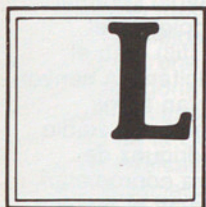


# La ràdio privada a Catalunya

Emili Prado\*  
(Fotos: Pere Monès)



**L**a radiodifusió a Catalunya neix de la mà de l'empresa privada. Aquesta característica marcarà el desenvolupament de la ràdio a casa

nostra i a Espanya amb l'estigma de la comercialitat.

Durant tota la primera època és la petita burgesia comercial que dona suport a l'invent. De la mà d'aquest grup social neix la primera estació regular de la radiodifusió catalana i, per extensió, de l'espanyola, el 14 de novembre de 1924, en què s'inaugura «E.A.J.-1 Radio Barcelona».

**«Cal deixar ben clar que la raó econòmica és la que, de fet, mou els comerciants de material elèctric barcelonins a impulsar la creació de la primera emissora regular de L'Estat espanyol. És important fer aquest aclariment, perquè aquest autèntic motor que els impulsava va ser reiteradament encobert per les manifestacions dels prohoms de la ràdio, que feien gala d'un altruisme, d'una inquietud cultural sense precedents.**

**La revisió de la literatura apareguda sobre aquest tema en les revistes especialitzades de l'època, i fins i tot en premsa, faria pensar a qualsevol observador que els promotors de la ràdio eren uns autèntics poetes, però la revisió de llur actuació i de llurs vinculacions econòmiques deixen ben clares les expectatives de rendibilitat econòmica que perseguïen amb vista als seus propis negocis».** (Franquet, 1982: 144)

El negoci, o les seves perspectives, són en realitat el motor de la radiodifusió en els seus inicis arreu del món: **«Els propietaris de fàbriques de material elèctric van ésser els primers a intuir les possibilitats econòmiques del nou invent».** (Burriel, 1981: 34)

I, realment, el mitjà no va defraudar les expectatives de guany que van dipositar-hi llurs patrocinadors.

L'invent va tenir una gran acollida popular y tothom feia el possible per fer-se amb un aparell receptor que li permetés gaudir, a la seva llar, del flux radiofònic. Aquest interès tenia una traducció en xifres. **«El març de 1921, els receptors presents als Estats Units no superaven el nombre de 50.000; un any més tard s'havien convertit en 750.000.»** (Doglio e Richeri, 1980: 79). Aquest augment espectacular dona idea del volum del negoci.

En el cas català, els comerciants tenien llurs ingressos provinents de dues fonts, una —la més important al principi— era la venda de material elèctric per a l'autoconstrucció dels receptors de galena, i l'altra era la venda dels més sofisticats receptors de «vàlvules». L'experiència desenvolupada ja a l'exterior els ensenya que per vendre els seus productes han d'ofrir primer unes emissions estables. Si no ho fan, corren el risc, ja experimentat als Estats Units, de saturar el mercat amb aparells receptors que la gent no compra, ja que no té la seguretat de poder fruit uns programes estables.

## Iniciativa privada i publicitat

**«Un cop s'ha creat la necessitat d'una emissora, ja que la gent havia fet**

**unes despeses per adquirir receptors, la majoria dels comerciants deixen de suportar-ne el manteniment. Si els radiooients volen programes, que siguin ells que financïn l'estació».** A partir d'aquest moment, **«els comerciants preferien que les seves aportacions fossin el preu d'un servei que els prestava la ràdio: la publicitat.»** (Franquet, 1982: 146). La publicitat. Aquest concepte impregnà fins als nostres dies el caràcter de la radiodifusió a casa nostra: la comercialitat. De fet la burgesia comercial catalana va cedir la torxa del desenvolupament de la radiodifusió a l'oligarquia industrial espanyola i internacional amb la venda de «Radio Barcelona» a «Unión Radio SA», el 10 de novembre de 1926.

Els nous propietaris de la ràdio a Catalunya i a tot Espanya mantenen el caire comercial de la radiodifusió fins i tot contra la tendència estatalitzadora europea. Mentrestant, als Estats Units, és la iniciativa privada que impulsa i desenvolupa la radiodifusió.

