

De la telegrafia a la ràdio

La primera denominació de la ràdio, wireless, dona una idea de la forma en que es va concebre aquest nou medi de comunicació. Es considerava una extensió del telègraf i del telèfon, i en un principi els seus objectius estaven limitats a aquesta forma de comunicació.

Els primers intents telegràfics van començar a França al final del segle divuit. Claude Chappe va inventar una espècie de semàfor mecànic, que consistia en l'instal·lació de torres amb braços mòbils situats en línia visual. Les posicions dels braços designaven diferents lletres o conceptes. Les torres distaven sis quilòmetres entre si i es feien servir telescopis per veure les posicions. El sistema va demostrar la seva utilitat a les guerres, i a meitat del segle dinou la majoria dels països europeus havien adoptat sistemes similars a aquest.

El creixement de les línies ferroviàries i la velocitat dels trens demandaven un sistema més ràpid de comunicació a distància que no estigués limitat per la visibilitat. El telègraf elèctric complia aquest objectiu. Als anys trenta va funcionar un entre Londres i Birmingham i durant els anys quaranta van proliferar molts altres en diferents països d'Europa. La forma amb que es va desenvolupar el telègraf elèctric a ambdós costats del Atlàntic prefigurava l'evolució de la radiodifusió. Als Estats Units, una subvenció del Congrés va facilitar la construcció d'una línia telegràfica entre Washington i Baltimore al 1844. Al principi era supervisada pel director general de Correus, però al no poder cobrir el cost va ser venuda a una empresa privada. A partir d'aleshores els serveis telegràfics dels Estats Units van estar en mans privades. A Europa, en canvi, el telègraf, es va nacionalitzar des de els seus inicis sentant les bases per als futurs monopolis de correus, telègrafs i telèfon, comú a molts països d'Europa.

Les institucions públiques o privades que operaven els telègrafs es van negar a reconèixer les possibilitats del telèfon. Als inicis el telèfon era car i poc fiable, i no proporcionava un registre dels missatges com passava amb el telègraf. Tant als Estats Units com a Gran Bretanya, els interessos del telègraf van frenar el desenvolupament del telèfon. A Nord-Amèrica, la Western Union Telegraph Company va arribar a apoyar les demandes d'una patent rival per fer desaparèixer a la Bell Telephone Company, però va fracassar. A Gran Bretanya, on el telègraf era un monopoli estatal, el govern va intentar limitar l'expansió de les línies interurbanes. Al març de 1882 el director general del Post Office va proposar comprar totes les línies telefòniques del país. Segons les seves pròpies paraules, desitjava proporcionar:

Un sistema que faciliti en lloc de retardar el desenvolupament del monopoli doncs, encara que el terme monopoli sigui deplorable, expressa un gran interès del país per adquirir-lo tot i el seu cost.

En aquest context tècnic e institucional va néixer la ràdio a finals del segle dinou. I van ser els desenvolupaments en armaments navals, en particular el tipus de vaixell de guerra ràpid Dreadnought, els que van provocar una nova forma de telegrafia. Les necessitats de les flotes van aprofitat les possibilitats de comunicació. La carrera d'armaments de finals del segle dinou, convertida en imperiosa necessitat va ser, en paraules de Brian Winston, la que va treure a la telegrafia sense fils dels laboratoris.

Postures Internacionals.

La concepció inicial del mitjà va ser per a l'utilització com a telègraf sense fils per a salvar vides al mar i per controlar els moviments de vaixells, en especial els perteneixents a flotes navals. En realitat, a les discussions de les primeres conferències internacionals que sota els auspicis de la UIT, es van celebrar al 1903 i 1906, apareix una comprensió creixent del paper potencial del nou mitjà com a element clau en les comunicacions.

La UIT, com Unió Telegràfica Internacional, existia des de 1865 per avançar en les dificultats tècniques i per assegurar-se el pas d'informació a través de les fronteres. En el clima internacional, cada cop més hostil, les

grans potències europees valoraven molt les seves connexions militars i comercials amb les colònies. En cas de guerra el país que controlés el mar podia tallar el cable dels seus enemics. Aquesta reflexió explica tant l'ajuda i la disponibilitat que els governs van prestar a aquesta nova empresa comercial (els governs italià i britànic a Marconi, i el alemany a Telefunken), com les postures interessades que es van exposar en la conferència internacional.

Les reunions de la UIT de 1903 i 1906 van tindre que abordar dos tipus de problemes: el tècnic relacionat amb la distribució de freqüències que evitessin les interferències, i el problema que va sorgir com a conseqüència de la implacable protecció que la Marconi Co. va donar als seus patents.

La ràdio es diferenciava dels seus predecessors tecnològics perquè la seva utilització havia exigut una posta en comú internacional relacionada amb la seva normatització. El fet de que els acords internacionals de freqüència s'establissin en un moment en que es planejava una guerra mundial i abans de que existís el fenomen de la radiodifusió ha tingut conseqüències de gran envergadura: en primer lloc van sorgir les demandes de les autoritats civils responsables de la marina (i més tard de l'aeronàutica) i sobre tot les dels exèrcits. Però la UIT no va admetre formalment les reclamacions per desconsiderar l' espectre de freqüències fins al 1927, set anys després del començament de la radiodifusió als Estats Units i quan feia cinc anys que s'havia creat la British Broadcasting Company.

Laberint de patents

Fins l'esclat de la primera guerra mundial, el desenvolupament de la ràdio va estar obstaculitzat per una xarxa de lleis relatives a les patents dels invents i a les exclusives associades amb la seva propietat. Utilitzem el terme ràdio com si es tractés d'un fenomen unitari, però l' èxit de la transmissió i la recepció estava pendent d'alguns invents. El progrés del mitjà depenia de l'aplicació de tots aquests invents al mateix temps per a una sola institució. Desafortunadament, la evolució no va ser ràpida degut a que les patents eren propietats de alguns individus i empreses, entre les quals la Marconi havia aconseguit des del principi certa supremacia. Havia negociat contractes restrictius amb alguns governs europeus i l'explotació del seu casí monopoli va portar a la situació absurda (i perillosa) de que als operadors de vaixells sense aparells Marconi no se'ls permetia comunicar-se amb els que operaven amb aparells de l'empresa rival. Aquesta situació de monopoli va contribuir a la determinació del govern dels Estats Units de trencar el poder d'aquesta empresa.

La primera guerra mundial

Amb l'entrada dels Estats Units a la primera guerra mundial al 1917, es va interrompre la complexa sèrie de reclamacions i desavinences entre els inventors i les seves empreses, i a Gran Bretanya, més que als Estats Units, per atendre les necessitats de la guerra, va cessar per complet la producció de vàlvules. En realitat, el govern britànic va prohibir l'ús amateur del invent i es va apropiat de totes les patents pel seu propi ús, mentre que el govern dels Estats Units va aconsellar als propietaris que denunciessin qualsevol infracció.

El començament de la primera guerra mundial no va ser l'únic motiu que va centrar l'atenció en el suposat potencial de la ràdio. L'enfonsament del Titànic i l'ús de la ràdio entre els combatents de la guerra russo-japonesa, havia demostrat, en l'àmbit civil i en el militar, la necessitat de l'ús de la ràdio en el mar.

Així, la Marina dels Estats Units va haver de reorganitzar-se i establir el Servei Naval de Telecomunicacions.

Al dia següent de la declaració de la guerra, al 1917, la Marina es va apropiat de totes les emissores de ràdio dels Estats Units. Això no tan sols va aconseguir donar via lliure al desenvolupament de la ràdio, sinó que també va permetre al govern dels Estats Units obtenir una experiència sensata del monopoli de la comunicació, a més de sentar les bases del cross-licensing (licitació mútua*) que la Marina, després de la guerra, va proposar com a solució davant de la propietat múltiple de patents. *El govern va oferir diners per tal de obtenir les patents als EUA.

Les Forces Armades en temps de pau

Els exèrcits d'ambdós països van aconseguir accelerar el desenvolupament de la ràdio després del conflicte bèl·lic. Després de la guerra, a Gran Bretanya, el poder sobre les comunicacions es va fer servir per bloquejar els usos de l'espectre de freqüència que entraven en conflicte amb les necessitats militars.

