

• CAPÇALERA •

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Febrer 2024 · Núm. 195 · 8 €



CENT ANYS DE RÀDIO

Es compleix un segle de la primera emissió radiofònica a Catalunya enmig de reptes i canvis tecnològics

CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

Cursos en diferents formats i nivells centrats en les habilitats professionals i l'emprenedoria, el periodisme digital, la comunicació corporativa i les tècniques de periodisme i comunicació

- » Fotografia amb el mòbil: millora i retoca les teves creacions!
- » Com dissenyar i comunicar la teva Marca Personal en les xarxes socials
- » Taller de perfeccionament de locució de productes audiovisuals
- » Comptabilitat i fiscalitat per a periodistes freelance
- » Webinar: Com multiplicar la potència de ChatGPT amb l'ús de plugins
- » Com gestionar una crisi en totes les seves etapes. Nivell avançat
- » Branded content
- » Tècniques de storytelling persuasiu per a l'àmbit professional
- » E-mail màrqueting amb Mailchimp
- » Com monetitzar el teu propi contingut
- » Verificació a internet i xarxes socials
- » Coneix Meta Business Suite i el compte comercial
- » Programa superior en Digital Media Management
- » Vídeo storytelling amb el mòbil per a les teves xarxes socials
- » Lobbime. Assumptes públics i influència: l'art de representar interessos
- » Taller d'intel·ligència artificial: tècniques de generació de continguts per a periodistes
- » Programa avançat d'estratègia en xarxes socials
- » 15 claus per crear una newsletter d'èxit
- » Webinar Aprèn a utilitzar la nova xarxa Threads
- » Webinar Usa Canva de forma professional
- » Webinar Eines i apps per gestionar la informació i crear continguts
- » Curs avançat de comunicació inclusiva i no sexista
- » Elaboració d'un pla de comunicació
- » Practica el periodisme mòbil (Mojo)
- » Com escriure un discurs oral
- » Taller en línia de Podcasts per a periodistes. Nivell avançat
- » Perfecciona les teves habilitats com a formador/a
- » Anàlisi web per a periodistes
- » X vs Mastodon, SkyBlue & Threads
- » Apptualitza't! Eines de productivitat que et faran la feina més fàcil
- » Registre d'empreses en xarxes socials

04 CARTA DEL PRESIDENT
PER L'UNIVERS RADIOFÒNIC,
SEMPRE ENDAVANT
TEXT Pere Aragonès i Garcia

06 CARTA DE L'ALCALDE
CENT ANYS AMB BARCELONA
TEXT Jaume Collboni

08 CARTA DEL DEGÀ
EL PRIMER SEGLE
TEXT Joan Maria Morros

10 REPORTATGE
ELS ORÍGENS CONVULSOS
DE LA RÀDIO
TEXT Jordi Rovira

18 REPORTATGE
UN SEGLE EN IMATGES
TEXT Eudald Coll
OPINIÓ Antoni Bassas

26 REPORTATGE
CENT ANYS D'EVOLUCIÓ
I DE RESISTÈNCIA
TEXT Susana Pérez-Soler
OPINIÓ Marta Romagosa

30 REPORTATGE
ELS DIES GRANS
TEXT Alberto Gómez
OPINIÓ Rafael de Ribot

34 UN TALL GENERACIONAL
TEXT Laura Saula
OPINIÓ Josep Maria Martí

38 REPORTATGE
AIXÒ VA DE DEBÒ
TEXT Adrián Caballero
OPINIÓ Andreu Buenafuente

42 REPORTATGE
LA HISTÒRIA RECUPERADA
TEXT Isabel Carvajal
IL·LUSTRACIÓ Anna Falcó
OPINIÓ Cinto Niqui

46 REPORTATGE
TRANSFORMACIÓ DIGITAL
TEXT Jordi Pacheco
OPINIÓ Maria Xinxó

50 REPORTATGE
EL MÒBIL ES MENJA
EL TRANSISTOR
TEXT Francisco Javier Rodríguez
Baena
OPINIÓ Pepa Fernández Vallès

54 REPORTATGE
ELS FORMATS QUE
MARQUEN EL CAMÍ
TEXT David Meseguer
OPINIÓ Xavier Ribes

58 REPORTATGE
LA IGUALTAT QUE
NO ARRIBA
TEXT Elvira Altés
OPINIÓ Neus Bonet

62 REPORTATGE
LIDERATGE SENSE CURA
TEXT Carme Escales
IL·LUSTRACIÓ Edmon de Haro
OPINIÓ Montse Melià

68 REPORTATGE
LA FORÇA DE
LA PROXIMITAT
TEXT Marga Durà
OPINIÓ Gemma Peris
i Duran

72 REPORTATGE
IDENTITAT DE BARRI
TEXT Victòria Hita
FOTOS José Luis Gómez Galarzo
OPINIÓ Armand Balsebre

76 REPORTATGE
LA RÀDIO MUSICAL
MANTÉ EL POLS
A SPOTIFY
TEXT Francesc Ponsa
OPINIÓ Carles Cuni

80 REPORTATGE
REFUGIATS A LES ONES
TEXT Anna Pruna Galdón

84 REPORTATGE
A ALTES HORES
TEXT Sandra Balagué
OPINIÓ Roberto Sánchez

88 REPORTATGE
A UN PAM DE L'ORELLA
TEXT Jordi Morató Bullido
OPINIÓ Jordi Basté i Josep Cuní

94 REPORTATGE
VIATGE ESCRIT
AL MÓN DE LA VEU
TEXT Joan Palomés
OPINIÓ Enric Calpena

98 COM ENS VEU...
Sara Porras

• Ç •

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 195

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya
DIRECTOR Jordi Rovira

CONSELL EDITORIAL Francesc Canosa, Joan
Maria Morros, Ismael Nafria, Núria de José,
Xavier Puig

