

Qui tem la ràdio local?

Montse Bonet

- *La ràdio local catalana viu moments d'incertesa i, alhora, una certa eufòria. El Pla Pilot i el darrer canvi polític han introduït algunes variacions al que ja era una tendència imparable cap a la concentració empresarial i/o programàtica i l'emissió en cadena com a forma productiva de supervivència. En tot cas, es detecta des de fa temps un cert canvi terminològic, la preferència per l'ús del mot proximitat, com a adjectiu substituït de localisme.*

En la primera part d'aquest article es fa un recorregut per diferents paràmetres històrics de classificació de la ràdio local i, en una segona part, la radiografia del moment actual.

A Catalunya, segur que ningú no la tem. Quan ja ens havíem acostumat a la pèrdua d'emissores de freqüència única i la formació de cadenes, com sempre la ràdio catalana, observatori privilegiat, ens ofereix un nou panorama una mica desconcertant. Un panorama d'una certa i suposada revifada del localisme on destaquem dos fets: primer, "gràcies" al Pla Pilot i a la radiofórmula musical, anglosaxona però oferta en català, han sorgit noves cadenes musicals, petites de moment; i segon: un estudi publicat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya situa les emissores locals com la segona opció més escoltada, per darrere de Catalunya Ràdio. Si algú pensava que les

suposades modernitats del segle XXI arraconarien la paraula, es va equivocar. Això sí, sembla que guanya terreny la *proximitat*, a expenses del *localisme*. No és el primer cop que parlem de ràdio local, i no serà l'últim, però potser convindria repassar l'estat de la qüestió, que tampoc no sabem quant durarà. Comencem recordant alguns paràmetres d'estudi i terminologia diversa i després farem la radiografia del moment.

Local, a la força

Mai la ràdio a Catalunya (i a tot Espanya) no va ser tan local com quan no es podia estudiar. És a dir, durant el franquisme. I era, per sobre de tot, una ràdio local del que anomenem programació generalista, no pas radiofórmules. De fet, repassant breument la història de la radiodifusió a casa nostra, ens adonarem que va néixer local. Això és, amb potències d'emissió pobres que no prometien grans cobertures territorials. Si exceptuem les primeres OM comarcals privades¹ que hi va haver a Espanya i les emissores públiques (un cop apareguda RNE), la resta d'emissores treballava amb potències baixes. Recordem, en tot cas, que la impossibilitat de tirar endavant un Servei Nacional de Radiodifusió (i aconseguir que la ràdio arribés a tothom) va estar en l'origen del Decret de 1932 que permetria el naixement de la ràdio local per excel·lència a Espanya: màxim autoritzat de dos-cents vats i no més d'una emissora per localitat. Segons com es miri, doncs, la ràdio es va expandir a Espanya per la via del localisme.

Després de la guerra civil, inaugurada ja Radio Nacional de España, el localisme serà la solució perfecta per al nou règim, ja que li permet d'aconterar diverses famílies polítiques i faccions (naixement i proliferació excessiva de noves emissores) i, alhora, en garanteix el control, per la via

Montse Bonet

Professora de la Facultat de Ciències de Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona

de la potència d'emissió. Com és sabut, el franquisme obligà les emissores (excepte RNE) a ser locals fins i tot a través dels continguts, l'Ordre de 6 d'octubre de 1939 prohibia totalment radiar notícies més enllà de l'àmbit local, provincial o regional. En aquest cas, doncs, el localisme, si fem referència a l'àmbit geogràfic, no podia anar gaire més enllà de la comarca (i depenent, com és obvi, de les característiques orogràfiques de cada zona).

El greuge comparatiu quant a potències d'emissió es mantindrà com una constant al llarg del franquisme i fins als nostres dies, no només en la banda d'OM sinó també en la d'FM, banda local per naturalesa ja que té un abast d'ona més limitat que l'altra. El localisme fou, així, una imposició, una obligació, una forma de control, una solució que havia de ser provisional però va romandre en el temps. Els altres paràmetres que, històricament, han servit per determinar si una ràdio és o no local han estat la llengua (des del moment en què es va permetre l'ús d'altres llengües que no fossin el castellà) i l'estructura accionarial (molt discutible i relativa).