Una de les institucions més influents en les primeres discussions va ser el Comitè de Defensa Imperial, tres membres dels quals representaven a cadascun dels exèrcits; la resta representava al Tresor, a l'Oficina Índia, al Ministeri d'Assumptes Exteriors, a l'Oficina Colonial, a la Cambra de Comerç i al Post Office. No era, doncs, sorprenent que el Post Office fos molt conscient del poder d'aquest comitè. Al 1922 el director general del Post Office va dir a la Cambra dels Comuns que el tema depenia per complet d'aquest comitè.

Als Estats Units la Marina havia estat, i seguia estant, interessada en tots els invents que poguessin ser útils.

Abans que esclatés la guerra, havia provat, entre altres, els sistemes Marconi, De Forest i Fessenden. El sistema Marconi presentava problemes d'interferències, però, en realitat, el que sembla que va impedir arribar a un tracte va ser que la Marconi, volia llogar i no vendre el aparell. Era comprensible que el govern dels Estats Units no permetés que un sistema tant important fos control·lat per una empresa estrangera.

Cap a les comunicacions a llarga distància

Que la radiodifusió es desenvolupés com una empresa capitalista, com a un vehicle per a la publicitat i l'expansió comercial, no és estrany en un país que, al final de la primera guerra mundial, dirigia el món en la producció industrial. El que és curiós, és la seqüència d'etapes per les que es va convertir en una empresa capitalista, les voltes que va donar sense estar en mans del Estat ni dels militars, i com es va insistir en el concepte d'entrenament universal en contrast amb la seva utilització per a la comunicació a llarga distància.

La obsessió de Marconi per la comunicació de punt a punt era compartida també pels experiments nord-americans i pel govern des d'abans de la guerra. Al 1903, el president Theodore Roosevelt i el rei Eduard VII havien intercanviat missatges amb el sistema Morse a través de l'Atlàntic amb les emissores Marconi.

Abans de que es descobrís que les ones curtes podien utilitzar la ionosfera per a transmetre missatges al voltant del globus, els intents transoceànics requerien enormes quantitats de potència elèctrica. Un element clau per facilitar-la fou l'alternador desenvolupat en els laboratoris de la General Elèctric Company (GEC) per Ernest Alexanderson i que Fessenden va fer servir en la primera transmissió de la veu humana el dia de Nadal de 1906. Una visita als laboratoris de la GEC al 1915 va impressionar tant a Marconi que va oferir un contracte multimilionari per l'alternador, amb el que la seva empresa obtenia l'ús exclusiu del mateix, mentre que la GEC conservava els drets de fabricació. Abans de que es tanqués el tracte, Marconi va haver de viatjar a Itàlia, perquè el seu govern el reclamava pels serveis de guerra, tot i això la GEC va subministrar un alternador de 50.000 watts a l'estació de Marconi a New Jersey. Amb l'entrada dels Estats Units a la guerra, al 1917, la Marina se'l va apropiat i el va utilitzar a l'any següent per a l'emissió de les propostes de pau, concretades en catorze punts, del president Wilson per Europa. Algunes d'aquestes emissions van ser rebudes a Nauyen, a prop de Berlín, i es van efectuar contestacions immediates. Era el primer cop que s'establia una comunicació directa entre els aliats i Alemanya des de que els britànics havien tallat els cables submarins al 1914. Una versió millorada de l'alternador d'Alexanderson va mantenir al president Wilson en contacte amb la Casa Blanca en el seu viatge a la conferència de pau de Paris al 1919.

Així doncs, el significat d'aquest nou aparell quedava registrat en el més alt nivell: existia un nou mitjà per comunicar-se entre les nacions que podia acabar amb el control britànic del tràfic per cable. Per tant, quan la companyia Marconi va tornar a establir contactes amb la GEC, que havia tractat amb Marconi, va comunicar la seva preocupació a la delegació presidencial a Paris, i va rebre autorització per intervindre en representació dels Estats Units. El seu representant, l'almirall Bullard, director de les Comunicacions Navals, no va tardar en

reunir-se amb Young i amb les direccions de la GEC.

Com altres companyies que havien prosperat durant la guerra amb les seves avantatges a l'exèrcit, la GEC estava desitjosa d'assegurar-se els contractes pels temps de pau, i hagués acollit el tracte de Marconi en unes altres circumstàncies. Però Bullard va argumentar que si la empresa venia l'alternador i altres elements a la Marconi posarien en mans britàniques el monopoli del món de les comunicacions. La GEC va mostrar el seu acord, però assenyalant que cap empresa nord-americana podia comprar aquestes peces tant cares.

La Marina i el Estat s'enfrontaven aleshores al mateix dilema que se li va plantejar al Post Office a Gran Bretanya en els inicis de la radiodifusió. Tenien que escollir entre el monopoli del Estat o el d'una empresa que a més era estrangera. Per a Bullard, la única forma de sortir d'aquest dilema era organitzar una empresa americana que fos lo suficientment forta com per oposar-se comercialment a la Marconi.

Bullard va suggerir que la pròpia GEC formes el nucli d'aquella empresa. Aquesta objectava que no estava interessada en les comunicacions a llarga distància, però Bullard els va fer veure que si estimulaven les comunicacions automàticament es produiria un increment de les ventes d'equips, base principal del seu negoci.

La creació del gegant comercial

La tasca de crear una empresa de ràdio nord-americana assumida per la GEC va haver de superar grans obstacles. Les patents precises les posseïen empreses rivals de la GEC, però d'alguna forma, el nacionalisme sorgit de la guerra va suavitzar les dificultats. L'empresa Marconi americana es veia com una sucursal de l'empresa britànica, perquè, encara que en la seva majoria els propietaris eren nord-americans, havia sigut lleial a la política de la casa mare. Els directors de la Marconi nord-americana desitjaven vendre les seves accions a la GEC, encara que en aquell moment la Marina encara exercia sobre les emissores Marconi el control que havia imposat durant la guerra. El problema era com persuadir a la casa mare a que renunciés als seus bens. El director general nord-americà va notar que tant l'Estat com l'opinió pública s'alineava contra la seva empresa i es va comprometre a anar a Gran Bretanya i convèncer a l'empresa britànica per a que venés els seus interessos nord-americans. La casa mare va veure que la batalla estava perduda i al setembre de 1919 va decidir vendre.

Un cop superat aquest obstacle es va formar la Ràdio Corporation of America (RCA). L'empresa nord-americana Marconi va intercanviar part dels seus actius en emissores de ràdio, equips, drets de patent i clientela, per accions a la RCA. En canvi, encara existien problemes sense resoldre en quan a les patents, sense les quals la RCA no hauria pogut operar.

Aquests problemes es van superar mitjançant una estratègia planejada pels funcionaris del Departament de Marina, denominat Acord d'Autorització Mútua (Cross-Licensing Agreement), i el primer d'aquests acords va tindre lloc el mateix dia de la fusió entre la American Marconi Company i la RCA, el 20 de novembre de 1919. Aquest primer acord donava a la RCA drets sobre els invents i patents de la GEC i establia drets recíprocs per a la GEC respecte a les patents presents i futures que la RCA pogués posseir. En realitat, la disposició establia un monopoli en tots els sentits.

La RCA permetia també una limitada influència del govern en les seves determinacions, i en els seus estudis apareixia la següent disposició:

L'empresa pot permetre a un representant del govern dels Estats Units el dret a la discussió i a la presentació a la Junta de les seves opinions i interessos.

L'almirall Bullard va ser nomenat representant del govern a la Junta de la RCA, que presidia Owen D. Young. El personal de la Marconi nord-americana es va transferir a la RCA i entre aquest es trobava David Sarnoff al

capdavant de la direcció comercial. Sarnoff havia captat l'atenció del públic al 1912, quan, com a operador substitutiu de la Marconi a Nova York, havia permanescut en el seu lloc durant 72 hores seguides rebent notícies de l'enfonsament del Titànic. També va ser Sarnoff qui, al 1916, havia proposat l'ús domèstic de la ràdio, és a dir, l'idea de portar la música a les cases. La American Marconi Co. va desestimar la idea.

Ara la RCA tenia totes les competències en el negoci del tràfic radiofònic internacional. Es va associar amb l'American Telephone and Telegraph Company (AT&T) i les negociacions de Owen D. Young li van permetre avançar-se als interessos britànics, francesos i alemanys en el control de concessions a Sud-americà.

