat* (20/06/09; 17/07/09); *Periodistes.org* (16/07/09).

### 03/07/09

- Ràdio Pomar, l'emissora del barri del Pomar a Badalona, inaugura els seus nous estudis situats a l'avinguda Primer de Maig.

Font: Ràdio Pomar; *ETOTBadalona.com*.

### 07/07/09

- L'AIMC fa públiques les dades acumulades de l'EGM corresponent a la segona onada de 2009.

Font: AIMC.

### 08/07/09

- El CAC autoritza una operació mercantil de compravenda d'accions de la societat Radio Popular, SA - COPE. Es traspassen 80.000 accions de la Compañía Jesús Provincia Bética a favor de Radio Ecca Fundación Canaria.

Font: CAC.

### 11/07/09

- Ràdio Vilamajor canvia de freqüència i comença a emetre al 98.0 de la FM.

Font: Ràdio Vilamajor.

#### 14/07/09

- Mataró Ràdio inaugura l'ampliació dels seus estudis ubicats a la primera planta del Centre Cívic Pla d'en Boet.

Font: Mataró Audiovisual; *XARXA.COM* (núm. 9, p. 31).

#### 16/07/09

- La divisió radiofònica del Grupo Prisa obté uns beneficis d'exploració de 35,14 milions d'euros al llarg del primer semestre de l'any, un 28,9% menys respecte al mateix període de 2008. Els ingressos en publicitat de la ràdio espanyola de Prisa cauen un 18,1%.

Font: Grupo Prisa; *Intermedios* (núm. 344; p. 30).

- Ràdio Ràpita, l'emissora municipal de Sant Carles de la Ràpita, celebra el seu 25è aniversari.

Font: Fernando García - Ràdio Ràpita. *Els Mitjans de Comunicació a la Ràpita* (14/06/09).

#### 17/07/09

- Segons les dades corresponents al segon trimestre de l'any de l'estudi i2p, que elaboren Arce Media i Media Hotline, la ràdio amplia un 0,8% el seu percentatge en el mercat d'inversió publicitària en mitjans. El descens de la inversió en mitjans respecte al segon trimestre de 2008 augmenta un 30%.

Font: *Intermedios* (núm. 344; p. 31); *Puromarketing.com*.

#### 22/07/09

- Raúl Rodríguez, director general de la Cadena SER, és nomenat nou president de l'Asociación Española de Radio Comercial (AERC). Rodríguez substitueix en el càrrec Javier González Ferrari, president d'On-da Cero.

Font: *elmundo.es*; *El País* (24/07/09).

- El CAC acorda la renovació per deu anys de la concessió de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència corresponent a la localitat de Vila-seca i Salou (92.5 MHz), sol·licitada per la Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SAU. També es renova per deu anys la concessió corresponent a la localitat de Vilafranca del Penedès (103.1 MHz) sol·licitada per Antena 3 de Radio, SA.

Font: CAC.

#### 24/07/09

- El Tour de França premia el cap d'Esports de Catalunya Ràdio, Jordi Itúrria, «per la seva professionalitat i fidelitat a la competició».

Font: CCMA.

- El programa *Minoria absoluta* (RAC 1) s'acomia definitivament de les ones després de nou tempora-

des, amb un programa especial des del Teatre Tívoli de Barcelona.

Font: RAC 1.

#### 29/7/09

- El CAC anuncia els acords de renovació de nou llicències de radiodifusió de la Sociedad Española de Radiodifusión (Vic, Tortosa, Santa Coloma de Farners, Puigcerdà, Palamós, Martorell, Gadesa, Figueres i Cabriels) i de quatre llicències d'Onda Rambla (Igualada, Tortosa, Tarragona i Girona).

Font: CAC.

#### 30/07/09

- El *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* fa públiques les dades d'audiència de la tercera onada de 2009.

Font: FUNDACC.

- Vocento fa públics els seus comptes corresponents al primer semestre de 2009. El resultat d'exploració de Publi Radio, l'empresa del grup que gestiona les emissores Punto Radio, perd 2.511 milions d'euros, una variació positiva del 43,2% respecte al mateix període de l'any 2008, quan va perdre 4.423 milions d'euros.

Font: Vocento; *prnoticias*; *Intermedios* (núm. 345, p. 9).

- Els beneficis d'exploració d'Uniprex al llarg del primer semestre de 2009 són de 10,6 milions d'euros, un 28,6 menys que durant el mateix període de 2008, malgrat la reducció de les despeses (-3,8%).

Font: Grupo Antena 3; *Intermedios* (núm. 345, p. 9).

#### 31/07/09

- Finalitzen les emissions *online* i per TDT de l'emissora Sensació FM.

Font: Sensació FM.

- Radio TeleTaxi canvia de freqüència al Baix Ebre i passa d'emetre al 103.9 FM a fer-ho al 106.0 FM.

Font: Radio TeleTaxi.

## AGOST

#### 04/08/09

- Mor als seixanta-tres anys a Asunción (el Paraguai) el periodista Julián Lago, que va treballar en diversos mitjans radiofònics com ara la Cadena COPE o Radio España.

Font: *ELPAÍS.com*; *LAVANGUARDIA.es*.

#### 08/08/09

- El Jutjat Contenciós Administratiu núm. 2 de Tarragona ordena la demolició de l'antena de telecomuni-

cacions il·legal que l'empresa TOTmúsica Ràdio, SL tenia a la Selva del Camp.

Font: *La Vanguardia*.

#### 14/08/09

- L'emissora tarragonina Ràdio Sant Pere i Sant Pau inicia les seves emissions per Internet.

Font: Ràdio Sant Pere i Sant Pau; *fmtarragona.info* (22/08/09).

#### 17/08/09

- GOL TV anuncia l'acord amb Catalunya Ràdio per fer servir el senyal de l'emissora durant les retransmissions dels partits del FC Barcelona i el RCD Espanyol.

