

Dossier

Jordi Alvinà i Rovira Director general de Radiodifusió i Televisió

■ La acción de la Generalitat en el mundo de la radio

La Generalitat de Catalunya ejerce sus competencias en materia de radiodifusión y televisión desde 1982. A lo largo de esos dieciséis años, se ha configurado un buen tejido de radio pública catalana, autonómica y local; se ha generado una remarcable escuela de profesionales de la radio, y Cataluña se ha convertido en una pionera en la introducción de nuevas tecnologías en el sector radiofónico. La capacidad de penetración social de la radio, el espacio comunicativo catalán, las emisoras comerciales, la radio municipal y la implantación de las nuevas tecnologías a la radio son los aspectos tratados en este artículo.

■ Generalitat action related to radio

The Generalitat de Catalunya (the Government of Catalonia) has exercised powers on radio and television broadcasting since 1982. Over the course of these 16 years, a substantial structure of local and Catalan radio has built up; a remarkable body of professionals in the field of radio has developed; and Catalonia has become a pioneer in introducing new technology in the radio sector. This article looks at the ability of radio to permeate society, communications in Catalonia, commercial broadcasters, municipal radio and the introduction of new technology into radio.

■ L'action de la Generalitat dans le monde de la radio

La Generalitat de Catalunya exerce ses compétences en matière de radiodiffusion et de télévision depuis 1982. Un bon réseau de radio publique catalane, autonome et locale a pris corps pendant ces seize années; cela a donné naissance à une remarquable école de professionnels de la radio et la Catalogne est devenue pionnière pour l'introduction des nouvelles technologies dans le secteur radiophonique. La capacité de pénétration sociale de la radio, l'espace de communication catalan, les radios commerciales, la radio municipale et l'implantation des nouvelles technologies à la radio sont autant d'aspects traités dans cet article.

L'acció de la Generalitat en el món de la ràdio

L'any 1982, moment en què la Generalitat va poder començar a exercir, no sense dificultats, les competències que en matèria de radiodifusió i televisió li atorga l'article 16 de l'Estatut d'Autonomia, el món radiofònic català en freqüència modulada presentava el paisatge següent: emissores institucionals de l'Estat: quatre programes; emissores comercials en FM: setze; emissores municipals: cap de regularitzada, encara que les primeres emissions són de 1979; i el món de les emissores lliures, culturals o educatives era pràcticament inexistent, malgrat que els primers intents daten de 1978.

Setze anys més tard, la situació aparentment ha canviat molt a Catalunya:

- Es reben cinc programes d'emissores institucionals de l'Estat.
- Pel que fa a les emissores institucionals de la Generalitat, la recentment inaugurada Catalunya Cultura s'afegeix a les seves *germanes grans* Catalunya Ràdio (1983), Catalunya Música (1987) i Catalunya Informació (1992).
- Després dels successius concursos convocats per la Generalitat (1982, 1989 i 1998), les emissores comercials presents en el nostre país són ja 73 (16 + 29 + 28), a les quals caldrà sumar les 22 noves freqüències que actualment es troben en fase de resolució. Així doncs, hi haurà un total de 95 emissores comercials una vegada hauran estat adjudicades les freqüències del darrer concurs. De les emissores comercials que hi ha ara, 34 pertanyen a cadenes d'abast estatal o hi estan associades. Les altres 39, en general, no conformen cadenes que cobreixin tot el territori de Catalunya.
- El nombre de ràdios municipals ha crescut de forma important: 184 emissores d'aquesta titularitat emeten diàriament al nostre país, i són un total de 228 els municipis que, en diferents estadis dels tràmits legals d'habilitació, n'han sol·licitat una concessió.