CORRECTORA Susanna Jiménez

DOCUMENTACIÓ Núria Comellas Gaya

DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro

SECRETÀRIA Alicia Llamazares

PUBLICITAT Martí Calsapeu i Vidal /

Xavier Puig

FOTO PORTADA Ràdio Barcelona-SER

REDACCIÓ

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Rambla de Catalunya, 10, principal

08007 Barcelona

t 933 171 920

comunicacio@periodistes.cat

www.periodistes.cat

DEMARCACIONS

Nou del Teatre, 1, 1r, 1a · 17004 Girona,

t 972 209 162

Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,

t 973 240 044

August, 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,

t 977 245 454

Ramon Berenguer IV, 26, prl · 43500

Tortosa, t 977 442 490

Plana de l'Om, 6, 1r · 08241 Manresa

t 938 723 720

JUNTA DE GOVERN

DEGÀ Joan Maria Morros

VICEDEGANS Jordi Grau, Josep Baubí,

Laura Alcalde, Esteve Giral, Núria de José

i Mar Martí

SECRETARI Xavier Vilà

TRESORER Jordi Català

VOCALS Pipo Serrano, Enric Sierra, Laura Sau-

la, Cristina Salvador, Susanna Quintana, Rosa

Gil, Montse Palau, Maria José Recoder, Jordi

Margarit, Cristina Calderer, Abraham Orriols,

Nil Via, Gemma Sánchez, Magda Gregori,

Ester Medico, Marta Bonilla, Arnau Martínez

i Eduard Font.

GERENT Martí Calsapeu i Vidal

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89

ISSN 1135-1047

IMPRESSIÓ Rotimpres

AMB EL SUPORT DE:



Generalitat de Catalunya
Departament
de la Presidència

PER L'UNIVERS RADIOFÒNIC, SEMPRE ENDAVANT



La ràdio m'ha acompanyat al llarg de la vida. Ja de ben petit recordo escoltar fascinat com els avis Antonio i Juana m'explicaven que s'havien passat hores escoltant d'amagat Ràdio Pirenaica, amb la ràdio antiga que tenien al menjador de casa. Unes veus que els relataven que hi havia un món en llibertat, un món que la dictadura amagava.

A casa em van encomanar l'amor per aquest mitjà de comunicació i per seguir l'actualitat quan m'explicaven tot allò que encara no entenia. De fet, l'hàbit d'escoltar la ràdio m'ha acompanyat sempre i encara ara l'escolto per seguir l'actualitat i l'estat d'opinió i per informar-me'n.

De tots els moments de ràdio que m'han acompanyat, n'hi ha que recordo amb un afecte especial. Un dia Ràdio Pineda es va convertir en el centre d'operacions d'una campanya per ajudar persones que patien la guerra de Kosovo, organitzada per un grup de joves del poble.

"ELS AVIS ANTONIO I JUANA M'EXPLICAVEN QUE S'HAVIEN PASSAT HORES ESCOLTANT D'AMAGAT RÀDIO PIRENAICA"

Aquell altaveu ens va ajudar a mobilitzar tots els veïns i veïnes. Això va ser la plasmació del poder de la ràdio com a mitjà de comunicació al servei de la ciutadania, com a instrument de servei públic.

Si parlo com a oient, m'ho vaig passar molt bé seguint el programa *Pasta gansa* que s'emetia a Catalunya Ràdio i, si parlo com a col·laborador, va ser tot un repte participar en el *Versió RAC1* com a jove tertulià.

Catalunya té un univers comunicatiu plural i divers que reflecteix la pluralitat i la diversitat de la Catalunya dels vuit milions, i això ens fa estar especialment orgullosos. Perquè els mitjans de comunicació són un element fonamental en la construcció de la ciutadania, en la formació d'un nosaltres compartit que ens cohesionava i ens empodera.



Foto: Dones a les ones

Uns mitjans forts i independents són una garantia de la salut democràtica del país. Per això és tan important tenir un ecosistema radiofònic com el nostre, alimentat per professionals amb talent i rigor com els que agrupa el Col·legi de Periodistes.

Perquè totes i tots els periodistes honestos i compromesos amb la professió desenvolupen una

funció indispensable en la transformació cap a una Catalunya més verda, més feminista, més justa i plenament lliure.

Per molts més anys de ràdio!