Font: GOL TV.

#### 20/08/09

- Radio Olé anuncia el llançament d'una aplicació que permet l'escolta de l'emissora des de l'iPhone.

Font: Radio Olé.

#### 27/08/09

- Ràdio Silenci, l'emissora municipal de la Garriga, anuncia el llançament d'una aplicació que permet l'escolta de l'emissora des de l'iPhone.

Font: Ràdio Silenci.

#### 28/08/09

- La periodista Esther Sardans, extrebballadora de COMRàdio, és nomenada nova cap de Comunicació del Departament de la Vicepresidència de la Generalitat de Catalunya.

Font: DOGC (núm. 5456; p. 65783).

## SETEMBRE

#### 01/09/09

- Top Ten Ràdio, la nova emissora musical de Ràdio Marina, inicia les seves emissions.

Font: *DiariMaresme.com*.

#### 02/09/09

- Ràdio Nova, l'emissora municipal de Vilanova del Camí (l'Anoia), celebra el seu 25è aniversari.

Font: Ràdio Nova.

- COMRàdio reformula la programació de Latin-COM, que a partir de la nova temporada estrena un format de radiofórmula basat en la combinació de continguts informatius i música catalana i llatina.

Font: *XARXA.COM* (núm. 09, p. 9); *lamalla.cat*.

#### 03/09/09

- La Generalitat anuncia els guanyadors dels Premis Nacionals de Comunicació. Catalunya Informació guanya el Premi Nacional de Radiodifusió, per haver estat «pionera a implantar a casa nostra un format de ràdio molt arrelat en altres països» i haver aconseguit «consolidar durant els seus disset anys d'existència un model reconegut pels oients i per altres mitjans de comunicació».

Font: Generalitat de Catalunya.

- El CAC presenta *L'Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals a Catalunya* de l'any 2009. Catalunya Ràdio és l'emissora preferida pels catalans, mentre que els esports de la Cadena SER i la música de Los 40 Principales són els més ben valorats.

Font: CAC.

#### 06/09/09

- Mor als seixanta-dos anys a Madrid el periodista Julio de Benito, cap d'Informatius de RNE i TVE a la dècada dels anys vuitanta.

Font: RTVE.

#### 07/09/09

- Catalunya Ràdio presenta la nova programació per a la temporada 2009-2010, on destaca la incorporació de Manel Fuentes com a nou conductor d'*El matí de Catalunya Ràdio* en substitució de Neus Bonet.

Font: CCMA.

#### 08/09/09

- Ràdio Arenys, l'emissora municipal d'Arenys de Mar, i la ràdio d'àmbit local i en català més antiga del país, celebra el seu 30è aniversari.

Font: Ràdio Arenys.

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de Cervelló una concessió per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

Font: DOGC (núm. 5465, p. 68282).

- La Federación de Asociaciones de Radio y Televisión de España fa pública la llista de guanyadors dels premis Antena de Oro 2009. Entre els guardonats destaquen el programa *Siluetas*, de RNE; la periodista Montserrat Domínguez, directora del programa *A vivir que son dos días*, de la Cadena SER, i el director dels serveis de la Cadena COPE, Nacho Villa. La cerimònia de lliurament se celebra a Aranjuez el 26 de setembre.

Font: RTVE.

### 09/09/09

- El CAC anuncia els acords de renovació de sis llicències de radiodifusió de Radiocat XXI (Banyoles, Tarragona, Sant Carles de la Ràpita, Sitges, Lleida i Girona) i de dues llicències de Ràdio Associació de Catalunya (Castell d'Aro i Lloret de Mar).

Font: CAC.

### 11/09/09

- La Cadena Ser Penedès-Garraf celebra el seu 25è aniversari. L'emissora va adoptar el seu nom actual el març de 1994; fins aleshores era coneguda com a Antena 3 Radio.

Font: Ràdio Barcelona - Cadena SER.

### 13/09/09

- Neix a Barcelona l'Asociación de Damnificados por los Errores e Irregularidades de las Administraciones Públicas de Radiodifusión y Telecomunicación (ADEART), primera associació d'aquest tipus a Europa. L'associació neix amb l'objectiu de denunciar «l'existència d'una probable vulneració de drets fonamentals com ara el de la llibertat d'opinió i expressió, executada per alguns poders, sobretot, polítics». La pàgina web d'ADEART és: <http://www.radiodifusion.org>.

Font: ADEART.

### 14/09/09

- Els mitjans de comunicació municipals de l'Hospitalet de Llobregat, entre els quals hi ha Ràdio L'Hospitalet, canvien la seva imatge corporativa.

Font: Digital-H.

### Imatge 11. Nou logotip de Ràdio L'Hospitalet.



Font: [lhesport.cat](http://lhesport.cat)

### 22/09/09

- La Generalitat atorga a l'Ajuntament de Cabanes una concessió per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

Font: DOGC (núm. 5476, p. 73561).

- Amb el partit FC Barcelona - Racing de Santander s'inicia la col·laboració entre ONA FM i Canal +. A partir d'ara, els partits del FC Barcelona que retransmeti Canal + es podran escoltar en català amb l'àudio de l'emissora d'Unión Radio.

Font: *El País*.

### 23/09/09

- El CAC autoritza l'operació de compravenda del 100% de les accions representatives del capital social de la societat Onda Ramblas, SA per part dels seus accionistes actuals a favor de la societat Radio Publi, SL.

Font: CAC.

- El CAC acorda la renovació per deu anys de la concessió de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència corresponent a la localitat d'Igualada (101.1 MHz), sol·licitada per Radiocat XXI, SLU.

Font: CAC.

### 25/09/09

- Grup Segre i Cadena Pirenaica presenten a la Fira de Sant Miquel la nova emissora radiofònica Pròxima FM.

Font: [lleida.com](http://lleida.com) (26/09/09).