L'obertura del mercat domèstic

L'Acord d'Autorització Mútua podia haver acabat amb la xarxa de patents que retardava el progrés de la ràdio, però aquest acord no agradava a tothom. En particular a aquelles empreses que no formaven part de la xarxa de l'Acord d'Autorització Mútua. Per a la Westinghouse Electrical and Manufacturing Company, al igual que per a la GEC, el final de la guerra havia suposat un ràpid descens en les ventes dels seus productes, dels quals el més important era el tub de buit. La Westinghouse va estar atenta a les negociacions de la GEC amb l'American Marconi Company i va decidir efectuar les seves pròpies aliances amb empreses que posseïen patents en el àmbit de la ràdio. Donat que la seva base principal estava a Pittsburgh, van centrar la seva atenció a la vella empresa de Fessenden, l'International Radio Telegraph Company (IRTC), i van fer una oferta de compra de les seves patents. L'oferta va ser rebutjada, però la Westinghouse va proposar un acord d'autorització mútua i de recolzament financer, que va convèncer a aquesta petita empresa. L'acord es va firmar i la Westinghouse va creure que ja estava en disposició per dedicar-se a les comunicacions a llarga distància.

En canvi, quan el president de l'empresa va anar a Europa per establir acords de tràfic radiofònic amb altres companyies europees, va descobrir que la RCA havia arribat primer. Així que l'abast de la IRTC va quedar confinat a àrees amb tràfic molt menys intens que l'Atlàntic. La Westinghouse havia comprat els drets d'un equipament molt car, però no podia utilitzar-lo en terrenys més bons. Van continuar la cerca de patents amb l'idea d'expandir el mercat d'equips ara que ja posseïen els drets. Van comprar la patent del receptor superheterodina d'Amstrong, van autoritzar a un dels seus investigadors, Zworyki, a continuar els experiments en televisió que Rússia havia començat abans de la guerra, i van perseguir sense èxit la idea de transmetre un servei de notícies pels vaixells a alta mar.

Va ser Conrad, un treballador de la Westinghouse aficionat a la ràdio amateur, qui es va donar compte de l'interès que despertava la radiodifusió des de la retirada de les restriccions governamentals després de la guerra. Al 1920 havia aglutinat un ampli cercle d'amateurs amb els quals estava en contacte, i va planejar la realització d'emissions regulars en el seu temps lliure per a que els membres del grup sorprengueren als seus amics. Realitzava emissions de dos hores de duració, dos cops per setmana, amb discs proporcionats per un comerciant local a canvi de mencionar el seu establiment. Aquesta publicitat va ser efectiva i altres establiments es van apuntar a l'idea per anunciar aparells de ràdio. Molt aviat varis comerços s'enunciaven en les emissions de la família Conrad. Un d'aquests comerciants, que anunciava els seus receptors de ràdio en el Pittsburgh Sun, va mencionar els concerts de Conrad en el diari, la qual cosa va fer arribar l'experiència a oïdes del vicepresident de la Westinghouse qui, al dia següent, va trucar al despatx del seu treballador.

Com que el seu objectiu era expandir el mercat del seu producte, la Westinghouse va sol·licitar una llicència al Departament de Comerç. Es va instal·lar una emissora a la part més alta de l'edifici de la Westinghouse. Es van distribuir receptors senzills i la KDKA (així es deia l'emissora) va començar amb la transmissió dels resultats electorals de novembre de 1920. El Pittsburgh Post col·laborava informant dels resultats a l'emissora per telèfon. Després d'aquesta experiència, l'emissora va implementar un horari regular d'emissions per les tardes.

Aviat es veuria la necessitat d'afegir varietat en les emissions i la orquestra de la Westinghouse va contribuir a modificar la dieta de música gravada. L'emissió, realitzada des d'un auditori local, va tenir alguns problemes de ressonància desagradables per a l'audiència i, en la que havia de ser una de les primeres emissions des de l'exterior, l'orquestra va haver d'actuar sota una carpa.

El boom de la ràdio

L'efecte de les transmissions de la KDKA a finals del 1920 va ser immens: els comentaris de la premsa es van generalitzar i, mentrestant, els grans magatzems van obrir nous departaments de ràdio. En tot el país la gent comprava els components o els aparells i les sol·licituds de llicència al Departament de Comerç van proliferar. La Westinghouse va construir alguns transmissors de 500 watts que va instal·lar a les seves fàbriques de Network (Chicago) i Springfield (Massachusetts), on s'estaven fabricant receptors de vidre. Més important per a l'empresa va ser l'obtenció del 20 per cent de les accions de la RCA, i que els socis fundadors es van veure afectats per l'impacte que va produir la publicitat de la Westinghouse. La RCA, que s'havia associat amb la United Fruit, disposava ara d'unes dos mil patents, que permetia a la corporació introduir-se en el negoci del tràfic radiofònic internacional. La RCA, de totes maneres, no podia permetre's subestimar el nou gir dels aconteixements que prometien un lucratiu mercat interior. En canvi, la distribució de patents no havia previst la possibilitat de que els amateurs es fabriquessin aparells en tal proporció que afectes significativament les ventes potencials dels socis de la RCA. La BBC va tindre aquest mateix problema uns pocs anys després, però la solució nord-americana va ser diferent perquè la decisió del Estat contra el control comercial ja s'havia pressa. Es va produir un gran esforç per tal d'acabar amb l'evasió de patents amateurs mitjançant el plantejament d'una sèrie de pleits. Aquesta campanya, junt amb l'expansió en la producció de receptors d'us domèstic, va ser una de les majors preocupacions del nou director general de la RCA, el clarividet David Sarnoff, que fou nomenat al 1921.

En aquest any 1921 van néixer alguns dels primers gèneres de programació radiofònica: esport (la lluita per el títol de boxa de Damsey-Carpentier, i les sèries mundials de beisbol); música (concerts a New Jersey i opera a Chicago). El Departament de Comerç va expedir vint-i-vuit llicències emparades en la ja antiquada llei de 1912.

Però el any del boom va ser el 1922. A finals d'aquest any s'havien atorgat 670 llicències. A totes se les assignava una mateixa freqüència, l'ús de la qual havien de negociar amb els veïns. Els amateurs i les emissores patrocinades per l'indústria coincidien, regatejaven, compartien el temps i lluitaven entre si augmentant les potències de transmissió. Ja a principis d'any la perspectiva caòtica de la situació havia suggerit al Secretari de Comerç, Herbert Hoover, convocar a Washington la primera conferència de ràdio nacional. Hoover va preguntar a l'indústria si es precisava més potència a més de la que permetia la llei de 1912. La resposta va ser unànime i com Hoover va assenyalar, aquest és un dels pocs temes en que el país esta d'acord en el seu desig de regulació. A la conferència va assistir un observador del Post Office britànic, F. J. Brown. La seva assistència a aquesta discussió va tindre una enorme transcendència pel desenvolupament de la radiodifusió britànica, perquè el seu informe i consell a les autoritats de Londres va influir decisivament en la modulació de l'actitud britànica davant la regulació i el monopoli.

Història de la Ràdio a Catalunya

Amb l'inici de la República catalana, la ràdio inaugura una nova etapa en la que es farà servir aquest mitjà com a instrument polític eficaç, sobretot a partir dels anys trenta quan es consolida com a un mitjà informatiu de masses. El nou sistema polític troba una radiodifusió caracteritzada per un dur enfrontament entre Ràdio Barcelona i Ràdio Associació (que pertany a l'Asociación Nacional de Radio, ANR) que perd força a partir del 1932. Ràdio Barcelona va oferir els micròfons a Companys per tal que comuniqués a Espanya la proclamació de la República i també un parlament d'Alcalà Zamora des de Madrid (Ràdio Barcelona forma part de la xarxa d'Unión Radio SA que té l'emissora d'Unión Radio Madrid).

En els primers moments de la República Ràdio Associació afavoreix Ràdio Barcelona perquè encara no s'havia consolidat i només podia emetre tres hores, sense simultaneïtat amb ella, sense possibilitat de fer publicitat i amb una potencia escassa. Mentrestant, Ràdio Barcelona tenia una audiència consolidada, bons mitjans tècnics, les millors hores d'emissió, estabilitat econòmica i formava part d'una xarxa estatal amb emissora central a Madrid. L'avantatge d'aquesta emissora era que la seva major potència i audiència assegurava les intervencions de polítics o autoritats, que escollien Ràdio Barcelona per la difusió en massa dels seus discursos.