Les altres ràdios i les possibilitats tecnològiques

Amb l'arribada de la democràcia, aparegueren en escena noves veus: les ràdios autonòmiques, les municipals, les associatives de tota mena, les ràdios lliures, les pirates, etc. Hem de destacar d'aquest període els següents fets que, siguin nous o heretats del franquisme, introduïren les primeres esquerdes al localisme tan fermament defensat i mantingut durant l'etapa anterior:

a) De moment, en els primers temps de transició i democràcia, es continua la línia de correspondència entre el tipus de ràdio i la configuració estatal: "Actualment, es compleix un principi de vertebració democràtica essencial i a cada àmbit de participació política democràtica li correspon un recurs públic de radiodifusió, i s'estableix així una sintonia bàsica entre la configuració de l'Estat i la del sistema radiofònic, principi que es compleix també en l'àmbit privat, almenys des del pla teòric" (PRADO, 1994:236). El més destacable en aquest sentit serà l'aparició, a principis dels anys vuitanta, de les primeres ràdios autonòmiques, àmbit territorial i realitat política nous.

b) Un dels trets més importants i decisius per entendre la situació actual de la ràdio catalana (i espanyola en general)

és la relació d'aquest mitjà amb la publicitat. La ràdio acceptà la publicitat com a forma de finançament des dels seus orígens (i no entrarem aquí en la polèmica del doble finançament de la ràdio pública). Si tenim en compte que la neoregulació espanyola encetada als anys vuitanta fou parcial², entendrem que aquest canvi de normes afectés el sector radiofònic (BONET, 1995: 426) i propiciés una obertura que no es corresponia a la realitat del mercat i facilités el camí per a la concentració. Deixar un sector numèricament gran, construït sobre paràmetres ideològics, sotmès ara a les lleis del lliure mercat, va facilitar la pugna que, finalment, s'ha traduït en els darrers vint anys en fusions i absorcions i, conseqüentment, en concentració. Les emissions en cadena (o en xarxa, si es prefereix) no són noves; de fet, es produeixen des dels primers temps i durant el franquisme foren una realitat permanent però no pas freqüent. L'emissió en cadena, tal com l'entendem avui dia, es remunta a mitjan anys vuitanta i vingué especialment afavorida per l'aparició de noves tecnologies que, com el satèl·lit, garantien una cobertura estatal, malgrat que les emissores connectades fossin locals en essència i en potència. El localisme tenia una primera i significativa esquerra en forma de difusió en cadena, motivada per la necessitat de cobrir el màxim de territori que garantis el màxim d'audiència. Les grans inversions publicitàries volen grans mercats.

c) L'aparició de noves veus i la realitat d'altres països comença a confondre una mica els termes. Quan més o menys tothom anomenava "local" el mateix tipus de ràdio, apareixen les municipals, les ràdios lliures, les associatives (culturals o no), les anomenades "de barri" o "de districte" i s'importen termes més emprats en altres realitats polítiques i socials com: ràdio comunitària, popular, alternativa, participativa, educativa, rural, comunal, etc.³ Les ràdios ja es poden classificar segons si són o no ajustades a norma (no es poden considerar clandestines, ja que la situació política és de llibertat), segons la forma de gestió, si tenen o no ànim de lucre, etc. Certament, tenen totes un denominador comú: una cobertura escassa, curta però que a efectes de dinamització social ja agrada de treballar *amb, en i per a* petites comunitats (barri, comunitat rural, classe d'escola, etc.). El localisme democràtic va tenir un paper clau durant la transició com a dinamitzador, cohesionador, reforç de la democràcia i recuperador de la llengua i la cultura pròpies.