- Mor a Madrid la periodista Sonia Briz, locutora del programa *Zona 3*, de Radio 3/ RNE 3 des de 1996 fins a 2003.

Font: RTVE (08/10/09).

### 28/09/09

- El programa *Hora 25 de l'economia*, de la Cadena SER Catalunya, rep el Premi a l'Excel·lència a la Comunicació i Divulgació de les TIC en Ràdio, que anualment concedeix el Col·legi Oficial d'Enginyers Tècnics de Telecomunicació (COETTC).

Font: Ràdio Barcelona - Cadena SER.

- La Secretaria de Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya anuncia l'obertura d'un requeriment contra l'empresa Libertad Digital i atorga un termini de deu dies perquè esRadio, l'emissora dirigida per Jiménez Losantos, cessi les seves emissions a Tarragona, ja que no compta amb la llicència necessària per fer-ho. A mitjan octubre, esRadio inicià les seves emissions il·legals a Barcelona (103.0 FM), emetent des d'una antena instal·lada i posada en marxa sense permís situada a la muntanya del Tibidabo, i que interferia la recepció del senyal de Catalunya Ràdio.

Font: *Público.es*; *ABC.es*. *El Periódico* (17/10/09, 19/10/09).

29/09/09

- Mor als seixanta-dos anys a Molins de Rei el periodista Miquel Armengol, director de Ràdio Molins de Rei des de 1991. Armengol fou durant divuit anys el presentador del magazín matinal de l'emissora de Molins de Rei *Bon dia i bona hora*, i va rebre l'any 2007 una menció especial als premis Ràdio Associació de Catalunya per haver sabut aplicar en la seva àmplia trajectòria professional esquemes de la ràdio convencional generalista a la realitat de la ràdio local.  
Font: *lamalla.cat*; *Comunicàlia* (30/09/09); *Avui* (30/09/09).

**Imatge 12.** El periodista Miquel Armengol a les instal·lacions de Ràdio Molins de Rei.



Font: *Comunicàlia*.

30/09/09

- El *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* fa públiques les dades d'audiència de la quarta onada de 2009.  
Font: *FUNDACC*.

## OCTUBRE

02/10/09

- Mor als setanta-set anys a Madrid Tomás Martín Blanco, creador de *Los 40 Principales*, cap de Programes de la Cadena SER durant trenta anys i posteriorment director general d'Onda Cero des de l'any 1991.  
Font: *El País* (03/10/09); *cadenaser.com* (03/10/09); *elmundo.es* (03/10/09).

**Imatge 13.** Tomás Martín Blanco, creador de *Los 40 Principales*.



Font: *laradioaldia.es*.

- TVC estrena el documental *Querida doña Elena*, investigació sobre l'esperit de la societat espanyola durant la postguerra a partir del contingut de les 16.000 cartes que es conserven a l'Arxiu Comarcal del Baix Llobregat del mític programa de Ràdio Barcelona *El consultorio para la mujer Elena Francis*.

Font: *El Periódico.com* (01/10/09).

03/10/09

- El documental radiofònic *L'ombra dels arbres*, elaborat per l'equip de programes de la Cadena SER al Camp de Tarragona, guanya el primer Premi de Periodisme Carmel Biarnés.

Font: *Cadena SER* (06/10/09).

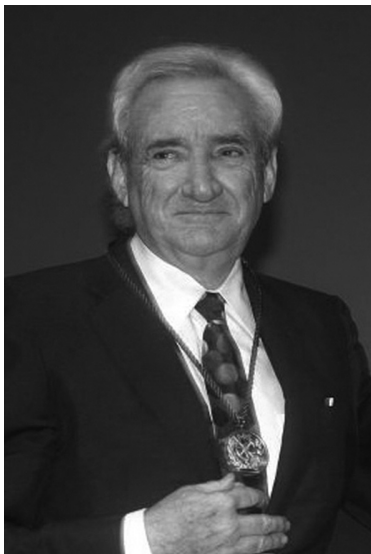
06/10/09

- *L'Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas de España anuncia els guanyadors de la primera edició dels Premis Nacionals de Ràdio*. Luis del Olmo és guardonat amb la Medalla d'Or de l'Acadèmia «per la seva llarga i plena dedicació professional a la ràdio, així com per contribuir al prestigi del mitjà en la nostra societat». Entre la resta de guanyadors trobem quatre professionals de RNE (Mayca Aguilera, Mamen Asencio, Julia Murga i Vicente Luzón), tres d'Unión Radio (Fran Blanco, Manolo Lama i José Antonio Hernández) i dos de Punto Radio (Eva Mateo i Pablo García Mancha), així com el locutor publicitari José Ángel De Las Fuentes. La gala de lliurament dels guardons se celebra a Logronyo el 30 d'octubre.

Font: *Premios de la Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas de España*; *ELPAÍS.com*.



**Imatge 14.** Luis del Olmo amb la Medalla d'Or de l'Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas.



Font: Premios de la Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas de España.

- El programa *Solidaris*, de Catalunya Ràdio, guanya el Premi Catalunya Social 2009, en la categoria d'Acció Social i Comunicació, que atorga el Departament d'Acció Social i Ciutadania de la Generalitat de Catalunya.

Font: DIXIT - Centre de Documentació de Serveis Socials (13/10/09); catràdio.cat.

#### 08/10/09

- La revista *Intermedios*, una de les més rellevants d'Espanya sobre el sector de la comunicació, distribueix el seu darrer número. La crisi del sector i el canvi d'hàbits informatius del seu públic propicien el tancament de la revista, nascuda l'abril de 1994.

Font: *Intermedios* (núm. 347, p. 1).

- **COMRàdio presenta a Sant Just Desvern l'eina Sindicada 2.0.**<sup>1</sup> Plataforma d'intercanvi amb i entre les ràdios municipals consorciades a la Xarxa COM. El cicle de trobades territorials arriba posteriorment a Balaguer (11/11/09), Ripollet (03/12/09) i Mollet del Vallès (16/12/09).