La ràdio viu una important transformació perquè s'allibera de la censura de la dictadura i hi ha una consolidació dels gèneres informatius. La lluita per l'hegemonia de les dues estacions barcelonines contribueix a desenvolupar la radiodifusió catalana d'aquest període, ric en esdeveniments polítics i socials que fan de la ràdio un mitjà de primera magnitud. Ràdio Associació tria el terreny de la catalanitat per distingir-se de la seva competidora i ho manifesta:

1r. En la intervenció pública la cultura i el pensament polític no partidista.

2n. Catalanització total de les seves emissions.

3r. Reclamant un punt dins l'Estatut de Catalunya que atorgui a la Generalitat la competència exclusiva en radiodifusió i, conseqüentment, la creació d'un Servei de Ràdio de la Generalitat.

Ràdio Associació vol situar la polèmica en què Ràdio Barcelona és propietat d'una empresa amb central a Madrid i la titlla d'empresa forastera. A més, col·labora en altres iniciatives catalanitzadores com la participació en el Comitè Pro-catalanització del CADCI. L'ANR dedica els primers dies de la República a elaborar una memòria sobre la situació de la radiodifusió a Catalunya i conté suggeriments per cercar solucions. Amb l'entrega del projecte a la Generalitat, l'Associació esdevé la institució promotora d'un Servei Català de Radiodifusió. A més, creen una campanya per insistir en la necessitat de crear una emissora per al Govern català i que sigui dirigit per catalans. Els diaris locals serviran de plataforma per sensibilitzar l'opinió pública, que no mostra interès pel tema. Però el destinatari de la campanya no és només el públic sinó també els polítics que intervenen en el procés legislatiu.

El setembre del 1932 s'aprova un Estatut que atribueix a la Generalitat l'organització de la radiodifusió de Catalunya i reserva a l'Estat la competència en matèria legislativa: L'Associació entén que el govern català ha de preocupar-se per l'ampliació de l'Estatut i fer gestions per obtenir el traspàs del control dels serveis radiofònics, que es produiran lentament i que quedaran interromputs arran dels fets d'octubre del 1934. L'Associació opta per convertir-se en l'organització que desenvolupi els serveis de ràdio de la Generalitat mentre que Ràdio Barcelona vol que el govern accepti la realitat i permeti la continuació de les emissores de capital privat (cada emissora tria per mantenir la seva supervivència).

L'abril del 31, l'Associació comença un període de prosperitat gràcies a la llibertat d'emissió concedida pel president Macià i ratificada per Carrasco i Formiguera. Al setembre, l'estació comença a radiar publicitat i recapten un considerable nombre d'anunciants. Això dona seguretat als dirigents de l'emissora per anar millorant progressivament les instal·lacions i serveis i poden començar a pensar en instal·lar estacions a Girona i Lleida.

Evolució legislativa

La Constitució de 1931 assegura la lliure circulació de la informació i garanteix les llibertats individuals i col·lectives, per tant, afavoreix la lliure expressió de les idees i dels pensaments de sectors socials fins llavors exclosos d'aquesta possibilitat. La supressió de la censura ja implica una garantia per l'agilitat informativa. Aquest context afavoreix que les emissores ampliïn el seu camp d'actuació. S'incorporen nous espais d'opinió, crítica retransmissions en directe d'actes públics. Els serveis informatius adquireixen força i s'emeten diversos

cops al dia.

El Govern de la República no arribarà a concretar mai els acords per crear un ens públic de radiodifusió perquè (com hem dit anteriorment) els fets d'Octubre van provocar al suspensió de l'Estatut i la detenció del govern de la Generalitat. Emissores catalanes de petita potència Tot i el fracàs amb l'Estatut, el govern de la República no renuncia a prendre mesures per fer arribar la radiodifusió a tot el territori, encara que sigui de la mà d'un ens privat.

El desembre del 1932 elabora un decret que autoritza la instal·lació d'emissores de petita potència als llocs de menys concentració de població. L'emplaçament seran preferentment les capitals de província i les ciutats més importants econòmicament. Algunes no aconsegueixen sobreviure però a principis del 1936 hi haurà un total de 61 emissores de petita potència. Així neix en les petites poblacions l'entusiasme per les audicions radiofòniques. Així neixen emissores a Manresa, Reus, Vilanova i la Geltrú, Girona, Badalona,... Aquestes emissores locals mantenen una bona relació amb les grans estacions barcelonines el febrer del 34 creen la Federació d'Emissores de Ràdio de Catalunya (FERC), amb l'objectiu d'intercanviar material i criteris sobre temes tècnics o d'interès per a les emissores.

Les petites emissores contribueixen a propagar els actes culturals, manifestacions artístiques i socials i mantenen una vinculació directa amb el seu públic. Però aquest lligam es desfarà a poc a poc quan comencen a prevaler els criteris dels anunciants, que exigeixen canvis en les programacions.

La xarxa de Ràdio Associació de Catalunya

El 1922, neixen els primers ràdioclubs: aficionats a la radiodifusió que es troben per intercanviar informacions i experiències sobre el material emprat i el seu muntatge i funcionament. Disposen d'un local social amb aparells receptors i material radioelèctric.

L'Associació compta amb una emissora consolidada i es planteja l'ampliació sol·licitant emissores de les ciutats. Recapta les corporacions de Lleida, Girona, Vic i Igualada i preveuen una sèrie de programes retransmesos en xarxa i una programació autònoma de cada estació. Poc després, aconsegueixen l'emissora de Tarragona. La ràdio i els fets d'octubre de 1934 Com hem dit abans, la ràdio es posa al servei de la política de masses. El període especialment ric en esdeveniments polítics es dona des de la proclamació de la República Catalana als fets d'Octubre de 1934.

En aquest espai de temps, la Generalitat havia obtingut el traspàs de competències sobre la ràdio, que amb els fets d'Octubre va demostrar la seva habilitat per dirigir una activitat de masses i suplir la manca d'una estructura organitzativa prou eficaç per coordinar accions bàsicament espontànies en un territori ampli.

L'esplendor de Ràdio Associació de Catalunya

L'emissora supera la crisi que patia des de l'any 26 amb l'adveniment de la República que li permet radiar publicitat. Aquesta recuperació comporta una millora d'equips i la compra d'altres estacions repartides pel territori català i el 1935 comença una etapa d'esplendor. Fins i tot publiquen una revista., Ràdio Publicitat, amb la col·laboració del seu equip d'experts publicitaris on intenten convèncer els comerciants i industrials de l'eficàcia de la ràdio com a instrument de les seves campanyes publicitàries. També transformen el butlletí de l'ANR en una nova publicació que es dirà Catalunya Ràdio i paral·lelament neix el setmanal La Ràdio.

La Ràdio durant la Guerra Civil

La ràdio en les primeres hores de la insurrecció

Per a la radiodifusió, l'alçament militar comença amb l'al·locució dirigida als espanyols pel General Franco

des de Tenerife. A la Península, el general Queipo de Llano ho aconsegueix amb relativa facilitat i a les sis de la tarda ja controla la situació i els insurrectes comencen a radiar parts de victòria. El general Queipo de Llano serà una figura familiar de tots els espanyols de les dues zones gràcies a l'ús sistemàtic que fa del mitjà radiofònic.

La Unión ràdio Sevilla té una importància decisiva, sobretot durant els primers dies, ja que el Queipo de Llano fa unes xerrades sobre l'ànim dels sectors adversos i afectes al Moviment. Queipo, amb les seves arengues, estarà en antena durant 18 mesos sense interrupció. Una característica d'aquests discursos era les al·locucions despectives cap a als catalans. Les xerrades de Queipo de Llano s'escoltaven arreu.

El governa de la Generalitat i la República eren conscients de la importància que tenia la ràdio en mans de l'enemic.

L'emissora de Sevilla, per aquesta característica de potència, tindria una funció molt important en la planificada utilització que els nacionals farien d'aquest instrument, especialment des dels primers moments. Els nacionals donaven molta importància a la ràdio.

Des de la zona lleial a la República, la ràdio també es usada des del primer moment. El govern ja havia tingut notícia de l'inici de la rebel·lió a Àfrica el mateix dia 17, però li treuen importància i no prenen cap mesura contundent, fins i tot el 18, en dirigir-se per ràdio als ciutadans a primeres hores del matí, el Govern parla d'un cop sense cap magnitud. Durant els dies 18 i 19 se succeeixen les notes del Govern destinades a contrarestar les informacions difoses per les estacions que estan en poder dels facciosos, la qual cosa demostra l'impacte que estaven produint les emissions radiofòniques.