▪ Una cinquantena de ràdios lliures, educatives o culturals completen el nostre panorama radiofònic. Durant aquest període de temps, l'evolució no ha estat tan sols quantitativa, sinó que cal destacar-ne els aspectes qualitatius. Així, s'ha configurat un bon teixit de ràdio pública catalana, tant en l'àmbit autonòmic com en el local, s'ha generat una més que remarcable escola de professionals de la ràdio i Catalunya ha esdevingut pionera en la introducció de les noves tecnologies en aquest sector (l'últim exemple és la introducció de la ràdio digital).

La penetració social

En l'exercici de les competències que l'Estatut atorga a la Generalitat sobre mitjans de comunicació social, cal tenir ben present que la ràdio, lluny de declinar amb l'aparició i l'enfortiment de la televisió, s'ha consolidat com un mitjà amb un alt nivell de penetració social i al qual la societat atorga un alt grau de credibilitat. Conseqüentment, la ràdio és un mitjà de comunicació viu, que no es pot negligir en el procés de normalització nacional.

D'altra banda, aquesta capacitat de penetració social de la ràdio la converteix, juntament amb l'escola i la televisió, en un mitjà idoni per a la consolidació del català i l'aprofundiment del seu ús social. I no tan sols això, sinó que les radiofórmules musicals, per la seva capacitat d'atraure l'atenció dels sectors més joves, també han esdevingut una eina valuosa pel que fa a la difusió tant de la llengua com de la música que es produeix a casa nostra, és a dir, també tenen una gran importància en l'evolució dels hàbits culturals. Ultra això, la ràdio –i la televisió– poden ajudar, si s'utilitzen correctament, a l'enfortiment de l'imaginari col·lectiu, a la cohesió social i a l'aprofundiment de la identitat nacional.

Per tots aquests motius és absolutament imprescindible que els directius de les ràdios, tant en les diferents administracions públiques que hi tenen responsabilitats com en els corresponents àmbits empresarials, tinguin ben clares i assumides les capacitats i funcions d'aquest mitjà de comunicació.

Espai comunicatiu català

És una responsabilitat compartida entre tots els sectors que acabem de citar, per bé que el Govern

la tingui en primer lloc, col·laborar activament en la construcció i consolidació d'un espai català de comunicació, concepte en el qual no tan sols s'ha d'incloure un àmbit de cobertura territorial, d'ús de la llengua i de difusió de la nostra cultura, sinó també, i potser en aquests moments d'una forma molt rellevant, una manera de fer comunicació en clau catalana, és a dir, que analitzi i transmeti la informació, l'opinió i àdhuc l'entreteniment en funció dels punts de vista, de les necessitats i del sistema de valors de la societat catalana, i no pas d'una forma mimètica o amb una òptica que correspongui a percepcions, a interessos o a realitats d'altres territoris o d'altres entitats nacionals.

La consolidació d'aquest espai de comunicació nacional no s'ha assolit en el grau caldria desitjar com a país i, per tant, aconseguir-ho és un objectiu prioritari en els dos àmbits de la radiodifusió suara esmentats. Aquest espai comunicatiu, que ha de ser plural i divers, ha de donar satisfacció als sectors més amplis de població, des dels més joves fins als més grans, des dels que demanden informació i opinió fins als que busquen entreteniment, des dels amants dels clàssics als seguidors del *funk*. Al costat d'això, no es pot oblidar que les migracions extracomunitàries són cada vegada més freqüents i que, per tant, cal estar oberts a noves propostes, a altres cultures i, a la vegada, refermar la identitat pròpia i difondre-la a tots els sectors de la societat.

Grups de comunicació

El passat mes d'octubre, el Govern va aprovar el Decret 269/1998, una nova regulació del règim jurídic de les emissores comercials a Catalunya, en què s'introdueixen un seguit de fórmules novedoses que no tan sols han de permetre un major grau de desburocratització d'aquest sector, sinó que també, i de forma principal, han d'afavorir la consecució dels objectius explicitats en el paràgraf anterior.