Font: COMRàdio (11/11/09; 03/12/09; 16/12/09).

1. Per a més informació sobre la *Sindicada2.0* de COMRàdio consultar els capítols 2 i 7 d'aquest informe.

#### 09/10/09

- El Col·legi de Periodistes de Girona atorga a Ràdio Girona una de les *Mosques de la Informació* en la 21a edició d'aquests premis, pels seus setanta-cinc anys de trajectòria. Els guardons s'entreguen el 16 d'octubre en una cerimònia celebrada a la nova seu de la Generalitat a Catalunya.

Font: *periodistes.org*.

#### 11/10/09

- Mor als vuitanta-un anys a Barcelona l'arquebisbe de la Seu d'Urgell, Joan Martí Alanís, un dels grans promotors del naixement l'any 1992 de Ràdio Principat.

Font: *El País* (12/10/09); *3cat24.cat* (13/10/09).

#### 13/10/09

- El programa *Peluts*, de Ràdio Mataró, que emeten 15 emissores locals sindicades a la Xarxa ComRàdio, guanya el premi FEDAN 2009 en la categoria de ràdio, que entrega anualment la Societat Protectora d'Animals de Mataró.

Font: COMRàdio.

#### 14/10/09

- El CAC acorda la renovació per deu anys de la concessió de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència corresponent a la localitat de Sant Sadurn d'Anoia (93.7 MHz), sol·licitada per la Fundació Missatge Humà i Cristià.

Font: CAC.

#### 16/10/09

- **Ràdio Barcelona - Cadena SER anuncia els guardonats en la 56a edició dels Premios Ondas.** Els Premios Ondas nacionals en categoria de ràdio són per als programes *Si amaneca nos vamos*, de la Cadena SER (Millor Programa), *Al sur de la semana*, de la Cadena COPE (Millor Tractament Informatiu), *La jungla sonora*, de Radio Euskadi (Premi a la Trajectòria o Tasca professional més destacada) i per a *Flamencoradio.com*, emissora de ràdio per Internet de Canal Sur Radio (Premi a la Innovació Radiofónica). El Premi Internacional de Ràdio és per a *It's my history-Earfull: From silence into sound*, de la cadena pública britànica BBC. El jurat atorga una menció especial a *Les corps solidaires*, de Radio France. Finalment, el premi a la Millor Emissora de Ràdio Iberoamericana és per a Radio Globo d'Hondures. La cerimònia de lliurament té lloc el 5 de novembre al Gran Teatre del Liceu de Barcelona.

Font: Premios Ondas; Ràdio Barcelona - Cadena SER; *ELPAÍS.com* (05/11/09).

## 19/10/09

- La Delegació del Govern a Catalunya i COMRàdio signen un protocol d'actuació que inclou un sistema d'avís a través de les emissores municipals en cas d'emergència nuclear, portuària, aeroportuària i meteorològica. El sistema es presenta a Tarragona el 19 de novembre.

Font: Ministeri de la Presidència (20/10/09); COMRàdio (19/11/09).

## 22/10/09

- El Conseller de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Hble. Sr. Joan Manuel Tresserras, i el director de l'Observatori de la Ràdio a Catalunya, Sr. Josep Maria Martí, presenten a la seu del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació la segona edició de l'Informe sobre la Ràdio a Catalunya corresponent a l'any 2008. El Conseller remarca que l'Informe «és un projecte molt útil, que ha d'ajudar el sector radiofònic català, però que també ha de servir de guia per a les polítiques que emprenem des del Departament» i ha apostat per la seva continuïtat en el futur.

Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

**Imatge 15.** D'esquerre a dreta: Hble. Sr. Joan Manuel Tresserras, conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, i Sr. Josep Maria Martí, director de l'OBS.



Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

## 26/10/09

- Diego Santiago és nomenat nou director general d'Onda Rambla - Punto Radio. Santiago substitueix en el càrrec Francisco Olona.

Font: *catalunyapress.cat*

## 27/10/09

- El Govern de la Generalitat nomena Patricia Remiro com a directora general de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals. Remiro substitueix en el càrrec Gemma Domènech.

Font: Generalitat de Catalunya.

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de Blanes una concessió per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

Font: DOGC (núm. 5500, p. 83058).

- L'Institut Català de les Dones i el Col·legi de Periodistes de Catalunya presenten el projecte «Gènere i mitjans de comunicació. Eines per visualitzar les aportacions de les dones» per millorar el tractament de les dones en els mitjans de comunicació catalans.

Font: CAC.

- El programa *Tàpies variades*, de Catalunya Ràdio, és guardonat amb el Premi Tàstum Difusió 2009 que atorga el Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural de la Generalitat de Catalunya.

Font: Catalunya Ràdio.

- L'Associació barcelonina Arca de Noé anuncia els guanyadors dels seus premis en l'edició d'enguany, guardons que reconeixen la trajectòria d'aquells professionals o col·lectius compromesos amb els valors i els drets humans. El periodista Sergi Mas, de COMRàdio, guanya el Premi Pappara, mentre que Jordi Basté, de RAC 1, s'endú el Premi Gasela. L'entrega dels premis se celebra el 20 de novembre a Esplugues de Llobregat.

Font: COMRàdio; *lamalla.cat*.

## 28/10/09

- Alex Barragán és nomenat nou director d'Ona de Sants-Montjuïc. Barragán substitueix en el càrrec David Martínez.

Font: Ona de Sants-Montjuïc.

- El CAC acorda la renovació per deu anys de la concessió de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència corresponent a la localitat de Lleida (93.4 MHz), sol·licitada per Ràdio Terraferma de Lleida, SA.

Font: CAC.