El President Companys, que per pròpia experiència sap al transcendència que té la ràdio en aquests moments (recordem els fets d'octubre de 1934) empeny el general Goded a parlar per la ràdio dient que desisteix de la lluita. Goded refusa inicialment l'ofertament però finalment l'accepta. Les emissores de Catalunya, totes en connexió propaguen als quatre vents les paraules del general vençut davant dels micròfons de es dues emissores barcelonines instal·lats al despatx del President. Les declaracions del General Goded tenen un efecte decisiu per acabar amb les hostilitats. Els insurrectes comprenen el fracàs del seu intent en sentir la veu del comandant en cap que els havia de dirigir en la seva acció en terres catalanes. Ningú no dubta de la veracitat de les paraules de Goded.

L'activitat de les emissores barcelonines és interrompuda els primers dies i, des del primer moment, posen els seus micròfons al servei de les autoritats per difondre notes i informacions. La programació de les emissores, que van quedar ràpidament intervingudes per la Generalitat, canvià: radien bàsicament música i informacions subministrades pel Govern de la Generalitat i pel servei permanent de notícies oficials dels Ministeris de la Guerra i de Governació. Els altaveus de RAC difonien al nombrós públic que circulava per la Rambla les novetats amb tota potència.

La ràdio és considerada com un element vital pels dos bàndols. En la zona nacional va ésser decisiva per intercanviar notícies entre els diferents grups insurrectes i per dirigir-se a la població.

La batalla de les ones, que presidiria tota la guerra, havia començat amb un cert avantatge per als republicans, ja que a la seva zona havien quedat les emissores més potents. EAJ-1, Ràdio Barcelona, EAJ-2, Ràdio España de Madrid, EAJ-3, Ràdio València, EAJ-7, Ràdio Madrid, EAJ-8, Ràdio San Sebastián, EAJ-15, i Ràdio Associació de Catalunya.

Mesures legislatives de la Generalitat

En començar la Guerra les dues emissores barcelonines es posen al servei de la República des de la seva proclamació. Durant els primers dies de la guerra civil tenen un paper destacat al servei del poder legalment

constituït.

Els polítics catalans eren conscients del paper fonamental que hauria de tenir la ràdio i el govern català va prendre mesures legislatives decidides, i en alguns punts fins i tot radicals, per controlar el mitjà. La primera mesura legislativa, potser la més espectacular, és el decret d'apropiació de les dues emissores de Barcelona.

La situació revolucionària que es viu en els primers dies del conflicte aconsella l'apropiació per tal de d'assegurar el control del govern sobre EAJ-1 i EAJ-15. Un cop es difosa de les dues emissores, el Consell Executiu crea el Comissariat per coordinar, orientar i dirigir el treball de les dues emissores. La Comissaria hauria d'ésser l'estructura organitzava que permetés oferir constantment informació oficial a la població. Un dels serveis oferts cada dia per la Comissaria a EAJ-2 i a EAJ-15 és una emissió dedicada als editorials de premsa, realitzada a les 9 del matí. Una altra tasca és confecció de les llistes de persones de les diverses tendències polítiques que parlaran per la ràdio. Les emissores segueixen les directrius marcades per la Comissaria de Radiodifusió i adeqüen la programació a les necessitats del moment.

L'efervescència revolucionària dels primers dies de la Guerra es trasllueix en uns criteris amples de participació de totes les forces polítiques que lluiten contra el feixisme en la tasca propagandística.

Una altra iniciativa de la Comissaria fou encarregar al Comitè Obrer de la Companyia del Gramòfon Odeon la impressió dels himnes :Els segadors, La Marsellesa, De Riego, La internacional, A les barricades i altres.

Els primers dies del mes de gener de 1937, l'Executiu català té una intensa tasca legisladora. El que vol al Generalitat és disposar d'una emissora pròpia, no apropiada, nua estació de gran potència que permetés cobrir ben bé el territori català i arribar més enllà. Per a assolir aquest propòsit, la Generalitat necessita una font d'ingressos que subvencioni la instal·lació i el manteniment de l'estació i les emissions. Per això es crea un impost sobre la tinença i l'ús d'aparells de ràdio, sobre al venda de receptors i de material de ràdio i la publicitat radiada. A totes aquelles persones que no paguin al taxa d'us de seu receptor se'ls podrà descomissar l'aparell.

Aquesta emissora que vol crear la generalitat tampoc no es va fer realitat i Catalunya no veuria realitzada aquella vella idea del Servei Públic de Radiodifusió.

Tot i això, el dia 9 de gener, la Generalitat s'apropiava de les emissores de radiodifusió barcelonines.

La tasca legisladora continua amb el decret que dissol els Serveis de Radiodifusió i crea la Direcció general de Radiodifusió, signat també el 9 de gener. Aquest decret referma la tendència centralitzadora que es perfila en les altres mesures i és el més demostratiu de la importància atribuïda al mitjà. Al primer article es dissol la Comissaria de Radiodifusió creada en els primers moments de la Guerra. Llavors la Direcció general de Radiodifusió assumeix totes les competències sobre la ràdio a Catalunya. Per tal de vincular més orgànicament els Serveis de Radiodifusió al conjunt del Govern, el decret crea el Comitè de Radiodifusió. Aquest té la finalitat d'assessorar i definir les orientacions generals que la DGR haurà de desenvolupar i, al mateix temps, supervisa el treball realitzat.

En resum, tota aquesta tasca legisladora per part de la Generalitat respon a una clara orientació de control per part del poder polític governamental. Es poden diferenciar dues etapes que podríem anomenar d'eufòria revolucionària la primera, i de centralització presidencial la segona.

Els serveis de radiodifusió passen a dependre de la direcció general de radiodifusió

La Generalitat creu necessari millorar el sistema de control de l'aparell radiofònic i crea un organisme que s'adapti millor a aquestes tasques. La direcció centralitzada de les prestacions radiofòniques es fa cada vegada més urgent, ja que la multiplicitat de fonts i d'emissors existents en la zona republicana afavoreix el

descontrol. Aquest descontrol impedeix l'articulació d'un discurs coherent i sense fissures des dels òrgans governamentals catalans i republicans. En aquesta situació, la censura de guerra, arma imprescindible, no serà gens eficaç. La Generalitat decideix dotar-se d'un instrument de control més eficaç que no el Comissariat: la Direcció general. Les seves competències són les següents:

- Concessió d'estacions emissores, llicències d'aparells receptors i línies microfòniques.
- Estructuració dels Serveis tècnics
- Coordinació i intervenció dels serveis de totes les emissores de Catalunya (fins i tot les comarcals, fet totalment nou)
- Estudi del règim econòmic i financer de la Radiodifusió a Catalunya.

Al cap del nou ens s'hi posa el senyor Josep Fontbernat, que col·labora estretament amb la Comissaria de Propaganda de la Generalitat per contribuir amb la ràdio a les campanyes concretes i puntuals.

El Govern de la Generalitat realitza una intensa campanya propagandística, però, conjuntament, estimula tot tipus d'activitat cultural que proporcioni un nivell més elevat de coneixements als ciutadans. La ràdio, instrument viu, que arriba a tothom, ha de proporcionar entreteniment i enriquiment cultural.

Les estacions radien les informacions oficials però continuen posant en antena els serveis de notícies propis que, tot i passar la censura, eren una autèntica contradicció amb l'esperit de control centralitzat que inspirà la creació de la DGR. El gener de 1938 la situació bèl·lica és prou delicada com per tenir la mínima fissura i, finalment, la Direcció pren sota la seva tutela els serveis informatius i centralitza fortament tota la informació i, alhora, continua contundentment la seva tasca de censura. Tot i això, la DGR no va ésser del tot eficaç del que s'esperava, potser perquè es preocupà més del control polític que no de desplegar una activitat totalitzadora en el camp radiofònic que contemplés tots els aspectes i que havia d'anar molt més enllà de l'estrict control.. aquest control que exercia era més burocràtic que efectiu. Igualment és poc eficaç la tasca de la Direcció en el terreny tècnic. La manca de previsions per tenir un estoc de recanvis que garanteixi la posada a punt dels aparells emissors fa que el funcionament de les dues estacions barcelonines depengui de l'habilitat d'un tècnic a l'hora de reparar materials. A conseqüència, els equips donen un rendiment cada cop pitjor i les emissores perden potència i qualitat de modulació.