Pere Aragonès i Garcia

President de la Generalitat de Catalunya

EL PATRONAT
DE TURISME DE LA
DIPUTACIÓ DE LLEIDA
FELICITA I AGRAEIX A
TOTS ELS I LES
PROFESSIONALS QUE
HAN FET I FAN RÀDIO
A CATALUNYA EL SEU
SUPORT A LA DIFUSIÓ
TURÍSTICA DE LES
COMARQUES
DE LLEIDA.

Una tasca que, any rere
any, reconeixem amb
la concessió del **Premi
Turístic Internacional
“Pica d'Estats”**.

**Per 100 anys més
de bona ràdio a
Catalunya!**



PREMI INTERNACIONAL
DE PERIODISME TURÍSTIC

PREMIO INTERNACIONAL
DE PERIODISMO TURÍSTICO

PRIX INTERNATIONAL
DE JOURNALISME TOURISTIQUE

INTERNATIONAL PRIZE
OF TOURIST JOURNALISM

www.aralleida.com/pica



CENT ANYS AMB BARCELONA



Una de les imatges més entranyables del Nadal barceloní és la llarguíssima cua de pares i mares amb els seus fills, del carrer Casp al passeig de Gràcia, per dur joguines a la campanya solidària “Cap nen sense joguina” de Ràdio Barcelona. Aquesta marató radiofònica i solidària de la nit de Reis forma part de la nostra memòria col·lectiva i exemplifica a la perfecció allò de què és capaç aquest mitjà: informar, entretenir i, alhora, esperonar els millors sentiments i estimular la imaginació. I aquest és probablement el poder diferencial de la ràdio, que enguany compleix 100 anys de joventut.

El 14 de novembre del 1924 les ones de Ràdio Barcelona s'escampaven per primera vegada des de les antenes de l'Hotel Colón de plaça Catalunya. Els pocs barcelonins i barcelonines que aleshores tenien un transistor podien escoltar les paraules d'inauguració del nou mitjà

“D'ENÇÀ DE LA PRIMERA EMISSIÓ DE RÀDIO BARCELONA, LA SEVA HISTÒRIA HA ESTAT LLIGADA A LA HISTÒRIA DE LA CIUTAT”

de l'alcalde Darius Rumeu: “Saludo Barcelona, ciutat que ha sabut reaccionar i associar-se al moviment regenerador del món sencer, en un anhel de veritable pau i fixant el seu pensament de confraternitat cap a la resta dels pobles”. Aquestes paraules les van poder escoltar, a través de potents altaveus, les persones que s'aplegaven a la plaça i al vestíbul d'aquest hotel convertit en efímera seu de l'emissora degana del país, EAJ-1, abans que es traslladés a la casa de la ràdio definitiva, al carrer Casp.

Així doncs, d'ençà de la primera emissió, la seva història ha estat lligada a la història de Barcelona, tant en els moments més difícils, com la Guerra Civil o l'intent de cop d'estat —encara recordo els pares escoltant angoixats les informacions a través d'un transistor—, com també en els més esplendorosos, com l'arribada de la democràcia o els Jocs Olímpics del 92.

Ràdio Barcelona compleix un segle i amb ella ho celebren totes les emissores de Catalunya, convertides en inspiradores professionals de tot Espanya, que durant aquests 100 anys han esdevingut referents informatius, notàries dels grans esdeveniments, prescriptores musicals per als qui aprofitem qualsevol estona per escoltar bona música i acompanyants de la nostra quotidianitat.



Foto: Ràdio Barcelona / SER

La ràdio arriba al seu centenari amb tants oients com sempre, amb una gran repercussió social i amb un futur empresarial endreçat. La televisió no la va arraconar, va assistir al funeral del vídeo d'aquella cançó que en pronosticava la mort i també sobreviurà a Internet, perquè la ràdio és tan ràpida i tan democràticament gratuïta com la

xarxa amb què s'ha sabut aliar per créixer utilitzant bàsicament les seves eines fundacionals: veu, imaginació i talent.

Com a alcalde és un orgull que aquesta història s'iniciés a Barcelona. Estic convençut que la ràdio seguirà a peu de micro les importants fites que la ciutat té al davant —des de la Copa Amèrica fins a la celebració d'un altre centenari, el de l'Exposició Universal del 1929—, alhora que testimoniarà la vitalitat dels barris i de la cultura barcelonina.

La meva enhorabona a totes les persones professionals que ho feu possible.

Visca la ràdio!

Jaume Collboni
Alcalde de Barcelona



ROYAL BLISS®

FREEDOM TO *Mix*



Cada mescla inspira.

*Fes la mescla que vulguis amb Royal Bliss
i descobreix la teva obra mestra.*

EL PRIMER SEGLE



Tens a les mans un número molt especial de CAPÇALERA, la revista del Col·legi de Periodistes de Catalunya: un monogràfic dedicat als 100 anys de la ràdio a Catalunya, que publiquem al febrer coincidint amb el mes en què se celebra el Dia Mundial de la Ràdio.

En aquest exemplar trobareu articles, reflexions i opinions escrites per periodistes i comunicadors de primer nivell del país, que completem amb àudios de les píncoles personals que han fet expressament per a aquesta revista.