## 29/10/09

- La Fundació Lluís Carulla premia l'Associació per a la Recerca i l'Acció Comunitària EINA de Salt pel programa de ràdio *El món a Salt*, de Ràdio Salt, amb un dels VI Premis Francesc Candel que reconeixen l'esforç d'associacions i entitats en l'àmbit de la integració de les persones immigrades a Catalunya.

Font: Generalitat de Catalunya.

## 31/10/09

- Mor a Manresa als seixanta-un anys el periodista Joan Ballús, històric locutor de Ràdio Manresa durant més de quaranta anys.

Font: *regio7.cat* (07/11/09);

## NOVEMBRE

03/11/09

- En un acte sense precedents a Europa, totes les ràdios i televisions, públiques i privades, locals, nacionals i estatals fan públic, en un acte conjunt al Restaurant Visual de Barcelona, el *Manifest contra les il·legals pirata*. Segons el text, a Catalunya un 15% de les freqüències del dial són ocupades per emissores il·legals.

Font: Associació Catalana de Ràdio.

- El CAC elabora unes recomanacions sobre el tractament del món rural als mitjans audiovisuals. El document posa èmfasi en la recerca de la diversitat informativa i en evitar l'ús d'estereotips sobre el món rural.

Font: CAC.

06/11/09

- S'inicia a Barcelona la V Trobada de Mitjans Lliures i Comunitaris que organitza la Red de Medios Comunitarios (ReMC), una unió d'associacions de l'Estat espanyol sense ànim de lucre que agrupa una trentena de mitjans de comunicació i altres entitats vinculades al món de la comunicació.

Font: Red de Medios Comunitarios; *Comunicació21*.

10/11/09

- Josep Maria Codina és nomenat nou gerent del Mercat de l'Audiovisual de Catalunya, en substitució de Mercè Camins.

Font: Mercat de l'Audiovisual de Catalunya.

11/11/09

- La CCMA llança al mercat el Netbook de TV3, un ordinador portàtil amb continguts exclusius preinstal·lats de TV3 i Catalunya Ràdio, i amb el Windows 7 per primer cop en català.

Font: Catalunya Ràdio.

14/11/09

- COMRàdio i la XTVL signen un acord amb la Federació Catalana de Vela amb l'objectiu de potenciar la difusió d'aquest esport a través d'ambdós mitjans.

Font: COMRàdio (12/11/09).

18/11/09

- La Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació del Ministeri d'Indústria premia el portal RTVE.es com una de les millors 20 webs espanyoles dels darrers vint anys.

Font: RTVE.

20/11/09

- Diversos mitjans es fan ressò de la polèmica entorn del possible fitxatge de Manel Fuentes, director i conductor d'*El matí de Catalunya Ràdio*, per Antena 3 per presentar el programa d'entreteniment *Pánico en el plató*. La diputada de CiU Meritxell Borràs posa en dubte al Parlament la influència que podria tenir pel prestigi i la credibilitat del periodista el fet d'alternar ambdós projectes. El Comitè d'Empresa de Catalunya Ràdio, en una carta oberta, manifesta el seu malestar per la notícia, mentre que la direcció de la CCMA fa públic el seu suport absolut a Fuentes. Finalment, el periodista tanca la polèmica en directe al seu programa manifestant que renuncia a l'oferta d'Antena 3.

Font: *elPeriódico.com*; *AVUI.cat* (18/11/09); CCMA (19/11/09); *euroapress* (13/11/09); *ELPAÍS.com* (21/11/09).

23/11/09

- La comissària europea de Societat de la Informació i Mitjans de Comunicació, Viviane Reding, mostra la seva preocupació pel fenomen creixent d'emissores il·legals a Catalunya i l'Estat espanyol durant l'entrega del Premi Atlàntida del Gremi d'Editors de Catalunya.

Font: ACR; *ELPUNT.cat*.

24/11/09

- **Alberto Oliart és escollit pel Congrés dels Diputats com a nou president de RTVE.** Oliart, proposat pel Govern amb el suport del principal partit de l'oposició, substitueix Luis Fernández en el càrrec.

Font: RTVE (11/11/09); *ELPAÍS.com* (11/11/09).

**Imatge 16.** Alberto Oliart, nou President de RTVE.



Font: Congreso de los Diputados ([congreso.es](http://congreso.es))

## 26/11/09

- Xavier Lozano és nomenat nou director de L'Espluga FM Ràdio. Lozano substitueix en el càrrec Miquel Moya.

Font: *ELPUNT.cat* (22/11/09).

- COMRàdio signa un acord de col·laboració amb Òmnium Cultural per afavorir i fomentar la llengua i la cultura catalanes.

Font: COMRàdio.

## 27/11/09

- El programa *Mans*, de Catalunya Ràdio, és guardonat amb el Premi als Mitjans de Comunicació Professionals que atorga anualment la Federació d'Ateneus de Catalunya.

Font: *catràdio.cat*.

- Ràdio Montornès inaugura les seves emissions per Internet i el seu servei de ràdio a la carta.

Font: Ràdio Montornès.

- **Se celebra a Tarragona el I Congrés de la Ràdio de Proximitat en català, organitzat per la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC), amb l'objectiu d'obrir un espai de diàleg i reflexió entorn de l'estat actual i el futur de la llengua com a eina de comunicació.**

Font: Comunicàlia (22/10/09).

- Radio Pakcelona, l'emissora al·legal que emet continguts dirigits a la comunitat pakistanesa resident a Barcelona, reinicia les seves emissions a través del dial 106.9 FM.

Font: Radio Pakcelona.

## 30/11/09

- FUNDACC fa públics els resultats de la cinquena onada del *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* i de l'estudi *La dieta mediàtica i cultural dels joves 2009*. Segons aquest estudi, els joves catalans dediquen 1 hora i 17 minuts al dia a escoltar la ràdio, 3 hores i 20 minuts diaris a veure la televisió i 1 hora i 32 minuts a navegar per Internet.

Font: FUNDACC.