Els comunicats de guerra

El gènere per antonomàsia de les programacions radiofòniques en temps de conflicte bèl·lic són, sense dubte, els comunicats de guerra. La primera vegada que una situació de guerra es troba una radiodifusió consolidada com a mitjà de masses és amb ocasió de la guerra Civil espanyola; no hi va haver, per tant, precedents i aquest gènere s'anirà consolidant amb l'experiència diària.

Es tracta d'una peça radiofònica de literatura militar, emesa diàriament amb horari fix que, prenent com a punt de partida les informacions reals dels diferents fronts de batalla, articula un discurs per donar confiança a les pròpies forces, tant entre els tropes com entre la població civil. Pretén també desmoralitzar l'exèrcit enemic i convèncer la població de la reraguarda contrària que és inútil la resistència, ja que la victòria del bàndol contrari és inevitable.

En la zona republicana no es pot parlar de l'existència de comunicats de guerra en sentit estricte fins ben avançada la guerra. La manca d'unitat orgànica de l'Exèrcit republicà, el caràcter popular del mateix i la gran ideologització de les seves tropes es traslluiran en la redacció dels seus comunicats de guerra, que tenen més propaganda que referències concretes al desenvolupament dels fets. La tàctica seguida pels governs republicans de no reconèixer obertament les derrotes, els fa trobar amb fórmules redaccionals que emmascaren la realitat. Això fa que aquests governs assoleixin molt poca credibilitat.

En la zona nacional, des del primer moment es pren la decisió de radiar un sol parte, que s'elabora sota criteris

d'unitat redaccional i s'emet, sempre que es possible, a la mateixa hora. Son redactats pel personal militar i molt breus, a més insisteixen constantment sobre les mentides que es diuen en les informacions oficials de les ràdio roges. Aconsegueixen, amb aquests parts, donar la sensació de seguretat ferma i seriositat. La seva eficàcia es derivarà de l'edició única, l'horari fix, una lectura amb carisma, un major ajustament als fets reals i una redacció acurada.

LA RÀDIO A CATALUNYA DURANT LA DICTADURA

La ràdio durant la guerra

La ràdio es va convertir en el mitjà d'informació més important durant la guerra civil espanyola. Les retransmissions de ràdio eren la única manera que tenia la gent de saber què passava a la resta del país i de conèixer la situació d'ambdós bàndols de combatents.

Després de diverses derrotes dels republicans, el 26 de gener de 1936 Barcelona caigué en mans dels nacionals i la població va assabentar-se a través de la ràdio. Aquest fet el va anunciar el locutor Fernando Fernández de Córdoba.

El primer objectiu de les tropes ocupants va ser conquerir les emissores catalanes per ser, com anomenaven ells, emisoras rojas. Així doncs, Ràdio Associació de Catalunya es convertia en el principal objectiu dels nacionals, un trofeu, i ràpidament un grup de soldats es va dirigir a l'emissora i interrompent la programació es van fer amb les ones. El personal de l'emissora va ser substituït per locutors nacionalistes, les emissions van passar a ser totes en castellà, es va canviar el nom de l'emissora que va passar de Ràdio Associació de Catalunya a Radio Nacional de España en Barcelona i s'emetia successivament l'himne de la falange i l'Oria Mendi.

De totes maneres, no s'apropriaven de totes les emissores, sinó que els demanaven els papers i tenien deu dies per a presentar-los, si passats aquests deu dies tot estava en ordre i l'emissora acreditava que no tenia res a veure amb les forces republicanes, els concedien una llicència per continuar amb les seves emissions. Les cadenes estatals es reforcen i les estacions privades es sotmeten a un fort control.

Algunes de les emissores privades que es van crear van ser Ràdio Barcelona, Ràdio Girona, Ràdio Tarragona, Ràdio Lleida, Ràdio Terrassa, Ràdio Manresa, Ràdio Reus, Ràdio Vilanova, Ràdio Badalona, Ràdio Sabadell, etc.

Algunes de les emissores institucionals que es van crear, tenint en compte la que ja hem dit de Ràdio Nacional de España a Barcelona, Ràdio Juventud a Barcelona, Ràdio Berga, Ràdio Martorell, Ràdio Montblanc, etc.

La política radiodifusora del nou règim

L'Estat deroga totes les lleis existents en polítiques de radiodifusió i en dicta de noves i reafirma el monopoli que té sobre les ones de ràdio ja que es fa propietari de totes les freqüències i les assigna a qui creu convenient: empreses privades, institucions polítiques, l'Església, etc. Com per exemple la Compañía Intercontinental vinculada a Serrano Suñer o la Rueda de Emisoras de Rato.

El model radiodifusor es caracteritza perquè hi ha moltes emissores locals de poca potència que mica en mica es van incorporant a les grans emissores lligades a l'Estat i així es crea un oligopoli radiodifusor.

Totes les emissores de ràdio s'han de sotmetre a censura prèvia, les juntas locales y provinciales de la falange supervisaran el material que s'ha d'emetre per antena sense cap excepció. A aquesta supervisió diària dels continguts s'hi afegeix també la necessitat d'informar cada setmana dels incidents i de les novetats ocorregudes durant els darrers set dies a l'emissora. Aquest control es fa ja que la ràdio pot arribar a tothom,

perquè és el mitjà de comunicació més estès de l'època, i els nacionals volen tenir a la població controlada.

Quan arriben dates assenyalades com Setmana Santa, el 18 de Juliol, el Corpus Cristi, etc. els nacionals fan recomanacions a les emissores del que han de dir així com també es retransmeten parlaments moralistes de tipus propagandístic. Per altra banda, cada 26 de Gener les emissores barcelonines han de programar espais destinats a recordar l'entrada de les tropes nacionalistes a la ciutat. La ràdio doncs, es converteix en un altaveu del nacionals.

Un cop acabada la guerra, les emissores es retornaran als seus propietaris, sempre i quan demostrin la seva adhesió al nou règim i per tant es tornen a sentir les veus d'antics locutors que havien estat expulsats de la ràdio durant la guerra perquè no s'adequaven a les noves normes.

Continguts de les emissions durant el règim

Els continguts es configuraven d'acord amb les normatives oficials i es caracteritzaven pel respecte inqüestionable als valors del nou règim.

La ràdio privada no podia donar informació d'actualitat i s'havia de limitar a retransmetre continguts d'entreteniment i havia de connectar dos cops al dia per retransmetre el Diario Hablado, conegut popularment com el parte. Així doncs, les emissores privades (i sobretot les locals) es dediquen a retransmetre bàsicament obres de teatre, radionovel·les, concursos i espais d'humor.

LA RÀDIO A LA TRANSICIÓ

La ràdio en el procés de recuperació de les llibertats democràtiques

Durant la transició la informació local i comarcal estava en mans de la ràdio privada, sobre tot quan RNE tenia el monopoli informatiu. La font d'informació eren els diaris que ja havien passat la censura i per no mullar-se, els continguts eren més culturals i anecdòtics que informatius. Tot i així, hi havia intents de fer programes informatius, fins i tot es buscava el feed-back amb els oïdors a través del telèfon. Com per exemple el programa hora 25 de Ràdio Barcelona a partir del 72.

També hi havia el programa Dietari a la mateixa emissora. De continguts socials i polítics, pretenia anar més enllà dels límits de la censura i ho feia entrevistant personalitats polítiques i fins i tot clandestines.

Poc a poc el control de la informació passa de les notícies locals a les nacionals i internacionals. Però quan hi havia conflictes, el control local tornava, fins el punt que, arran del decret antiterrorista de 1975, les emissores havien d'enregistrar els programes en directe i presentar-los al Govern.

Si Franco ja havia demostrat que no volia una obertura, després de la seva mort encara s'augmenta més el control sobre els M.C. no serà fins després de les eleccions de juny del 77 quan es decreti la llibertat d'informació per a les emissores de ràdio. A partir de l'octubre del '77 la nova imatge de la ràdio en la transició es configura a partir de la llibertat d'informació i els informatius són la gran novetat.

Destaca a l'EAJ-i amb els informatius de Fermín Bocos, que analitza en profunditat l'actualitat social i política. És el primer informatiu que s'emet des de l'estació degana cap a tot l'estat i l'estil de Bocos es fa inconfusible. L'estructura i el ritme trenquen amb l'estil monòton de RNE i és molt més carismàtic.