Ja en plena llibertat, com més noves "petites" veus naixien, més es concentraven les locals de sempre, superades gràcies a les noves tecnologies les barreres naturals d'abast territorial. Les ràdios privades entraven en una espiral de competitivitat i lluita pel pastís publicitari que va fer minvar el temps d'emissió "local". Es va passar lentament de la *connexió en cadena* a la *desconnexió*, la qual cosa ja dona fe del canvi de prioritats.

Per acabar d'alimentar la confusió, en els darrers anys el sector privat prefereix no utilitzar el terme *local* pensant, potser com en el cas de la televisió, que no s'associï excessivament a "poc professional", "no competitiva", *amateur*, o fins i tot per evitar la imatge mental de cobertura mínima o reduïda que la idea de "ràdio local" evoca. D'altra banda, en diverses intervencions parlamentàries, les preguntes o dubtes plantejats al voltant de la ràdio local sempre fan referència a la ràdio municipal. "Fins fa poc, la qüestió de base era si és o no és local la ràdio catalana (o la de qualsevol altre punt d'Espanya). Actualment, en el darrer trimestre de 2002, la pregunta seria si convé o no que la ràdio catalana sigui local. (...) És a dir, per sobreviure, la ràdio comercial catalana es veu obligada a prescindir del localisme i reduir-lo, si convé, a l'àmbit dels continguts. Davant l'ambigüitat del terme, la ràdio prefereix (com tot el sector comunicatiu en general) emprar el mot "proximitat" (RABADAN; BONET; GUIMERA, 2003: 218). La ràdio privada catalana (com l'espanyola i part de l'europea) ha hagut de sacrificar el localisme per aconseguir la cobertura més àmplia que li permet sobreviure.

Local és l'únic adjectiu que no fa referència a una divisió politicoadministrativa concreta (a diferència de *municipal*, *autonòmica* o *estatal*). L'únic en què tothom sembla coincidir és que fa esment d'una realitat radiofònica de menor abast, quasi el darrer graó (o primer, segons com es miri) de l'escala d'abast territorial. Dir que una ràdio és local és tan freqüent i, alhora, tan ambigu, com dir que és *europea*. Per això, bona part de l'èxit del mot *proximitat* radica en què és nou, no té reminiscències d'altres temps i permet una imatge mental una mica més perfilada de la nova realitat comunicativa: la del localisme per la via dels continguts. Si gràcies a satèl·lits i Internet, el món és a les nostres mans, vingui d'on vingui el missatge, què fa que un oient el senti pròxim o no?

Globalisme, xarxes i proximitat

Gran complexitat la que envolta el sector radiofònic, el qual no només ha de combinar el localisme amb la rendibilitat econòmica sinó que ha de bregar amb nous termes, noves realitats: el globalisme, la proximitat i la xarxa.

D'entre les moltíssimes interpretacions que té el mot, podríem considerar el globalisme com el nom de la nova etapa del procés d'internacionalització iniciat fa molts anys. Totes aquestes realitats tenen el seu contrast, l'altra cara de la moneda. Curiosament, per a internacionalització, transnacionalització, mundialització, globalització, etc. l'oposat és gairebé sempre local. La ja famosa consigna per definir la trobada d'aquests oposats, el *glocalisme*, segueix sent: *think globally, act locally*. Però aquesta consigna és clarament determinista donat que trasllada la interpretació del món a un centre, global, mentre que els localismes només poden actuar, aplicar el que ja s'ha decidit; l'autèntic debat seria saber si el món global es pot interpretar des del localisme. "Tot i que els mitjans de comunicació estan interconnectats a escala global i els programes i missatges circulen a la xarxa global, no estem vivint en una aldea global, sinó en xaletets individuals, produïts a escala global i distribuïts localment" (CASTELLS, 1997: 374).

En aquesta societat-xarxa que, a proposta de Castells i altres teòrics, estem construint, la concepció i interpretació del món, així com el procés comunicatiu, estan veient un canvi generacional que no sempre els mitjans clàssics saben interpretar correctament (de vegades, ni tan sols el detecten). Internet i els mòbils, com s'ha vist clarament arran dels atemptats de l'11-M, són noves fonts d'informació, també d'intoxicació, però sobretot són una alternativa. Si, per exemple, les emissores pirates difonen via hertziana són locals. A Internet deixen de ser pirates, il·legals però... deixen de ser locals?