- S'entreguen a Barcelona els guardons corresponents a la XIII edició dels premis Protagonistas que anualment convoca Punto Radio. Entre els premiats hi ha la model Judith Mascó, el polític Josep Antoni Duran i Lleida i la cineasta Isabel Coixet.

Font: *europapress, terra.es*.

- El programa *Nines russes*, de Ràdio Ciutat de Badalona, guanya el Premi a la Diversitat en l'Audiovisual en la categoria de ràdio, en la segona edició dels guardons que entrega la Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual, organisme impulsat pel CAC.

Font: Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual; *ELPUNT.cat* (02/12/09).

## Imatge 17. Congrés de la Ràdio de Proximitat en Català.



Font: FRLC.

## DESEMBRE

### 01/12/09

- L'Observatori de la Ràdio a Catalunya, amb el suport de l'Associació Catalana de Ràdio, convida a Barcelona el senyor Dan O'Day, un dels millors especialistes en comunicació radiofònica del món, que imparteix a la seu del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació dues classes magistrals per a professionals del sector.

Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

## 29/11/09

- Ràdio Mollet inaugura els seus nous estudis situats al primer pis del Centre de Serveis El Lledoner, a la plaça de Cinco Pinos.

Font: Ràdio Mollet; Ajuntament de Mollet del Vallès.

**Imatge 18.** El senyor Dan O'Day durant una de les classes magistrals organitzades per l'OBS.



Font: Observatori de la Ràdio a Catalunya.

- El Govern acorda atorgar a l'Ajuntament de l'Aldea (Tarragona) una concessió per a la prestació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència per a l'emissora municipal Antena Aldaia.

Font: DOGC (núm. 5526, p. 93853).

#### 02/12/09

- L'Ajuntament de Vallromanes anuncia l'inici de les emissions *online* de la seva emissora municipal, Ràdio Vallromanes.

Font: Ajuntament de Vallromanes.

#### 03/12/09

- La web de l'Associació Catalana de Ràdio incorpora des d'avui un comptador de les ràdios il·legals que emeten a Catalunya, que s'anirà actualitzant mensualment.

Font: ACR.

#### 10/12/09

- L'AIMC fa públiques les dades acumulades de l'EGM corresponent a la tercera onada de 2009.

Font: AIMC.

- El conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, i el president del CAC, Ramon Font, inauguren al Palau Robert de Barcelona la jornada «Els Mitjans Audiovisuals sense Ànim de Lucre», un espai de debat del sector entorn del decret que està tramitant el Govern per regular els mitjans audiovisuals sense ànim de lucre a Catalunya.

Font: CAC.

- L'ACR fa públic un comunicat on demana la retirada del decret que el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació està tramitant per donar cobertura legal a les emissores comunitàries i sense ànim de lu-

cre. L'ACR considera que l'audiovisual català «té necessitats de regulació molt més urgents i de caràcter previ a aquest ordenament».

Font: ACR.

- L'Ajuntament de la Selva del Camp desmunta l'antena il·legal que l'empresa Totmúsica Radio, SL havia aixecat il·legalment a la muntanya de Sant Pere de la mateixa localitat. L'antena prestava servei a cinc emissores declarades com a pirates per part del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Font: ACR; *diaridetarragona.com*.

#### 12/12/09

- L'Associació de Radioaficionats Minusvàlids Invidents de Catalunya (ARMIC) i la Junta Constructora del Temple Expiatori de la Sagrada Família de Barcelona instal·len durant tot el cap de setmana una estació de radiodifusió al recinte del temple en unes jornades que inclouen conferències, demostracions de contactes entre radioaficionats i diverses activitats relacionades amb el món de la radiodifusió.

Font: ARMIC EA3RKR (22/11/09);

#### 13/12/09

- Neix a Internet el projecte *Radio Cadena*, la primera web col·laborativa al servei de les emissores locals i municipals espanyoles.

Font: Ivan Tenorio - Radio Cadena.

#### 14/12/09

- L'Ajuntament de Tarragona obre un expedient sancionador contra l'empresa Totmúsica Radio, SL per la instal·lació il·legal d'una antena de ràdio al barri de Sant Pere i Sant Pau, des d'on emet l'emissora esRadio.

Font: ACR; *ElPunt.cat*.

#### 17/12/09

- El programa *El ojo crítico*, de RNE, fa entrega al Círculo de Bellas Artes de Madrid dels guardons corresponents a la 20a edició dels premis Ojo Crítico. Entre els premiats destaquen l'escriptor Alberto Olmos (narrativa), l'actriu Bárbara Lennie (cinema), l'escriptora Yolanda Castaño (poesia) i el conjunt Delorean (música moderna).

Font: RTVE.

#### 23/12/09

- El **Jutjat Penal núm. 16 de Madrid condemna el director de la Cadena SER, Daniel Anido, i el director d'informatius de l'emissora, Rodolfo Irago, a un any i nou mesos de presó i a la inhabilitació per a l'exercici**

del periodisme, com autors d'un delict de «revelació de secrets» per desvetllar una llista d'afiliacions irregulars al Partit Popular de Madrid l'any 2003. El cas reobre el debat sobre el conflicte entre el dret fonamental a comunicar lliurement informació veraç i el dret fonamental a la intimitat i a la protecció de dades personals. Ambdós periodistes reben un ampli suport per part de diverses associacions, entre elles el Comitè Mundial de Llibertat de Premsa.

Font: Cadena SER; RTVE.es; *elmundo.es*; *ABC.es*; *ELPAÍS.com* (25/01/10).

- El periodista Joaquim Maria Puyal (Catalunya Ràdio) s'incorpora com a membre numerari a la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC). Segons comunica la institució, Puyal ha treballat des de l'any 1976 a la ràdio i la televisió «amb el convenciment que la feina del periodista podia contribuir de manera decisiva a la normalització lingüística, després dels quaranta anys de repressió del règim franquista».