La ràdio és el mitjà de comunicació que no només ens explica què està passant i ho analitza, sinó que també ens acompanya a tot arreu. I ens acompanya ja sigui des del transistor que hi havia, i que encara hi ha, a moltes cases, ja sigui des de les minicadenes de so, els televisors amb TDT o els mòbils que tenim a la butxaca, al cotxe... Podem escoltar la ràdio sempre, en qualsevol moment, mentre estem fent qualsevol altra cosa. Una fórmula insuperable que molts han anat donant per morta a mesura que apareixien altres



uns quants dies més..., fins que es va convertir en dedicació professional als 20 anys, com a corresponsal a l'Anoia de Catalunya Ràdio, i a RAC1, on treballa des del 2000. I sempre passant-ho molt i molt bé, en aquest ofici, i tenint la sort, com tot sovint em deien els meus pares, de treballar en una feina que em fa gaudir i aprendre cada dia, perquè faig el que volia fer des de ben petit, ja sigui des de la redacció d'esports com des dels informatius, formant part de totes les seccions, treballant en tots els torns i cada dia de la setmana.

La ràdio és una part de la vida, i ho és per a tots els que ens hi dediquem. Perquè, com diuen els clàssics, té un no-sé-què que t'ho dona tot, i tu li ho dones tot. I diria que és un sentiment que compartim totes les persones que ens hi hem dedicat i que ens hi dedi-

quem, i també els que s'hi dedicaran. Perquè això és el que valoren totes les persones que ens han escoltat i que ens escolten, i també els que ens escoltaran. Això és el que fa gran la ràdio. El que la fa imbatible. I només han passat els seus primers 100 anys de vida.

Ja són 100 anys! Una xifra prou important per tenir una revista monogràfica que volem que sigui de col·lecció, d'aquells exemplars que ens agrada guardar en paper i rellegir de tant de tant. I creiem que ho hem aconseguit. Espero que en penseu el mateix.

Ben cordialment,

Joan Maria Morros

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya


"A CASA, ELS PARES TENIEN SEMPRE LA RÀDIO ENCESA. A LA CUINA, AL MENJADOR O A L'HABITACIÓ DE PLANXAR. GAIREBÉ COM SI FOS UN FIL MUSICAL"

mitjans, però que s'ha adaptat a tot i de la millor manera possible i n'ha sortit més forta i amb bona salut.

La meua relació amb la ràdio ve de molt petit. Recordo que a casa els pares tenien sempre la ràdio encesa: amb transistors a la cuina, al menjador o a l'habitació de planxar, i funcionava gairebé com si fos un fil musical. També l'engegàvem sempre al cotxe, aquell Seat 124 on resintonitzàvem unes quantes vegades manualment les emissores quan es perdia la freqüència que s'escoltava a Igualada. Tota la infantesa, els anys d'adolescència, escoltant la ràdio.

I als 17 anys vaig entrar a col·laborar a Anoia Ràdio-Cadena 13, a Igualada. Primer unes hores només un dia a la setmana, després

deganat@periodistes.cat



En el temps que tardes a llegir aquest anunci, l'aigua de l'aixeta passa 5 controls de qualitat.

L'aigua de Barcelona i la seva àrea metropolitana és una de les aigües més controlades del món. I ho és gràcies a l'esforç d'un equip de 1.000 persones que gestiona el cicle integral de l'aigua, i que fa més de 30 controls de qualitat cada 5 minuts per garantir la millor aigua per a tu i per al planeta.



**Aigües de
Barcelona**

La gestió responsable



Redacció de Ràdio Barcelona als seus inicis. Foto: Alexandre Merletti / Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya

ELS ORÍGENS CONVULSOS DE LA RÀDIO

La història dels pioners que van crear
la primera emissora de tot l'Estat

TEXT JORDI ROVIRA

Uns pioners, una nova tecnologia, una dictadura i una sèrie d'interessos empresarials. En aquest context, un llunyà 1924, va néixer Ràdio Barcelona, que es va convertir en la primera emissora de l'Estat espanyol. La història d'aquella efemèride comença gràcies a l'entusiasme d'uns homes que entenen la força que pot agafar la telefonia sense fils i que, dos anys després, s'uneixen a Unión Radio. Tres anys més tard se separarien i crearien Ràdio Associació de Catalunya. Tot plegat en uns anys en què, sobretot amb l'arribada de la República, aquest nou mitjà de comunicació esdevé tot un fenomen social.

Aviat farà un segle. Va ser a les 18.30 hores del 14 de novembre del 1924, des de l'Hotel Colón de la plaça Catalunya, que es va poder escoltar: "EAJ-1 de emisiones Radio Barcelona. La estación radiodifusora EAJ-1 de emisiones Radio Barcelona". Acabava de néixer la primera emissora radiofònica de l'Estat i la tercera d'Europa.

Des de sempre s'ha dit, i s'ha repetit, que aquelles primeres paraules van ser dites per Maria Sabater, secretària de direcció de l'emissora, a qui van fer-les llegir. Però no és correcte. "En algun moment deuria parlar en antena durant les emissions de prova, però no era locutora. El veritable primer locutor de Ràdio Barcelona, que va parlar durant la inauguració oficial el 14 de novembre del 1924, era Rafael del Caño", aclareix Xavier Sánchez, responsable de l'Arxiu Sonor de Ràdio Barcelona.