La manera de fer ràdio canvia i apareixen els testimonis de les mobilitzacions al carrer així com més diversitat de polítics i sindicalistes. Les ràdios tenen la seva pròpia agenda i ja no es limiten a informar d'allò que volen les institucions. És a dir, aquesta transformació es dona quan veritablement es pot transmetre l'actualitat per les ones.

La importància de Ràdio Barcelona li permet fer un informatiu en català –la Ser també en feia un– a més d'un de difusió per tot l'estat.

El nou periodisme també afecta els magazines, que tracten continguts molts diferents i solen ser dirigits per no periodistes. A Catalunya destaquen les retransmissions conjuntes de les 5 emissores comercials de Barcelona. S'hi tracta l'actualitat i s'entrevisten les personalitats polítiques i culturals del moment. Això és possible gràcies a professionals com Luis del Olmo o Margarida Blanch entre altres. També és important la retransmissió de l'arribada d'en Tarradellas al '77, gràcies a les unitats mòbils.

Les limitacions de recursos es compensen amb les ganes de millorar que permeten els programes més progressistes amb intervencions de col·lectius de dones, homosexuals, etc. que apropaven la realitat al mitjà.

La ràdio arriba a la gent molt més que els diaris i fa una gran contribució en les eleccions ja que dóna a conèixer partits i les seves propostes. L'acceptació de la ràdio és molt important i queda reflectida a l'EGM de l'època. És el mitjà amb més credibilitat de la transició democràtica, per sobre de la TV. També augmenta la inversió publicitària, que esdevé imprescindible.

Aquesta etapa idíl·lica no dura indefinidament i es va perdent a partir de l'arribada al poder dels socialistes. Com que ja s'ha normalitzat la democràcia, desapareix l'eufòria per intervenir en la societat. Es reforcen el vessant informatiu i la música juvenil.

Els informatius de qualitat requereixen un cost molt elevat pel que fa a l'equip de periodistes i per evitar despeses és més còmode emetre en cadena de manera que la informació local es cobreix menys.

Les programacions es centralitzen cada cop més i es redueix l'autonomia de les ràdios locals vinculades a una xarxa. Les emissores catalanes, sobre tot les de Barcelona, ha de lluitar per col·locar programes a les hores de màxima audiència i en períodes horaris dedicats a la difusió a tot l'estat.

Als '80 i '90 els professionals catalans demostren el seu prestigi amb programes fets a Barcelona però col·locats a les graelles de les cadenes centralitzades a Madrid. Uns d'ells són Protagonistas, La radio de Júlia, Hablar por hablar i La ventana. La rendibilitat econòmica i la llibertat d'informació fan que desapareguin la ficció i els concursos.

Naixement de les emissores de la Generalitat

Als '80 es progressa en diferents àmbits: el sector privat, el públic, ràdios municipals i xarxes autonòmiques. L'Estatut d'Autonomia del '79 permet a la Generalitat regular i crear els seus propis mitjans. Al 1983 es crea l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) finançat per la Generalitat.

Al juliol del mateix any comencen les emissions regulars de Catalunya Ràdio, la ràdio nacional de Catalunya, dirigida per Jordi Costa. L'11 de setembre de 1983 comencen les emissions de TV3 i al '84 el govern català financia RAC 105, que s'estructura com una radiofòrmula musical adult contemporani, és a dir, pop rock des dels '60 fins a aquella època. Roman vinculada a la CCRTV fins els '98, quan s'associa amb el Grup Godó Radiocat XXI.

Retornant a Ràdio Catalunya, el seu objectiu és parlar del país però també del món. Al '84 Agustí Ferreries és el nou director i l'emissora fa una important transformació programàtica i a l'actualitat és líder al país català. Al '88 s'inauguren les instal·lacions de Lleida, Tarragona i Girona.

Pel que fa a RAC 105, s'especialitza en la música donat que el seu objectiu és normalitzar la ràdio musical en català. Al '98 la Generalitat deixa de fer-se càrrec de RAC 105 i la substitueix per Catalunya Cultura.

TRETS DISTINTIUS DE LA RADIODIFUSIÓ CATALANA

És un mitjà de comunicació de masses amb forta implantació a Catalunya.

El 60% de la població diu que l'escolta cada dia.

Nombre d'emissores al 1995: 410.

Es una indústria que mou anualment uns 10.000 milions de pessetes.

– Representa més del 10% de la inversió publicitària estatal

La seva capacitat d'oferta i, per tant de programació la situen en el segon lloc del total espanyol, darrera de Madrid.

A més té una gran tradició:

- la radiodifusió a Espanya va néixer a Barcelona l'any 1924 i això va ser gràcies a l'empenta de un grup de persones de la societat.
- La història demostra que la majoria dels canvis substancials que han anat tenint lloc en aquest mitjà en les diferents èpoques per les quals ha passat s'han iniciat a Catalunya.
- La radiodifusió catalana sempre ha tingut una evolució que ha estat condicionada pel context històric que ha viscut el país: els diferents graus d'autonomia i de dependència respecte a l'estat espanyol.. En 70 anys hem viscut una guerra civil i dues dictadures: la manca de normalitat ha marcat la trajectòria de la ràdio.
- Va ser durant la república que la generalitat assumí parcialment la gestió de la radiodifusió i va convertir una ràdio cooperativa privada en l'emissora oficial de la generalitat. Però això va durar molt poc. Després va trigar 50 anys en tornar a assumir competències parcials de la ràdio.
- Malgrat això, finalment es va poder crear un organisme radiodifusor autonòmic potent, situat en primer lloc del conjunt dels que funcionen a Espanya pel que fa a l'oferta i a la cobertura, i que ha assolit la major quota de penetrabilitat social.
- Durant la dictadura no hi va haver cap reconeixement de la identitat cultural catalana ni del seu fet diferencial.
- A la transició es va poder tornar a escoltar una ràdio íntegrament en català (Ràdio 4).

Les emissores municipals:

- Fet polític que ha tingut un paper important en la consolidació del model radiofònic català.
- Les emissores d'aquest tipus són un invent català. Van néixer arran de l'aparició dels ajuntaments democràtics.
- Tenen la particularitat que no segueixen un únic patró: hi ha diferents tipus d'estructures i de plantejaments segons la població on s'ubiquen. Aquests poden semblar fins i tot contradictoris. Aquest és un dels trets distintius catalans i que han ajudat a la popularització de la ràdio arreu del territori.
- Això es va iniciar als anys 30 i va continuar després de la guerra amb les petites emissores locals del Movimiento i les anomenades emissores parroquials. Aquestes van ser les pioneres en tornar a incorporar el català en la seva programació.

Les ràdios lliures:

- Catalunya va ser la porta d'entrada d'un altre moviment paral·lel a les municipals: les ràdios lliures.
- Aquestes emissores estan vinculades a moviments socials i culturals que reivindicaven l'espectre radiofònic com a suport d'expressió de la seva lluita o com a eina del debat públic.

- Aquestes ràdios van ser perseguides governativament.

El sector privat:

- el sector va tenir una evolució sensiblement diferent.
- Van posar en marxa Ràdio Barcelona als anys 20 però de seguida la van haver de cedir a Unió Ràdio de Madrid. De fet, no van arribar a tenir veritable força abans de la Guerra Civil (ja que cap sector va poder actuar de manera independent a Madrid), i la república va ser massa curta.
- 50 anys més tard la situació ha canviat ben poc. Si que ha crescut però aquest sector continua sent un dels dèficits més importants que presenta el sistema radiodifusor català.

Tal com hem dit, malgrat totes aquestes limitacions que hem esmentat, globalment el mitjà radiofònic a Catalunya manté els índexs de desenvolupament més alts del conjunt de l'Estat. Després dels anys 70 (després de la llei Fraga), Catalunya a liderat quasi tots els canvis més importants experimentats en el sector :

- per exemple en l'apartat tecnològic va ser a Catalunya on va començar el fenomen del pas de l'OM a l'FM.
- En l'apartat programàtic fou aquí on es va iniciar el desenvolupament de la ràdio musical i la implantació dels nous formats de programació. Això no va ser tampoc casualitat ja que quan té lloc un augment important de l'oferta programàtica, apareix com a resultat lògic immediat la segmentació de l'audiència.
- Per últim, la gran quantitat de petites ràdios legals i il·legals que han funcionat a Catalunya des de finals dels 70 fins ara, ha creat les condicions d'experimentació de nous formats i experiències programàtics i a la vegada ha permès la sortida de professionals que en aquests moments lideren l'audiència dels segments programàtics horaris més importants, tant aquí com a la resta d'Espanya.