Com a conseqüència immediata d'aquest Decret, el darrer concurs convocat pel Govern de la Generalitat per a l'adjudicació de noves emissores de ràdio comercial reflecteix ben clarament la voluntat política d'afavorir la consolidació o, si s'escau, la creació de cadenes radiofòniques catalanes, que responguin satisfactòriament als requeriments de l'espai de

comunicació nacional en aquest camp i que, alhora, afavoreixin l'enfortiment de les empreses d'aquest sector a Catalunya. Aquest procés d'enfortiment també passa per la creació de grups multimèdia, en la línia que ens estan marcant els moviments empresarials dels països del nostre entorn europeu.

Aconseguint aquest objectiu, haurem fet una passa de gegant en el procés de normalització de la ràdio comercial, ja que al costat de l'extensa i consolidada xarxa radiofònica pública, els catalans i les catalanes disposarem d'una sòlida oferta de ràdio comercial en català, feta i pensada des de Catalunya, amb la qual cosa s'haurà bastit un marc de pluralitat i diversitat informativa propi d'una societat democràtica avançada.

L'àmbit institucional

Paral·lelament al procés de consolidació de l'oferta de ràdio comercial catalana, cal repensar quines han de ser les funcions de la ràdio pública. La ràdio institucional té sentit si respon a finalitats de servei públic i, en el món de la comunicació, el servei públic implica la garantia de la pluralitat informativa, però també implica oferir al seu entorn social aquelles fórmules que, per un o altre motiu, les emissores comercials no poden, o no volen, oferir-los. Així, si durant la passada dècada una radiofórmula musical de caire juvenil en català va ser considerada una necessitat a la qual calia donar resposta des del sector públic, afortunadament avui la ràdio comercial ja ofereix a bastament aquest servei i, per tant, no era necessari que el sector públic hi esmerçés més recursos. Aquesta anàlisi és la que ha portat, en definitiva, a considerar que calia substituir l'oferta de RAC 105 per una que no fos atesa des d'altres àmbits de la radiodifusió. I aquesta necessitat és una emissora de caire cultural i educatiu que s'ha concretat en la nova Catalunya Cultura.

La ràdio municipal

Per la seva banda, la ràdio municipal ha tingut i segueix tenint un paper insubstituïble en l'oferta de ràdio de proximitat i de finestra oberta a aquells grups culturals, econòmics, socials i polítics de l'entorn on és inserida, els quals difícilment podrien tenir accés a d'altres mitjans d'abast més general. Si la ràdio municipal perd aquest caràcter local i obert, o fa una

programació bàsicament de tipus musical, pot deixar de tenir sentit l'oferta que representa i, fins i tot, pot fer que s'arribi a qüestionar el sistema de reserva de freqüències de què ara gaudeix. És, per tant, una responsabilitat dels ajuntaments que en són titulars, però també de la Generalitat, a través de la seva capacitat normativa i d'ajut i foment, afavorir que les ràdios municipals es consolidin com a mitjans de comunicació amb les característiques suara descrites. El projecte de Decret que ha de regular el sector a Catalunya, actualment en fase d'elaboració, esperem que coadjuvi eficaçment en aquesta línia.

El futur de la ràdio

Ara bé, tota aquesta anàlisi i aquest conjunt de propostes quedarien coixes si no tinguéssim ben present quin és el futur de la ràdio, no solament a mitjà termini sinó ja de manera immediata. L'aparició de noves tecnologies que permeten la digitalització de l'alta freqüència, és a dir, l'aparició de la ràdio digital (DAB), amb la modificació dels sistemes de cobertura territorial i la multiplicació de l'oferta radiodifusora per un millor aprofitament de les possibilitats de l'espectre radioelèctric, junt amb la propera aparició de la ràdio per Internet, dibuixen un nou horitzó amb una multiplicitat d'oferta radiofònica. Aquesta multiplicitat permetrà l'existència de programes especialitzats, molt més ajustats a les demandes específiques dels diferents grups socials, dels diferents interessos culturals, de les diferents necessitats informatives.