Un cop dites aquelles primeres paraules, l'alcalde Darius Rumeu, baró de Viver, va fer un petit parlament; després es van emetre falques publicitàries ("Estómagos, intestinos... Servetinal, Servetinal") i intervencions musicals, la primera d'elles *Granada*, d'Isaac Albéniz. Però aquella ràdio no s'assemblava gens a l'actual. "Tècnicament, aquell primer estudi de l'Hotel Colón està molt allunyat d'allò que va ser més tard. Per exemple, els primers micròfons no tenen res a veure amb el que imaginem com un micròfon, ja que eren unes caixes. I la primera antena tenia molt poca potència, i l'emissió, una qualitat que escoltada avui seria horrible", afirma Jaume Serra, director de Prisa Media a Catalunya. Però d'on va sorgir aquella ràdio? Com s'hi va arribar?

PIONERS ENTUSIASTES

L'any anterior, el 1923, l'enginyer Josep Maria Guillén, llicenciat en Ciències per la Universitat de la Sorbona de París, i Eduard Solà, impressor i afeccionat a la ràdio, creaven *Radiosola*, revista especialitzada en aquell nou mitjà que havia despertat la seva atenció. A París, Guillén s'havia interessat per les emissions que es

feien des de la Torre Eiffel i que es podien escoltar des de Barcelona gràcies a la British Broadcasting Company (BBC).

L'octubre del 1923, poc després de la creació de *Radiosola*, organitzen, des de la revista, una reunió amb industrials i comerciants interessats "en el desenvolupament d'aquesta nova forma de difusió del pensament humà". A la reunió només hi van anar quatre persones, així que van haver de fer una segona convocatòria, i aquest cop sí que va haver-hi molta concurrència. Els presents creen l'Associació Nacional de Radiodifusió (ANR), que ha d'impulsar una nova emissora.

A LES 18.30 HORES DEL 14 DE NOVEMBRE DEL 1924 VA NÉIXER RÀDIO BARCELONA, LA PRIMERA EMISSORA D'ESPANYA I LA TERCERA D'EUROPA

"Són uns apassionats de les novetats tecnològiques. La majoria tenen representació de marques comercials amb seu a França, la Gran Bretanya, els Països Baixos o els Estats Units. Molts d'ells viatgen amb certa regularitat a fires de mostres i veuen què s'està fent a la resta del món", explica Margarida Moles, cap de Comunicació i secretària del consell rector de Ràdio Associació de Catalunya, la qual ha investigat a fons aquell període. "Són, a més,

uns obsessionats per la pedagogia sobre la radiodifusió, cosa que els porta a editar moltes revistes que donen informació d'aquest àmbit", afegeix.

AQUELLS PIONERS EREN UNS APASSIONATS DE LES NOVETATS TECNOLÒGIQUES QUE VEIEN QUÈ S'ESTAVA FENT A LA RESTA DEL MÓN

"Catalunya va a rebuff dels països més avançats", assegura Francesc Canosa, membre de la Junta de Ràdio Associació i director de la col·lecció *Història del periodisme de Catalunya* (Sàpiens, 2017),

en referir-se a aquells visionaris de les possibilitats del sistema TSF (telefonía sense fils). I recorda que, només dos anys abans de la creació de l'ANR, s'havia creat la BBC. "El model català és original, únic i mixt. Per una banda, surt de la iniciativa privada, dels empresaris tècnics, talment com als Estats Units, però, per l'altra, té una voluntat pública, popular, com la BBC i els sistemes europeus. Catalunya és allà... amb Anglaterra, França, els Estats Units", afirma.

El febrer del 1924, aquells pioners presenten a la Direcció General de Telégrafos la sol·licitud per a una llicència d'emissora i un d'ells, Eduard Rifà —empresari entusiasta de les novetats tecnològiques i l'ideòleg de l'ANR—, es desplaça fins a Anvers per comprar un aparell de la casa Teléfonos Bell. El 10 d'octubre comencen a fer-se proves d'emissió, el 12 de novembre els concedeixen la llicència i, dos dies més tard, s'inaugura l'emissora.

UNIÓ POLÈMICA

La programació dels inicis de Ràdio Barcelona era sobretot musical. Cal pensar que té lloc sota la dictadura de Primo de Rivera, amb la restricció de drets i llibertats que hi havia (s'obligava a emetre en castellà) i una censura que impedia impulsar una ràdio informativa.