Conclusió: La indústria radiofònica a Catalunya ha arribat a un elevat grau de desenvolupament, el qual està molt per damunt de la mitjana estatal per les causes que acabem d'esmentar, i això té unes conseqüències:

- la radiodifusió ha aconseguit una forta penetració social
- També disposa d'una estructura programàtica molt desenvolupada
- Per tant és molt competitiva ja que hi ha una important presència, molt diversificada, del sector públic.
- També té un sector privat, força desenvolupat, però totalment dependent des del punt de vista empresarial.

LA PROGRAMACIÓ

En els darrers temps, la programació radiofònica s'ha anat lligant cada cop més al concepte d'estratègia comunicativa. Això dona com a resultat l'homogeneïtat programàtica a la qual estem assistint. Només cal comprovar les graelles de les diferents emissores per veure l'escassíssimes diferències que hi ha entre les unes i les altres.

Aquesta pràctica d'oferir el mateix i a les mateixes hores està dotant el panorama radiodifusor d'un marcat caràcter conservador en el qual cada cop hi tenen menys cabuda el risc i la innovació.

- La ràdio generalista s'ha vingut a dir ràdio convencional. És la que ofereix varietat de gèneres programàtics adreçats a públics diversos, segmentats segons les diferents franges horàries. Aquests tipus d'emissores encara segueixen la mateixa estructura que es va configurar després de la liberalització de l'espectre.
- Pel que fa a la ràdio especialitzada, amb grans possibilitats de diversificació, creix a un ritme molt lent.

Generalista: basa tota la seva programació en dos grans gèneres: la informació i l'entreteniment:

- al matí, de 6h a 10h: informació
- fins al migdia, de 10h a 13h: entreteniment
- al migdia: de 13h a 16h informació i entreteniment
- tarda, de 16h a 19h Entreteniment...

Aquesta és la tendència general amb algunes petites diferències a les emissores públiques on les unitats programàtiques són una mica més curtes, més abundants i variades: més tipus mosaic com la BBC o la Rai.

Especialitzades: L'augment d'estacions tampoc ha aportat cap enriquiment de les ones quant a diversitat programàtica. De fet, la ràdio especialitzada d'avui és majoritàriament la radiofórmula musical del tipus 40 principals que és basa en una llista d'èxits de la més rabiosa actualitat. D'aquestes en trobem de diferents tipus: èxits internacionals, espanyols, folklòrics o bé d'estils de música com clàssica (Radio 2...).

Altres emissores especialitzades són les que donen notícies les 24 hores com Catalunya Informació o Radio 5 – Todo notícias.

FINAL DE SEGLE

Consum i estructura econòmica de la ràdio a Catalunya

a) La tècnica

Com assenyala Josep Maria Martí a "La Ràdio a Catalunya", la televisió guanya clarament la partida a la ràdio a Espanya. L'Estat espanyol se situa darrere de països com França, Anglaterra i Alemanya però també d'altres com Portugal, Grècia i Irlanda amb una discreta mitjana de 113 minuts diaris d'audició de ràdio.

Si bé gairebé tothom té un receptor, en les dades de receptors de ràdio als cotxes, Catalunya i Espanya se situen molt per darrera dels països desenvolupats. Segons Martí, els mitjans tècnics no estan prou aprofitats al nostre país i fets com la curta durada dels viatges al lloc de treball o la no prioritat de la ràdio com a equipament en el cotxe fan que l'escolta no sigui tan important com en altres territoris.

Taula: Equipament d'aparells receptors de ràdio i TV a Catalunya en % (EGM 1994)

b) L'audiència

Un segon punt és la composició de l'audiència de la ràdio a Catalunya. L'audiència per sexes és molt equilibrada contra el prejudici que la ràdio compta amb uns oients majoritàriament de sexe femení.

Tanmateix, des del punt de vista dels anunciants publicitaris, la ràdio catalana compta amb poca segmentació per grups socials a causa de la seva programació bàsicament generalista i de l'endarreriment dels estudis de l'audiència.

Taula: Sexe i edat de l'audiència de ràdio a Catalunya (EGM 1995)

c) La programació

Conjuntament amb la ràdio generalista, hegemònica durant tot un segle, durant els noranta es va consolidar el segon gran model programàtic: la ràdio fórmula o ràdio especialitzada.

L'augment del número d'emissores dedicades a la música és el principal responsable d'aquest fenomen. Des

d'aquest punt de vista, el creixement de l'emissora 40 Principales (PRISA) i l'aparició de FLASH FM, emissora de música dance amb gran èxit juvenil, són els fets més destacats de la dècada.

Taula: Ràdio generalista/Ràdio fórmula especialitzada, evolució (EGM 1990–1995)

Any	Generalista (milers de pax.)	Fórmula (milers de pax.)
1990	10.940	6.486
1991	11.457	6.767
1992	11.414	6.745
1993	12.740	6.638
1994	12.468	8.408
1995	13.894	8.343

d) La crisi de la ràdio dels 90 a Catalunya i Espanya

La història de la ràdio de final de segle a Catalunya i Espanya es caracteritza per una crisi basada en la baixada dels ingressos per publicitat que va comportar una dura reestructuració.

El precedent de l'època negra dels treballadors de la ràdio va ser el 1985 quan la compra de la SER per part de PRISA es va convertir en un primer reajustament de la plantilla de la 1a cadena de ràdio espanyola.

No va ser però fins el 1992 que la inversió publicitària va caure en picat amb les següents conseqüències:

1. Una gran reestructuració laboral amb un cost de més d'un miler de llocs de treball en 5 anys. La SER va reduir la plantilla de 1500 a 800 empleats en 4 anys, 1991–1995. Mentrestant, la COPE acomiadava unes 200 persones.

2. Centralització de les emissions i eliminació de centres de treball.

Onda Cero i la SER (aquesta última amb la compra d'Antena 3) van eliminar gran part de la seva producció fora de Barcelona.

Taula: Ingressos, resultats i personal dels principals grups radiofònics espanyols (1990–1994)

		1991	1992	1993	1994	1995
SER+A3	Ingressos	20759	19958	16668	14996	16821
	Resultats	3215	2079	949	829	2267
	Empleats	1561	1523	959	844	850
COPE	Ingressos	8450	7387	11002	10716	12535
	Resultats	–520	–2422	–2625	524	1024
	Empleats	957	897	830	666	720
Onda Cero	Ingressos	2902	5357	8678	9267	9409
	Resultats	–2870	–3657	–2330	–356	92
	Empleats	874	964	935	898	890

e) La ràdio, un sector molt deficitari a Catalunya

Cost anual, 9000 milions de pessetes (54 M €).

Guanys publicitaris, 5000 milions de pessetes (30 M €)

Les dades són clares. La ràdio perd, globalment, diners a Catalunya. Però quines són les raons d'aquestes pèrdues?:

1. Existència d'un important sector públic amb finançament publicitari només parcial (Catalunya Ràdio, RNE Catalunya, emissores municipals).
2. Feblesa del sector empresarial autòcton. Els grups radiofònics espanyols dominen el mercat català.
3. No recuperació dels nivells publicitaris de 1992 després de la crisi dels noranta.
L'exemple més clar és el de la SER: el 1995, any de sortida de la crisi, ingressava més de 16.800 M quan el 1991 n'havia arribat a ingressar gairebé 20.800 M.

Però, per què la publicitat confia ara menys en la ràdio?

- La versatilitat del sector radiofònic amb base local però que emet a nivell comarcal, de comunitat autònoma i estatal es converteix en un problema per als anunciants: el desconeixement de les audiències en cada moment d'aquestes xarxes radiofòniques crea desconfiança en elles com a suport publicitari.
- Els anunciants confien en els grans grups i, per tant, aposten per la concentració. Així, la SER, del grup PRISA, atrau gairebé un 10% dels ingressos publicitaris totals de la ràdio a Espanya (6000 M) i més de la quarta part a Catalunya. El pastís de les emissores municipals, majoritàries, és molt més petit.