A la resta d'Europa, com dèiem, s'imposa la tendència estatal i la iniciativa privada torna al camp que li és propi, el de la fabricació i la comercialització. D'aquesta manera, el cas francès **«anava a evolucionar a partir de 1926 cap a un monopoli rígid dels serveis de radiodifusió»** (Soria, 1974: 76). Pel que fa a la Gran Bretanya, aquest fenomen es produeix l'any 1927. **«Es realitzava una separació d'àmbits molt important. A la indústria privada, la producció**

\* Professor i Cap del Departament de Tecnologia de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

**La radiodifusió a Catalunya neix de la mà de l'empresa privada, cosa que marca les ràdios amb l'estigma de la comercialitat**

**d'aparells transmissors i receptors; al sector públic, la gestió del mitjà.»**

(Doglio e Richeri, 1980: 73)

A Espanya no hi ha cap intent d'estabilització de la ràdio fins al 26 de juliol de 1929, data en la qual un Reial Decret crea el «Servicio Nacional de Radiodifusión», però tot es quedà en l'intent. La convocatòria del concurs per a l'adjudicació del servei públic va ésser ajornada alguns cops i finalment no se celebrà mai el concurs. L'Estat i els diversos règims polítics no van ésser capaços d'organitzar la radiodifusió al marge de la iniciativa privada. Fins i tot el totalitarisme franquista va respectar la ràdio privada. Encara més, la va utilitzar com una manera de premiar els diferents grups i interessos econòmics que van prestar suport al seu exèrcit.

El franquisme estableix el monopoli sobre la informació i no sobre la radiodifusió, tot creant, per primer cop a Espanya, una entitat pública de radiodifusió, és a dir RNE. Precisament

d'aquest període històric heretem l'actual panorama de la ràdio comercial catalana, amb petits remodelatges fets en els darrers temps.

### **Sis xarxes a Catalunya**

Dins del panorama de la ràdio comercial, operen en l'actualitat a Catalunya quatre grans xarxes i algunes emissores independents vinculades a la iniciativa privada, i dues xarxes institucionals.

Les emissores de «Radiocadena Española» i els canals 4 i 5 de RNE són comercials en el sentit que admeten publicitat.

Pel que fa a les emissores privades, la gran majoria pertanyen a grans cadenes estatals centralitzades i operen a Catalunya amb diversos graus d'autonomia, segons els casos. La «Sociedad Española de Radiodifusión» és propietària de Ràdio Barcelona, Ràdio Terrassa, Ràdio Reus, Ràdio Vilanova, i alguns cops incrementa la seva xarxa amb les

emissores de la Cadena Catalana (RATO). La cadena SER, propietària de la històrica Ràdio Barcelona, funciona de manera molt centralitzada, especialment en els darrers temps. És propietat del capital financer.

La Cadena Rato opera a Catalunya amb el nom de Cadena Catalana. És propietat de Ramon Rato i compta amb les emissores de «Radio España de Barcelona» i les de Girona, Lleida i el Penedès.

La Cadena de Ràdio Intercontinental (CRI) té a Barcelona Ràdio Miramar. Aquesta cadena és propietat del senyor Serrano Súñer (fill) amb el suport del capital publicitari via senyor Vallbé. Fa tres mesos van sorgir problemes entre el director de Ràdio Miramar, Marcelino Rodríguez de Castro, que n'era alhora copropietari, i la resta de l'empresa, amb el resultat final d'una escissió. Per una banda, el capital publicitari es quedà l'ona mitjana i per l'altra, Marcelino Rodríguez de Castro es quedà la freqüència modulada, tot canviant-ne



**Operen a Catalunya quatre grans xarxes i altres ràdios, amb un clar domini de la ràdio informativa**

l'estructura i creant la nova «Radio Minuto».

La «Cadena de Ondas Populares Españolas» (COPE) és propietat de la Conferència Episcopal Espanyola i també té emissores a Catalunya. «**La Santa Església va ser ràpida a sentir i ponderar les possibilitats de la ràdio. L'extensió mundial de la comunitat catòlica magnificava el problema de la comunicació i del control i la ràdio podia col·laborar a solucionar-lo.**

(Hale 1979: 159). A casa nostra, l'Església té tres emissores: Ràdio Popular de Lleida, Ràdio Popular de Figueres (Girona) i Ràdio Popular de Reus (Tarragona). D'altra banda, Ràdio Sabadell, emissora independent, propietat de la Caixa d'Estalvis de Sabadell bàsicament, funciona de tant en tant associada amb la COPE.