Però aquells pioners no estaven sols. El 19 de desembre del 1924, a Madrid, s'havia creat Unión Radio, que tenia al darrere un grup financer solvent. "La creació d'Unión Radio es fa amb socis industrials que aporten cadascun 50.000 pessetes. L'aportació de les persones vinculades a les empreses comercials per crear l'ANR va ser molt més reduïda, de 1.200 pessetes a fons perdut i unes altres 1.000 mensuals, destinades a les emissions. Així doncs, el

múscul financer de totes dues iniciatives va ser molt diferent”, destaca Rosa Franquet, investigadora de la història de la ràdio i catedràtica de Comunicació Audiovisual a la UAB. Unió Radio comença a emetre el juny del 1925. “Des de la seva constitució volen crear una xarxa d'emissores a les principals ciutats de l'Estat, que inclou una emissora a Barcelona”, afegeix Franquet. “És una empresa que té el suport de la dictadura de Primo de Rivera i els concursos estatals de radiofonia sempre es plantegen perquè guanyi el monopoli. Són un escàndol i els pioners de l'ANR hi tenen molt a veure a l'hora d'haver-los d'anul·lar”, afirma Moles.

El 10 de febrer del 1926, Ràdio Barcelona es va associar amb Unió Ràdio, que el 1929 acabaria comprant per passar a dir-se Unió Radio Barcelona. “Volen Barcelona com sigui —assegura Moles—, així que amenacen de muntar una emissora per fer la competència a EAJ-I i, al final, el 1926, troben una fórmula molt més directa. Formalment no ho és, perquè hi ha una venda d'accions, però les famílies i els protagonistes sempre fan ús de la paraula *incautació*, perquè és com ho viuen. Va ser un episodi polític, ja que aquesta època es va veure envoltada de persecucions, denúncies, registres policials a les cases, retencions... dels qui van posar en marxa

AQUELLA EMISSORA NEIX EN UN CONTEXT DIFÍCIL, SOTA LA DICTADURA DE PRIMO DE RIVERA, AMB CENSURA I RESTRICCIÓ DE DRETS I LLIBERTATS

l'emissora de Barcelona”. “Jo no puc saber com ho van viure aquells pioners —admet Franquet—, però hi ha aquest intercanvi d'accions i bons d'Unió Radio als socis fundadors. Les possibles pressions per arribar a aquests acords tenen un context d'una dictadura que veia bé la concentració i, per tant, el projecte d'Unió Radio”.

Des de la SER, Jaume Serra ho veu molt diferent. Assegura que en l'actual centena-



Els impulsors de Ràdio Barcelona, l'any 1924, durant la inauguració. Foto: Ràdio Barcelona / Cadena SER

ri de Ràdio Barcelona hi ha consens entre els operadors a centrar-se en els reptes i en la vitalitat del mitjà avui en dia, i a mantenir la voluntat de seguir impulsant la innovació. “Qualsevol cosa que desviï l'atenció és fer un mal servei a la ràdio catalana i als seus professionals. Ara bé, és tan intolerable com trist voler dividir el sector de la ràdio inventant relats mancats de rigor”, critica. “El que seria més sensat —afegeix— és deixar la lectura històrica per als acadèmics, ja que afortunadament la història de la ràdio d'aquest país ha estat molt ben estudiada. Dit això, tothom és ben lliure de fer el que vulgui, però a nosaltres no ens hi trobaran, en res que perjudiqui la ràdio”.

Hi ha, doncs, una lluita pel relat sobre aquells orígens? “No hi ha cap lluita pel relat. El que fem des de Ràdio Associació és exposar el resultat d'una recerca que fa anys que fem, amb algun episodi que hem aconseguit aclarir amb referències escrites

RÀDIO BARCELONA ORDENA L'ARXIU

Ràdio Barcelona-Cadena SER ha iniciat la digitalització i la catalogació del seu fons documental i fotogràfic, uns dos mil documents. Es tracta d'unes fotografies que, bàsicament, es troben en format paper, tot i que també se'n conserven negatius, diapositives, plaques de vidre i algunes imatges en CD o DVD. Es conserva una gran quantitat de documentació sonora, catalogada fa temps, però l'escrita i fotogràfica no havia estat encara digitalitzada. Ràdio Barcelona ha signat un conveni amb l'Escola Superior d'Arxivística i Gestió de Documents de la UAB, pel qual els seus alumnes s'encarreguen de la digitalització i catalogació sota la supervisió del Departament de Documentació de l'emissora.



HI SOM PER TU

i el record dels familiars. Això és aportar informació, perquè la línia històrica dels 100 anys de la ràdio a Catalunya té molts més matisos dels que s'han explicat. El que fem és complementar. L'episodi més fosc de la nostra història va tenir com a protagonista Unión Ràdio —que no és la SER— i la dictadura. Aportar llum a situacions històriques excepcionals no ha d'incomodar ningú i, personalment, crec que així és. Cap problema”, afirma Moles.

NEIX RÀDIO ASSOCIACIÓ

Però continuem amb la història. “Les pugnes entre l'ANR i Unión Radio van ser virulentes i es produirà una ruptura definitiva a l'estiu del 1929”, explica Franquet. I dues setmanes més tard, l'ANR anuncia que demanarà una llicència de ràdio per continuar el projecte iniciat amb Ràdio Barcelona. “Ràdio Associació de Catalunya neix l'any 1930 amb l'indicatiu EAJ-15, impulsada, en bona part, pels socis que havien creat l'ANR”, diu Franquet.