La proximitat (el localisme per la via dels continguts) inclosa en una època en què la xarxa (emissió en cadena) esdevé eina indispensable de producció radiofònica per a la supervivència es podria correspondre amb el que Castells (1997:29) explica sobre l'esquizofrènia dels nous temps: "Les nostres societats s'estructuren cada cop més en torn a una posició bipolar entre la xarxa i el jo". Una esquizofrènia que també es viu a la ràdio, amb la necessitat d'emetre en cadena i abastar grans audiències i la constant fragmen-

Taula 1. Nombre de freqüències de ràdio a Catalunya (1999-2004)

<i>Emissores</i>	<i>OM</i>	<i>FM 2004</i>	<i>Totals</i>
Públiques institucionals (CCRTV i RTVE)	9 (totes de RNE)	240(171 de la CCRTV i 69 de RNE)	249
Municipals	1 (COM)*	220	221
Altres**		80	80
Sector privat	12	94 (+ Pla Pilot)***	106

Font: elaboració pròpia a partir dels capítols "La ràdio" i "La comunicació local" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002*, emissores localitzades a Guia de la Ràdio [en línia] <www.guiadelaradio.com>; COMEmissores [en línia] <www.comemissores.com>; Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya [en línia] <www.fedcatradio.org>; Direcció General de Mitjans Audiovisuals [en línia] <www.gencat.es/dgrtv> [consultes: abril de 2004], i converses personals amb gent del sector.

* Som conscients que no és pas massa ortodox posar una OM a l'apartat de municipals però: a) quant a cobertura, Ràdio Sabadell va néixer local; b) com a programació, COM Ràdio està feta amb un patró de tall municipalista.

** Les emissores qualificades d'*altres* són iniciatives radiofòniques de signe divers (associatives de tota mena i lliures/pirates, així com algunes d'educatives).

*** No hi ha una llista oficial que faci referència al Pla Pilot, però algunes llistes "no oficials", és clar, apunten que podrien ser ja un centenar de freqüències.

tació i especialització d'aquestes audiències. El localisme "tradicional" és una gran fragmentadora d'audiències per la via de la cobertura; per això el nou, la proximitat, obeeix més als temps d'ara, els de la fragmentació per la via dels valors, de la ideologia, dels gustos, de la interpretació del món. Quan l'oferta és tan àmplia i, gràcies a les tecnologies, el món és a l'abast en pocs segons, els criteris d'elecció de l'audiència varien.

Catalunya, on tots els models són possibles

Si haguéssim d'explicar (i no és fàcil) com està la ràdio local a Catalunya, tindriem bàsicament tres opcions:

- fer recompte de freqüències i parlar de temps de (des)connexió;
- suggerir models, una tipologia, una tímida aproximació;
- iniciar una recerca per saber perquè senten, o no, pròximes les emissores els i les oients catalans.

De les tres, poc més espai ens queda per repassar les dues primeres, si bé constatem la necessitat de noves línies de recerca sobre l'àmbit local/pròxim⁴. Intentarem fer ara un

esbós de com està la ràdio catalana actualment. Ens hauran de disculpar si no oferim la màxima precisió, però hi ha algunes llistes que encara no són oficials. Des del punt de vista quantitatiu, com més ens endinsem en la normalitat, és més difícil saber "oficialment" quantes freqüències pul-lulen pel nostre èter. Entre el Pla Pilot (que no només inclou les privades sinó també COMRàdio) i les pirates, les associatives de tota mena, etc. falten llistes. Falten llistes i falta un pla amb cara i ulls que atorgui a moltes emissores un marc legal definitiu. Per contra, no hi ha dubte, Catalunya és el millor observatori d'estudi de la ràdio i les seves variants. No ens falta de res.

Des del punt de vista quantitatiu, de freqüències, les xifres fa anys que es mantenen. En el sector privat, des de la darrera concessió a partir del Real Decret de 1997. Amb una mínima variació per ajustos, parlem a Catalunya de les quantitats mostrades a la Taula 1.