#### **Emissores sense xarxa**

Pel que fa a d'altres emissores privades que no estan lligades a cap xarxa, cal esmentar-ne Ràdio Mataró, Ràdio Vic i Ràdio Olot. La llista d'emissores privades de ràdio s'havia d'haver incrementat a finals de 1981 amb la concessió d'una tanda de llicències d'estacions en FM, en virtut del decret 1435 de 8 de juny de 1979. De fet, es van distribuir 120 concessions, però no n'hi havia per al territori català, ja que és pendent de resolució un recurs davant del Tribunal Constitucional interposat pel Govern Central contra un decret de la Generalitat de Catalunya en el qual el Govern català repetia el decret del Govern central amb unes lleus modificacions i s'atribuïa el dret a distribuir les freqüències que pertoquessin a Catalunya. Una segona tanda de concessions s'havia de fer el passat mes de març, però el termini de concessions s'ha ajornat i s'ha obert de nou la possibilitat de presentar sol·licituds. En aquesta ocasió es distribuïran 180 llicències, de les quals s'hauran de reservar les corresponents a Catalunya i Euskadi. Malgrat la manca de concessions, es pot preveure que els criteris a l'hora d'assignar-les no variarà gaire respecte als que s'han seguit

a la resta de l'Estat, és a dir: prioritat per a les empreses privades que ja exploten altres emissores i per a les empreses de comunicació en general, fomentant la concentració en cadenes d'emissió.

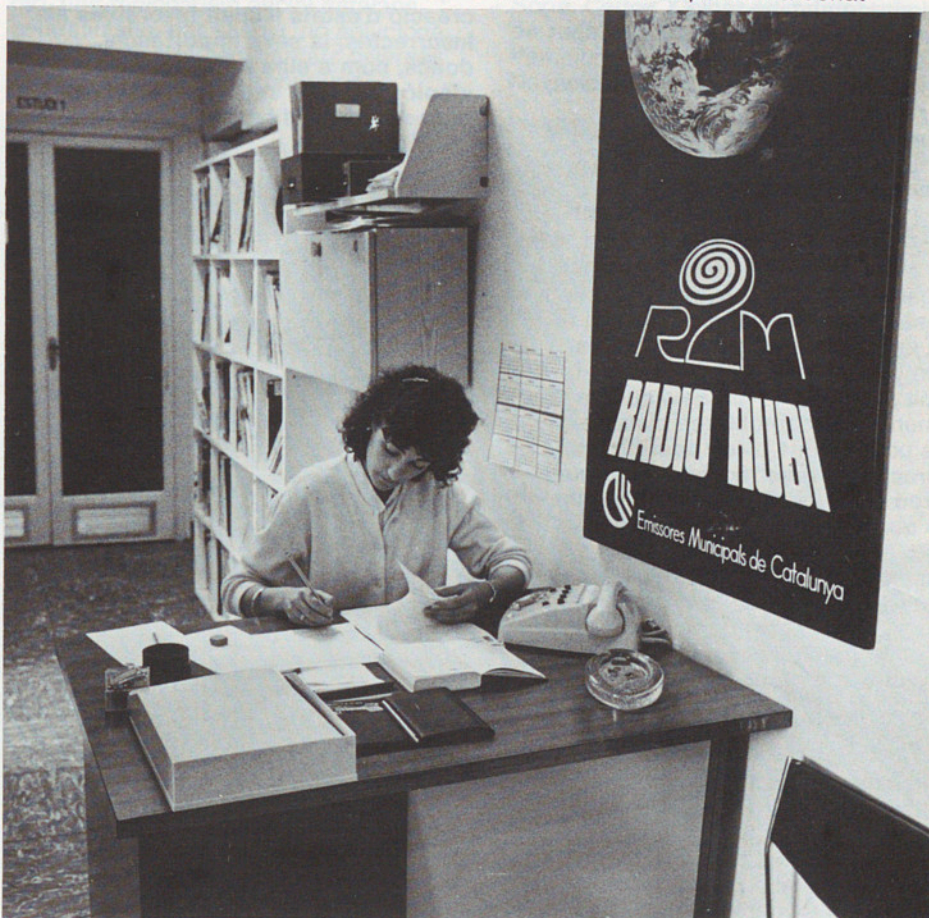
Aquest és el panorama d'una ràdio comercial catalana que va nèixer amb vocació d'empresa privada. Un panorama que, si ens refiem de les darreres dades d'audiència subministrades per un estudi realitzat per a la Generalitat de Catalunya per l'empresa Sagi, no és massa esplèndid, ni en el confrontament amb la ràdio institucional, ni en la penetració en la població catalana.