“La dictadura tarda sis mesos a concedir aquesta llicència. Un altre escàndol de dilatació en el temps. Quan s'atorga la llicència estatal, les condicions són deplorable: poques hores i els pitjors horaris per protegir les emissions d'Unión Radio Barcelona”, denuncia Moles. “Aquestes restriccions desapareixen amb la República”, afegeix Franquet.

El 15 d'abril del 1931, el president Francesc Macià signa un decret que dona llibertat d'emissió a EAJ15-Ràdio Associació. Per això, vist amb perspectiva, Enric Frigola, periodista veterà i bon coneixedor dels inicis de la ràdio, destaca l'efecte d'aquella separació entre l'ANR i Unión Radio. “Va tenir un efecte positiu, del tot inesperat: la creació de Ràdio Associació de Catalunya, amb un tarannà molt diferent (per començar, l'únic idioma que emprava era el català), va contribuir en gran mesura a la popularització del mitjà gràcies a la creació de noves emissores arreu de Catalunya, establint la primera xarxa radiofònica de la història”.

“A partir d'aquest moment, EAJ-15 es converteix en l'emissora republicana per excel·lència, la més moderna, la que actualitza tots els lèxics en català, amb una idea de la publicitat totalment nova, amb activitats dins i fora de l'emissora que arrosseguen milers de seguidors, amb una xarxa territorial completa, inaugurant

censura prèvia i va permetre el desenvolupament de la ràdio informativa i la utilització de les ones per part d'institucions, associacions, grups polítics i dirigents socials i polítics. Les taxes d'analfabetisme eren elevades i la ràdio constituïa un mitjà per a l'esbarjo, informatiu i, alhora, educatiu”, afegeix.

AQUELLS PIONERS CATALANS S'ACABEN UNINT A UNIÓN RADIO, PERÒ EN MARXEN TRES ANYS DESPRÉS I CREEN RÀDIO ASSOCIACIÓ

Ràdio Girona i Ràdio Lleida, i un acord amb Ràdio Tarragona; amb nous estudis i dependències a la seu de la Rambla, amb Rosalia Rovira com la locutora més ben pagada i valorada d'Europa... És una emissora moderna i d'alta qualitat de continguts”, resumeix Moles. “En crear una xarxa amb emissores a cada capital de província, va fer un pas important en la seva consolidació, i la programació cada cop compta amb més acceptació”, explica Franquet. Perquè, a la República, la ràdio es va convertir en un autèntic mitjà de masses. “La República va eliminar la

Canosa —que va descobrir el projecte d'una televisió catalana durant la República, tal com explicava al llibre *Re-*

pública TV (Dux Editorial, 2009)— recalca el vessant polític dels mitjans de comunicació durant aquell període. “La prova exacta, precisa, és que les competències en ‘radiodifusió’ són aprovades a l'Estatut de Núria del 1931 majoritàriament pel poble i les retalla l'Estat espanyol el 1932. El conflicte sobre el traspàs de la ‘radiodifusió’ va ser un dels debats més encesos a les corts republicanes, i tots els partits catalans hi van donar suport. Va ser una batalla per la realitat, ja que entenien que era el ser o no ser d'una nació: l'escoltar i el veure, o el no escoltar i el no veure. Els mitjans ho



Un dels primers tècnics que va tenir Ràdio Barcelona. Foto: Alexandre Merletti / IEFC

EMERGÈNCIA PER SEQUERA L'AIGUA NO CAU DEL CEL



Catalunya viu una de les sequeres més intenses mai registrades. La Generalitat de Catalunya ha engegat prop d'un centenar d'actuacions per augmentar la disponibilitat d'aigua. S'inverteixen més de 2.400 milions d'euros en la construcció

de noves dessalinitzadores i potabilitzadores, en millores en la gestió dels embassaments i les xarxes d'abastament, i també en la recuperació de pous i aqüífers, entre d'altres accions. Però no n'hi ha prou. Necessitem l'esforç de tothom.

Estalvia aigua. És urgent.

I EL MUSEU DE LA RÀDIO?