Entre les municipals i les associatives de signe divers (no comptem les pirates) hi ha el centenar de freqüències consorciades a COMRàdio i la vuitantena federada a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya. Són, en tot cas, la mostra més genuïna del que es podria entendre per ràdio

Taula 2. Emissores municipals de Catalunya 2004

<i>Emissores municipals (220)</i>	<i>Quantitat</i>	<i>Altres</i>	<i>Total</i>
Consoiciades només a COM	82	+17 + 7 altres + OM	COM = 107
Federades només a la Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya	53	+ 17 + 8 altres	Federació = 78
Pertanyents a ambdues (COM i Federació)	17		
No pertanyents a cap grup	68		

Font: elaboració pròpia a partir de COMEmissores [en línia] <www.comemissores.com>; Federació d'Organismes i Entitats de Ràdio Local de Catalunya [en línia] <www.fedcatradio.org>; Direcció General de Mitjans Audiovisuals [en línia] <www.gencat.es/dgrtv> [consultes: abril de 2004 sobre una llista actualitzada per darrer cop el 19 de febrer, segons una consulta directa feta a la DGMA].

Nota: Hem sumat a COM i la Federació les disset que formen part de totes dues. A més, hem afegit a COM l'OM, antiga Ràdio Sabadell, i set emissores més que no són municipals. A la Federació, queden afegides les vuit emissores que no són municipals (tant en un cas com en l'altre, són associatives).

local pública, si bé amb matisos, ja que ni l'una ni l'altra són, *stricto sensu*, ràdios. COMRàdio no és una ràdio sinó una marca programàtica creada i gestionada per un organisme públic, l'Agència de Comunicació Local⁵, sorgida amb no poc enrenou a mitjan anys noranta i que sempre defensa que no emet en cadena (prohibit per llei⁶), sinó que ofereix la possibilitat a les emissores municipals i associatives que ho vulguin de connectar amb el seu satèl·lit i reemetre els seus programes. Per la seva banda, la Federació, en la mateixa línia de gestió de programes, ofereix a les seves emissores federades la possibilitat d'escollir programes (que anomenen *catàleg de programació de suport*) per tal de completar les seves programacions locals, oferts a través de diversos convenis amb Catalunya Ràdio, Catalunya Cultura, les emissores federades, el Grup Estrader Nadal (World Wide Radio) i la també empresa privada Fritz Hermann (que també gestiona l'enviament dels programes a les emissores i els ofereix serveis d'assessorament, d'enregistrament d'indicatius, etc.).

Per la banda del sector privat, el Pla Pilot ha variat substancialment el preu de les freqüències úniques, fins fa poc perseguides i temptades per quasi totes les grans cadenes. Si es pot aconseguir una freqüència que esdevingui de moment pal repetidor, no cal pagar un associat. Això ha fet que alguns petits propietaris abandonessin els acords i muntessin amb la freqüència "tradicional" associada i

algunes del Pla Pilot una mini cadena. D'aquest nou fenomen, n'han sortit tres petites cadenes musicals, dues catalanes (Styl FM i Gum FM) i una d'origen andorrà però amb presència també al Principat (Pròxima FM). Styl FM parteix de la freqüència que, a Manresa, estava associada fins fa poc a Flaix FM. Gum FM parteix de les emissores associades a Ona Catalana de la Vall d'Aran i la Ribagorça, del grup Catalana i Aranese de Telecomunicacions. Finalment, Pròxima FM és del grup andorrà R7P; R7P Ràdio va néixer el 2001 i a finals de 2003 el que havia estat conegut com R7P Fórmula es va convertir en aquesta Pròxima FM que emet a Andorra i va comprar la freqüència de la Seu d'Urgell a Ràdio Valira. Totes tres són ràdios musicals.

A la Taula 3 queda reflectit, de forma breu però clara, l'oferta de la ràdio privada catalana a principis de 2004.