Segons les dades subministrades per la Generalitat, els oients catalans opten prioritàriament per la sintonia de les emissores de

l'entitat pública, ja que entre les vuit primeres emissores se'n situen cinc pertanyents a RTVE, amb una penetració absoluta de 139.440 oients, enfront del conjunt de les comercials, que només abastaria un públic de 73.000 persones.

#### **Domini de la ràdio informativa**

A la vista del «ranking» d'emissores es desprèn, en primer lloc, una consideració: els oients, a Catalunya, opten per la ràdio informativa. Aquesta és la raó per la qual RNE-Ràdio 1 ocupa el primer lloc en les preferències dels radiooients catalans, amb 75.000 persones al seu compte. Aquesta hipòtesi és reforçada per la presència al segon lloc d'una emissora privada, «RATO-Radio España de Barcelona», amb 32.000 oïdors. «Radio España» ha donat



**La informació esportiva té un gran abast i indica, entre altres criteris, el futur d'especialització de la ràdio privada**

una gran importància als informatius en la darrera època. Una altra dada que sobresurt d'aquest «ranking», no per sabuda menys important, és la preferència per la informació esportiva. Aquesta importància fa que Ràdio Barcelona FM (SER) se situï en tercer lloc amb 28.700 oïdors, molt per damunt de la mateixa Ràdio Barcelona en OM. Com se sap, Ràdio Barcelona FM és una emissora especialitzada en música i esports. Aquesta dada es pot interpretar com un indicador d'un futur de la ràdio privada: l'especialització.

Aquestes són algunes dades que sobresurten de la versió del sondeig que ha fet pública la Generalitat. L'estudi, almenys en aquesta versió, és molt incomplet i els seus resultats són poc vàlids pel que fa al mitjà ràdio. Com a mínim, és ben segur que les xifres absolutes atribuïdes a cada emissora i al conjunt són increïbles, si no és que algú pensa que és possible que hi hagi pràcticament la mateixa quantitat de lectors de premsa, 18 % entre diaris i revistes, que d'oïdors de ràdio, un 20 % segons l'esmentat treball.

La ràdio privada a Catalunya no va jugar el paper de dinamitzadora de la cultura i la societat catalanes, ni de la mà de la burgesia comercial que li va donar el primer impuls, ni molt menys de la mà dels qui ara la tenen; es desaproveitaren clarament les possibilitats d'«un aparell, les característiques tècniques del qual giren tan sols al voltant del so; un so que s'emet en un determinat lloc, i des d'allà abasta molts i llunyans indrets, sense respectar fronteres ni classes socials, on porta un esdeveniment intel·lectual, una obra dramàtica o una situació humorística».

(Arnheim, 1980: 134)

#### Oblit de la llengua catalana

Si tenim en compte que la ràdio, a Catalunya, neix en un període històric en el qual s'inicia una immigració massiva que no s'aturarà fins als nostres dies, hauria pogut jugar un paper molt

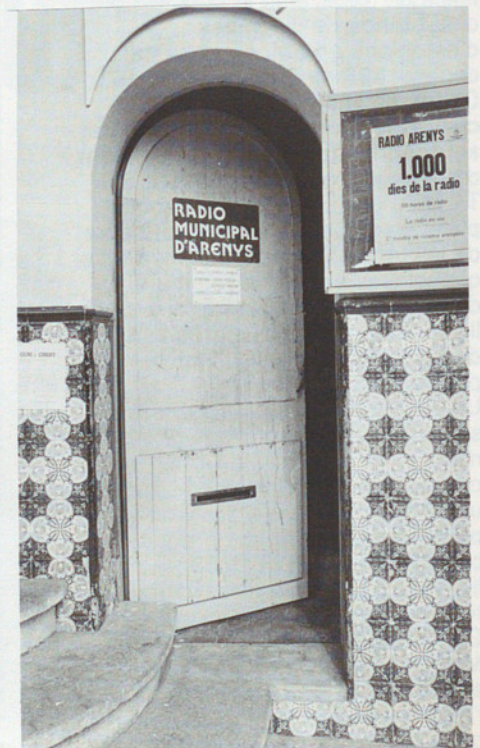
important d'integració precisament per aquest «no respectar classes socials» de què parla Arnheim. Però la burgesia nacional catalana va renunciar a la utilització del català massivament a les seves emissions, i a la capacitat que li oferia el mitjà en benefici de la pròpia cultura. Ben al contrari de la tendència general. «L'ús de la ràdio per promoure les ambicions nacionals és universal (...) i les tècniques emprades són molt diferents de les desenvolupades pels nazis» (Hale, 1979: 15).