Les proves de viabilitat del DAB han estat impulsades per la Generalitat de Catalunya, a través del Centre de Telecomunicacions, amb participació d'emissores institucionals i comercials, i ha constituït la primera i més àmplia experiència efectuada a l'Estat espanyol. D'altra banda, la Direcció General de Radiodifusió i Televisió, el Centre de Telecomunicacions i Catalunya Ràdio són membres actius del Fòrum de la Ràdio Digital, plataforma de debat i d'impuls d'aquesta nova tecnologia en el conjunt de l'Estat. Finalment, la Generalitat va plantejar al Ministeri de Foment, la tardor passada, la conveniència que durant l'any 1999 es regulés la ràdio digital a Espanya. El compromís que aleshores acceptà aquest Ministeri el va fer públic durant el passat mes de gener i, per tant, hem d'esperar que aquesta nova tecnologia pugui

ser emprada de forma regular molt properament.

Cal ara, doncs, establir quines han de ser les noves regles del joc que han de permetre que la implantació de les noves tecnologies en el món de la ràdio no

siguin un parany en el procés de consolidació de l'espai comunicatiu català, sinó que, convenientment aprofitades, ens serveixin per consolidar-lo definitivament. **J.A.R.**

Notícies

Comunicació responsable i autoregulació

El professor Hugo Aznar va guanyar la desena convocatòria del Premi a la Investigació sobre Comunicació de Masses concocat pel Centre d'Investigació de la Comunicació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, l'any 1998. Ara, el treball ha estat publicat a Ariel Comunicació amb la col·laboració del CAC. *Comunicación Responsable. Deontología y autorregulación de los medios* constitueix un estudi detallat de tots els mecanismes d'autoregulació que poden posar-se en marxa per millorar l'ètica dels mitjans de comunicació. Enfront d'uns mitjans sotmesos exclusivament a les lleis de mercat i el perill dels qui reclamen un retorn a la censura, l'autoregulació suposa una nova via, lamentablement encara poc estesa; un concepte de moda en universitats i congressos que s'ocu-

pen dels problemes de la informació que el professor Hugo Aznar examina des de totes les seves possibilitats.

Redacció i locució a la ràdio

La redacció i la locució no són dos conceptes antitètics per a un professional de la ràdio, Amparo Huertas i Juan José Perona, professors titulars del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, examinen el treball radiofònic, conjuminant la manera com s'han d'elaborar i transmetre els missatges amb el contingut d'aquests propis missatges. A la vegada, i a diferència del que passa en altres estudis semblants, el text abasta la diversitat radiofònica –informació, entreteniment, ficció, publicitat...– i bona part del que s'hi explica

pot ser vàlid, també per a la televisió, el cinema o les aplicacions multimèdia. En el pròleg, Iñaki Gabilondo subratlla la vàlua del treball de Huertas i Perona pel que té de superació de conceptes sovint, fins ara, considerats difícils de compaginar.

Llibre verd sobre les freqüències de ràdio

La Comissió europea ha elaborat un Llibre verd sobre la política a seguir en relació a les freqüències de ràdio, per tal d'iniciar un debat sobre la gestió de l'espectre electromagnètic. Aquesta reflexió s'inscriu en el marc de la pròxima revisió de la legislació europea en matèria de telecomunicacions. El text està a l'espera dels comentaris que els Estats membres han d'aportar aquest mes d'abril. Els criteris per a satisfer la

demanda de llicències; l'equilibri entre l'interès general i els interessos comercials, o l'harmonització del marc jurídic comunitari són algunes de les qüestions sobre les quals la Comissió s'interroga en aquest informe.

Informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya al Parlament

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha presentat el seu informe anual al Parlament de Catalunya i al Govern. L'informe recull les activitats portades a terme al llarg de 1998 pel CAC i es completa amb un estudi sobre la situació del sector audiovisual a Catalunya que reflecteix els fets més importants que han tingut lloc al llarg de l'any en el camp de la ràdio, la televisió i Internet.