Som conscients que aquí falta una oferta, la de Kiss FM, però tot sembla apuntar que deixarà de sentir-se aviat a l'èter català (a no ser, és clar, que arribi a un acord amb algú).

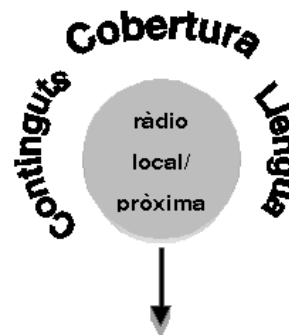
Amb tota sinceritat, sense saber si el Pla Pilot es consolidarà o no o de quina manera, no voldríem fer més comentaris ni previsions, sense tenir més dades, més enllà del que és de moment una recuperació del local però per via de programacions musicals, amb locució en català, això sí, i la dada de l'estudi del CAC sobre escolta d'emissores

locals com a segona opció de l'audiència catalana⁷.

Finalment, poc podem dir de la ràdio digital local més enllà que el novembre del 2003 es van conèixer els guanyadors del concurs (convocat el 8 d'agost) per a 48 concessions d'àmbit comarcal i supracomarcal a les Comarques de Barcelona (12 programes), Comarques de Tarragona (6 programes), Montsià- Baix Ebre (6 programes), Gironès (6 programes), Segrià (6 programes), Bages (6 programes) i Osona (6 programes).

Models de guia millor que tipologies

Sense saber, com dèiem, si el nou panorama radiofònic quallarà o no, més que tipologies de ràdios locals, voldríem oferir en aquesta ocasió un model de guia que ens serveixi per orientar-nos millor davant d'aquest ecosistema comunicatiu que, com deia Castells, es mou entre el jo i la xarxa. I mai millor, parlant de ràdio, que fer esment de la xarxa com a forma consolidada de col·laboració o relació entre emissores. Una xarxa que pot entrellaçar-se a base de connexions voluntàries o obligatòries, de compartir programes puntualment o de forma permanent. Valgui aquest esquema com a forma de conclusió d'aquest breu informe.



Relació amb altres ràdios (de la mateixa empresa o no)

- Autènticament local, per cobertura i/o continguts (moltes petites emissores són locals però musicals).
- Local per desconexió (es recupera així la cobertura original o per cessió de temps):
 - De la xarxa autonòmica i/o
 - De la xarxa estatal.
- Local per desconexió publicitària (sempre o en certs punts horaris).
- Per connexió (model COM, connexió voluntària a satèl·lit).
- Per compra o intercanvi de programes produïts per altres ràdios locals.

Sovint trobem més d'un d'aquests models alhora. Per exemple, d'una cadena estatal, desconexió autonòmica, desconexió local i desconexions només per a publicitat.

Bibliografia

BONET, M. *La ràdio espanyola en el context dels grups de comunicació. Evolució de la indústria radiofònica 1924-1994*. Tesi doctoral. Bellaterra: Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. UAB. 1995.
ISBN: 84-490-0532-9 (edició microfotogràfica).

BONET, M. "La ràdio privada a Catalunya: implantació geogràfica i rendibilitat econòmica". A: *Treballs de Comunicació*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, octubre 1998, núm. 9, pàg. 87-132. ISSN: 1131-5687.

BONET, M. *La transformació de la ràdio local a Catalunya. Perspectives de futur*. Barcelona: Col·legi de Periodistes, Diputació de Barcelona, 2000. (Col·lecció Ones i Bits; 3).
ISBN: 84-930384-5-8.

CASTELLS, M. *La era de la informació. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial, 1997. ISBN: 84-206-4247-9.

CHAPARRO, M. "La radio asociativa y comunitaria: otro concepto de radio". A: MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; MORENO, E., (coordinadors). *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel, 2004, pàg. 293-320. ISBN: 84-344-1299-3.

FAUS, A. "La radio privada". A: AA.VV. *Situación 1990/1. Informe sobre la información en España 1990*. Bilbao: Servicio de Estudios Banco Bilbao Vizcaya, 1990, pàg. 179-194. ISSN: 02143-2273.