Aquestes tècniques no són, en canvi, estranyes a l'etapa franquista de la ràdio privada catalana. «Com més incoherent, agressiu, opressor és un règim polític, més important és la ràdio com a aparell ideològic de l'Estat (...). Si tots imaginem la importància d'aquest mitjà en la creació d'estats d'ànim favorables als insurrectes, la seva importància, doncs, com a eina de penetració ideològica, més important és el seu paper estandarditzador durant la vida del règim».

«Cal posar molt d'èmfasi en el concepte d'«estandardització», ja que, especialment en un Estat plurinacional com és aquest, estandardització és sinònim d'exterminació de les cultures diferencials. És clar que l'estandardització no juga un paper només a nivell cultural, sinó també a un nivell social en un sentit anivellador formal, que disfressa les profundes diferències d'estatus que perpetua i garanteix el sistema» (Prado, 1982: 131).

Aquest és l'autèntic i, potser, l'únic paper nacional que ha jugat la ràdio a Catalunya en els seus 58 anys d'història, si fem excepció d'un breu període durant la República.

Les conseqüències es reflecteixen en l'actual estructura social que presenta autèntics problemes d'integració, perquè no s'han utilitzat les possibilitats d'un mitjà que «estimula la unificació de la cultura popular, centralitza, col·lectivitza i estandarditza» (Arnheim: 1980: 141). En aquest conjunt de característiques, el concepte «estandardització» té la



Hi ha el perill d'estandardització, que eliminaria la riquesa, en la diversitat, de la nostra cultura

connotació positiva de la unificació, indispensable en una perspectiva racional de recuperació cultural. És el cas de la necessària unificació lingüística que tregui el català del desgavell que ha patit històricament.

La ràdio privada, a Catalunya, no ha assumit tampoc en l'actualitat un paper dinamitzador en l'aspecte lingüístic. Ben al contrari, el percentatge de català en les seves emissions és insignificant en relació a les hores de programació. Cal recordar que l'única emissora que emet íntegrament en català és una emissora institucional, Ràdio 4, que pertany a RTVE-RNE.

Les hores de programació en català haurien de ser un element prioritari que la Generalitat ha d'exigir a l'hora d'atribuir la concessió de llicències a les noves emissores comercials, si finalment té aquesta competència.

Aquesta serà l'única possibilitat de canviar l'actual panorama de la ràdio privada a Catalunya. Un panorama en

el qual l'estandardització no suposa l'extermini de la cultura catalana per la via directa, sinó per la via de la suplantació.

### No hi ha model autòcton català

El model autòcton és aniquilat per un model «nacional» de cultura que impregna l'originari i n'anul·la la identitat. «**El nou model cultural no respon a les característiques diferencials ni tan sols de l'Estat, sinó que és la transposició del que podríem anomenar "model de cultura occidental" disfressat amb característiques formals de caràcter autòcton**» (Prado 1981: 132).

Les necessitats d'unificació en el camp cultural i social no ens han de fer perdre de vista l'anunciat perill de l'estandardització, que eliminaria la riquesa de la nostra pròpia cultura, que és la seva diversitat. Per aquesta raó, una radiodifusió oficial catalana centralitzada, per si sola, no soluciona el problema. Les peculiaritats diverses, enriquidores, han de trobar una

possibilitat d'expressió a la ràdio i, en conseqüència, cal que la ràdio privada es comprometí en aquest sentit.

### BIBLIOGRAFIA CITADA

- Arnheim, Rudolf, **Estètica Radiofònica**. Barcelona: Gili, 1980
- Burriel, José M.<sup>a</sup>, **El reto de las ondas**. Barcelona: Salvat, 1981
- Doglio, D. e Richeri, G., **La Radio**. Milano: Oscar Mondadori, 1981
- Franquet, Rosa, **Naixement de la radiodifusió a Catalunya**. Tesi de llicenciatura. Departament d'Història de la Universitat Autònoma de Barcelona. Curs 81-82
- Hale, Julián, **La radio como arma política**. Barcelona: Gili, 1979
- Prado, Emili, «La ràdio en un procés de reconstrucció nacional» en AA.VV., **Autonomia i mitjans de comunicació**. Barcelona: I.C.S. de la Diputació de Barcelona, 1981
- Soria, Carlos, **Orígenes del derecho de radiodifusión en España**. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra SA, 1974.