Font: *El Butlletí de l'IEC* (núm. 138); *LAVANGUARDIA.es*; *AVUI.cat*.

## 28/12/09

- Cerdanyola Ràdio inicia les obres de trasllat de la seva antena que s'ubicarà al Turonet de les Fontetes per millorar la qualitat i l'abast del seu senyal.

Font: *cerdanyola.info*.

## Fonts documentals

Totes les pàgines web i publicacions indexades a continuació s'han consultat entre els mesos de gener i abril de 2009. Tanmateix volem agrair la col·laboració de tots aquells mitjans i departaments de premsa que han col·laborat en l'elaboració d'aquest capítol.

- *3cat24.cat* - *3cat24* (<http://www.3cat24.cat>)
- *ABC.es* - *ABC* (<http://www.abc.es>)
- *Actualidad gadget* (<http://www.actualidadgadget.com>)
- Agència Catalana de Notícies (acn) (<http://www.acn.cat>)
- Ajuntament de Barcelona (<http://www.bcn.es>)
- Ajuntament de Cerdanyola del Vallès (<http://www.cerdanyola.cat>)
- Ajuntament de Corbera de Llobregat (<http://www.corberadellobregat.cat>)
- Ajuntament de Mollet del Vallès (<http://www.molletvalles.net>)
- Ajuntament de Pal·lejà (<http://www.palleja.cat>)
- Ajuntament de Prats de Lluçanès (<http://pratsdellucanes.webempresa.eu>)
- Ajuntament de Premià de Dalt (<http://www.premiadedalt.cat>)
- Ajuntament de Premià de Mar (<http://www.premiademar.org>)
- Ajuntament de Vallromanes (<http://www.vallromanes.cat>)
- Ajuntament de Vilafranca del Penedès (<http://www.vilafranca.org>)
- Arce Media (<http://www.arcemedia.es>)
- Asociación de Damnificados por los Errores e Irregularidades de las Administraciones Públicas de Radiodifusión y Telecomunicación (ADEART) (<http://radiodifusion.org>)
- Asociación de Marketing de España (<http://www.asociacionmkt.es>)
- Asociación Española de Radioescucha (<http://www.aer-dx.com>)
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (<http://www.aimc.es>)
- Associació Catalana de Ràdio (ACR) (<http://www.acradio.org>)
- Associació de Radioaficionats Minusvàlids Invidents de Catalunya (ARMIC EA3RKR) (<http://www.gratisweb.com/ea3rkr>)
- *AVUI.cat* - *Avui* (<http://www.avui.cat>)
- Cadena COPE (<http://www.cope.es>)
- *catràdio.cat* - Catalunya Ràdio (<http://www.catradio.cat>)
- Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) (<http://ceo.gen-cat.cat>)
- Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) (<http://www.cccb.org>)
- *Cerdanyola.info* (<http://www.cerdanyola.info>)
- Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya (<http://www.colpublirp.com>)
- COMEmissores (<http://www.comemissores.com>)
- COMRàdio (<http://www.comradio.com>)
- *Comunicació 21* (<http://www.comunicacio21.com>)
- Comunicàlia (<http://www.comunicalia.cat>)
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) (<http://www.cac.cat>)
- Constantí Ràdio (<http://www.constantiradio.cat>)
- *Control de Publicidad* (<http://controlpublicidad.com>)
- Convergència i Unió (<http://www.ciu.cat>)
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) (<http://www.ccma.cat>)
- *Cotizalia.com* - *Cotizalia* (<http://www.cotizalia.com>)
- *Cugat.cat* (<http://www.cugat.cat>)
- *Diari digital CatalunyaPress* (<http://www.catalunya-pess.cat>)
- *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (DOGC) (<http://gencat.cat/dogc>)
- *diaridegirona.cat* - *Diari de Girona* (<http://www.diaridegirona.cat>)