GUIMERÀ, J. A. *Elements teòrics i metodològics per a una anàlisi de l'estructura i les polítiques de la comunicació local a Catalunya (1978-2001)*. Treball de recerca del doctorat. Bellaterra: Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. UAB. 2002.

MARTÍ, J.M. "La programación local en radio: Formatos y tendencias". Ponència presentada en el Seminari La radio local en España: Tendencias, organitzat per la UIMP. Cuenca, 1994.

PRADO, E. "El nuevo sistema radiofónico y la configuración del Estado: la sintonía de la radio española". A: VV.AA. *Comunicación social 1994/Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Madrid: Fundesco, 1994, pàg. 235-239.
ISBN: 84-8112-032-4.

RABADAN, V.; BONET, M.; GUIMERÀ, J. A. et al. "La comunicació local". A: COROMINAS, M.; MORAGAS, M., (editors). *Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002*. Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona, València: Universitat Autònoma de Barcelona Servei de Publicacions, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València Servei de Publicacions, 2003, pàg. 213-230. ISBN: 84-490-2308-4.

Notes

1. Només hi ha nou emissores comarcals en OM a tot Espanya i són: EAJ-1 Ràdio Barcelona (SER), EAJ-2 Radio España de Madrid (actual capçalera de Cadena Ibérica), EAJ-3 Radio Valencia (SER), EAJ-5 Radio Sevilla (SER), EAJ-7 Radio Madrid (SER), EAJ-8 Radio San Sebastián (SER), EAJ-15 Radio España de Barcelona (concessió original a Ràdio Associació de Catalunya que més tard quedaria en mans de la família Rato i ara és OCR a Barcelona), EAJ-29 Radio Intercontinental de Madrid i EAJ-101 Radio Zaragoza (SER).
2. Sector públic de dimensions superiors a la mitjana europea, sector privat en mans dels mateixos empresaris, aparició de més i nous mitjans en un mercat publicitari que no creixia.
3. Recomanem la lectura de Manuel Chaparro referenciada a la bibliografia per entendre millor aquest tipus de ràdio.
4. Recomanem, per conèixer més a fons com ha evolucionat a Catalunya la recerca sobre la comunicació local, la valuosa aportació del professor de la UAB Josep Àngel Guimerà referenciada a la bibliografia.
5. Recordem que COM és una iniciativa del Consorci de la Comunicació Local, format per la Diputació de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana (formada per 31 municipis) i 98 ajuntaments més, així com l'EMUC (Emissores Municipals de Catalunya). El Consorci creà, a finals de 1994, l'ACL (Agència de Comunicació Local) per tal que gestionés la programació i tota mena d'activitats referides a la comunicació local.
6. El punt 3 de l'article 3 de la *Ley 11/1991, de 8 de abril, de Organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora* diu: "Las emisoras a que se refiere la presente Ley podrán emitir simultáneamente un mismo programa de elaboración propia o producido por otras emisoras de titularidad pública, respetando lo establecido en el apartado anterior, y sin que en ningún caso puedan formar parte de cadenas de radiodifusión sonora".
7. El CAC ja destaca als resultats de la seva enquesta que a les preguntes sobre les diverses ràdios, els *no sap / no respon* assoleixen percentatges considerables que de vegades són superiors al 60%. I una altra dada: es parla de ràdios locals, però els enquestats no les identifiquen (o no s'expressa en aquest estudi). A més, els percentatges corresponents a *una altra cadena* són també sovint considerables (més del 20 i el 30% en alguns casos) i tampoc no s'identifiquen. Certament, això no fa sinó corroborar el que ja se sap de fa molt de temps: les enquestes radiofòniques, sobretot l'EGM, sempre perjudiquen la ràdio local, donada la concepció de cobertura estatal amb què es preparen molts d'aquests treballs (no tots, és clar). En el moment de tancar aquest article, ha aparegut ja el nou "EGM català" que sembla que ha de donar dades més precises (va sortir el dia 13 d'abril).