- *diaridetarragona.com* - *Diari de Tarragona* (<http://www.diaridetarragona.com>)
- *diariMaresme.com* - *Diari Maresme* (<http://diarimaresme.com>)
- Digital-H (<http://www.digital-h.cat>)
- Diputació de Barcelona ([www.diba.es](http://www.diba.es))
- Diputació de Lleida (<http://www.diputaciolleida.cat>)
- *directe!cat* (<http://www.directe.cat>)
- DIXIT - Centre de Documentació de Serveis Socials (<http://dixit.gencat.cat>)
- *El blog de Jordi Cervera* (<http://blogs.ccrtvi.com/jordicervera>)
- *El silenci*, Gaspar Hernández (<http://www.gasparhernandez.cat>)
- *elEconomista.es* - *El economista* (<http://www.economista.es>)
- *elmundo.es* - *El Mundo* (<http://www.elmundo.es>)
- *ELPAÍS.com* - *El País* (<http://www.elpais.com>)
- *elPeriódico.cat* - *El Periódico de Catalunya* (<http://www.elperiodico.cat>)
- *elPeriódico.com* - *El Periódico* (<http://www.elperiodico.com>)
- *ELPUNT.cat* - *El Punt* (<http://www.elpunt.cat>)
- *Els mitjans de comunicació a la Ràpita* (<http://blocs.xtec.cat/alfacs>)
- *ElTOTBadalona.com* (<http://www.eltotdigital.com>)
- *e-notícies* (<http://www.e-noticies.com>)
- *EsferaiPhone* (<http://www.esferaiphone.com>)
- Europa Press (<http://www.europapress.es>)
- Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) (<http://www.radiolocal.cat>)
- Federación de Sindicatos de Periodistas (<http://www.fesp.org>)
- Flaix FM (<http://www.flaixfm.net>)
- *fnTarragona.info* (<http://www.fmtarragona.info>)
- Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC) (<http://www.fundacc.org>)
- Generalitat de Catalunya (<http://www.gencat.cat>)
- Gol TV (<http://www.goltelevision.com>)
- Grupo Antena 3 (<http://www.grupoantena3.com>)
- Grupo Prisa (<http://www.prisa.com>)
- *Guía de la Radio* (<http://www.guiadelaradio.com>)
- *ib3noticies.com* - IB3 (<http://www.ib3noticies.com>)
- *Infotarrega.com* *bloc informatiu de Tàrraga* (<http://www.infotarrega.com>)
- Iniciativa per Catalunya Verds (ICV) (<http://www.iniciativa.cat>)
- Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (<http://www.gencat.cat/cultura/icic>)
- *InterMedios* (<http://www.intermedios.es>)
- L'Esplugu FM Ràdio (<http://www.esplugafmradio.com>)
- La Cala Ràdio (<http://www.ametllamar.cat/ajuntament/LaCalaRadio>)
- *LA RADIO AL DÍA* (<http://www.laradioaldia.es>)
- *lamalla.cat* (<http://www.lamalla.cat>)
- *LAVANGUARDIA.es* - *La Vanguardia* (<http://www.lavanguardia.es>)
- Llagostera Ràdio (<http://www.llagosteraradio.cat>)
- *Marketing Directo* (<http://www.marketingdirecto.com>)
- *Marketing News* (<http://www.marketingnews.es>)
- Mataró Audiovisual (<http://www.mataroaudiovisual.cat>)
- Mercat de l'Audiovisual de Catalunya (MAC) (<http://www.audiovisualmac.com>)
- Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual (<http://www.mesadiversitat.cat>)
- Ministerio de la Presidencia (MPR.es) (<http://www.mpr.es>)
- miRoamer (<http://www.miroamer.com>)
- Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (mNACTEC) (<http://www.mnactec.cat>)
- *Noticias Audio* (<http://www.noticiasaudio.com>)
- Observatori de la Ràdio a Catalunya (<http://www.l-obsradio.cat>)
- Ona de Sants-Montjuïc (<http://www.onadesants.com>)
- Onda Cero (<http://www.ondacero.es>)
- Onda Rambla - Punto Radio (<http://www.ondarambla.com>)
- Partit Socialista de Catalunya (PSC) (<http://www.socialistes.cat>)
- Periodistes.org - Col·legi de Periodistes de Catalunya (<http://www.periodistes.org>)
- *Planeta iphone* (<http://www.planetaiphone.es>)
- Premi Disc Català de l'Any de Ràdio 4 (<http://www.discataladelany.cat>)
- Premios de la Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas de España (<http://www.academiadelaradio.es>)
- Premios de la Música (<http://www.premiosdelamusic.com>)
- Premios Ondas (<http://www.premiosondas.com>)
- *PRNoticias* (<http://www.prnoticias.com>)
- *Público.es* - *Público* (<http://www.publico.es>)
- *Puro Marketing* (<http://www.puromarketing.com>)
- RAC 1 (<http://www.rac1.cat>)
- Ràdio Altiplà (<http://radioaltipla.blogspot.com>)
- Ràdio Arenys (<http://www.radioarenys.com>)
- Ràdio Associació de Catalunya (<http://www.radioasociacio.com>)
- Radio Barcelona - Cadena Ser (<http://www.cadena-ser.com>)

- Radio Cadena (<http://www.radiocadena.net>)
- Radio Marca Barcelona (<http://www.radiomarcabarcelona.com>)
- Ràdio Marina (<http://www.radiomarina.com>)
- Ràdio Masquefa (<http://www.infomasquefa.com>)
- Ràdio Mollet (<http://www.radiomollet.com>)
- Ràdio Montornès (<http://www.montornes.cat/radio>)
- Ràdio Nova (<http://www.radionova.cat>)
- Radio Pakcelona (<http://www.pakcelona.com>)
- Ràdio Pomar 101.2 FM (<http://www.radiopomar.com>)
- Ràdio Sabadell (<http://www.radiosabadell.fm>)
- Ràdio Silenci (<http://www.radiosilenci.cat>)
- Ràdio SPSP - Ràdio Sant Pere i Sant Pau (<http://www.radiospssp.com>)
- Radio Star 100.5 FM (<http://www.radiostarterrassa.com>)
- Ràdio Tàrraga (<http://www.radiotarrega.cat>)
- Radio TeleTaxi (<http://www.radioteletaxi.com>)
- Radio Televisión Española (RTVE) ([www.rtve.es](http://www.rtve.es))
- Ràdio Trinitat Vella 91.6 Fm (<http://www.rtv-fm.com>)
- Radio Unión Catalunya (<http://www.radiounioncatalunya.com>)
- Ràdio Vic - guia OSONA.cat (<http://www.osonacomarca.com>)
- RàdioCubelles.com - Ràdio Cubelles (<http://www.radiocubelles.com>)
- Radiole.com - Radio Olé (<http://www.radiole.com>)
- *Regió7.cat* - Regió 7 (<http://www.regio7.cat>)
- scannerFM.com - Scanner FM (<http://www.scannerfm.com>)
- Sensació FM (<http://www.sensaciofm.com>)
- Sindicat de Periodistes de Catalunya (<http://www.sindicat.org>)
- *Tarragona21.cat* (<http://www.tarragona21.cat>)
- *Tendencias 21* (<http://www.tendencias21.net>)
- *terra.es* - Terra (<http://www.terra.es>)
- *Tot Mataró* (<http://www.totmataro.cat>)
- Unión Radio (<http://www.unionradio.net>)
- Vilassar Ràdio (<http://www.radio.vilassardemar.cat>)
- *Viu a Lleida.com* (<http://www.lleida.com>)
- *Vocento* (<http://www.vocento.com>)
- *XARXA CIUTADANA santfeliu.net* ([www.santfeliu.net](http://www.santfeliu.net))
- *XARXA.COM* - *La Revista de la Comunicació Local* (<http://www.xarxacom.cat>)