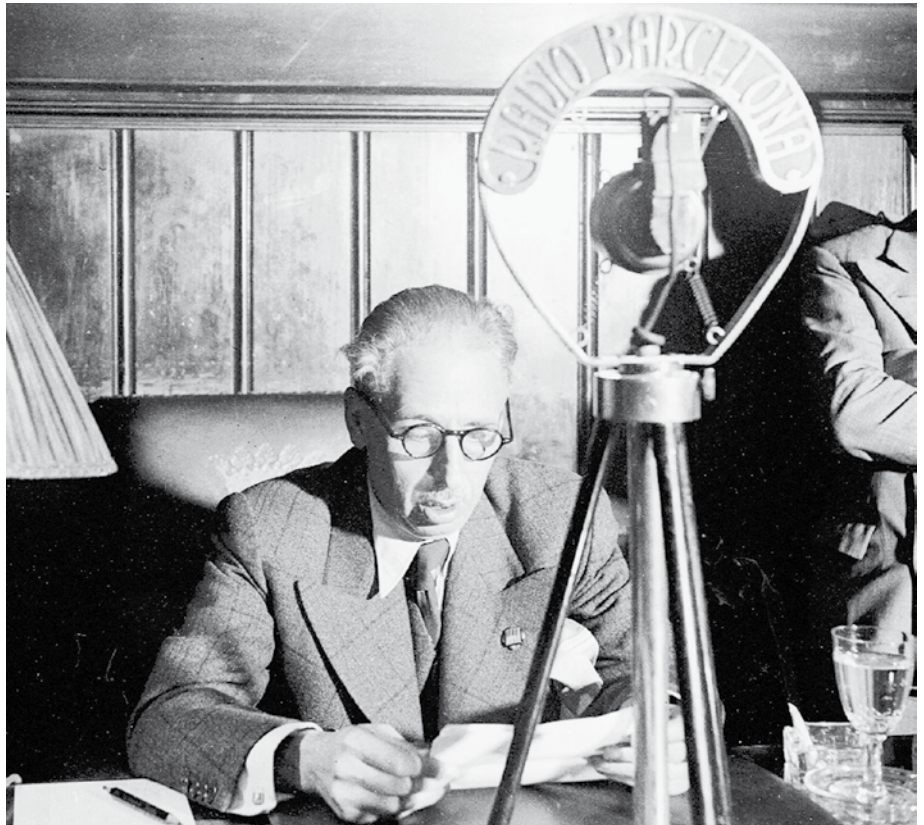
El 13 de febrer del 2018, coincidint amb el Dia Mundial de la Ràdio, es va presentar un manifest en favor de la creació d'un Museu de la Ràdio a Barcelona. El manifest, que tenia el suport del Col·legi de Periodistes, estava impulsat pels programes *L'altra ràdio* i *Cocodril Club* i demanava la creació d'un centre didàctic i lúdic dedicat a preservar la memòria sonora del mitjà radiofònic, la construcció d'un relat històric dels seus professionals i el foment de l'ús del llenguatge sonor com a eina expressiva i creativa. El 14 de febrer de 2023, representants d'institucions acadèmiques i professionals del mitjà van reivindicar, de nou, la creació del museu. Aquest cop van fer-ho durant la presentació de l'Arxiu Sonor de la Ràdio a Catalunya, a la seu de l'Institut d'Estudis Catalans.

són tot d'un país. La realitat mediàtica és un fet als anys trenta, i sense mitjans no hi ha realitat", assegura.

EL TRASBALS DEL FRANQUISME

"L'any 1936, amb el cop d'estat franquista, la Generalitat confisca les dues emissores de Barcelona, EAJ-1 i EAJ-15, i alguns continguts passen a ser compartits", afirma Moles. I aquells projectes radiofònics que havien anat agafant embranzida, van quedar interromputs bruscament el 26 de gener del 1939 amb l'ocupació de Barcelona per part de les tropes franquistes. Aquell dia, totes les emissores de ràdio que emetien en català van deixar de fer-ho i van passar sota el control dels vencedors.

"Quan el 1939 les tropes franquistes entren a Barcelona, EAJ-1 no està funcionant perquè té desperfectes per un bombardeig. Les tropes van directes a EAJ-15, que és a la Rambla. Desapareixen els arxius



Lluís Companys, als anys trenta, a Ràdio Barcelona. Foto: Ràdio Barcelona / Cadena SER

documentals i sonors... i mesos després canvien el nom d'EAJ15-Ràdio Associació de Catalunya pel de Ràdio Espanya de Barcelona", assegura Moles. "El canvi va ser total", explica Frigola. "El sol fet de prohibir el català —prosegueix— i d'emprar el castellà com a idioma únic

DARRERAMENT, S'HAN INVESTIGAT FORÇA AQUELLS ORÍGENS, TOT I QUE ENCARA ÉS UNA PART DE LA HISTÒRIA DE LA RÀDIO POC EXPLICADA

va provocar un estat de xoc entre els milers d'oients que ja s'havien acostumat a una manera molt genuïna d'escoltar la ràdio".

Amb l'arribada de la democràcia, el 1980, es constitueix novament la societat Ràdio Associació de Catalunya i, entre altres coses, es comença a investigar per conèixer els orígens de la ràdio i la història

d'aquells pioners. Un segle després, però, encara hi ha molt desconeixement. "La gent coneix la BBC i l'ANR no", resumeix Canosa. "És una part de la història de la ràdio a Catalunya que s'ha explicat poc, i sovint em pregunto si entre les noves generacions de comunicadors hi ha interès a conèixer com van anar", admet Frigola.

Per la seva part, a Ràdio Barcelona estan immersos en el centenari. Una gala

commemorativa al MNAC, aquest febrer, és el tret de sortida d'un seguit d'actes. "Durant tot l'any organitzarem altres esdeveniments que culminaran amb un congrés sobre el futur de la ràdio, que impulsem amb la UAB. A banda, estem preparant continguts per a diferents suports", explica Serra. El Govern també ha anunciat una cinquantena d'activitats al voltant del centenari. Ç

BARCELONA METRÒPOLIS

N. 129-GEN.24

Crisi de natalitat i diversitat familiar

La revista que estimula el debat ciutadà
sobre les grans qüestions de l'actualitat

barcelona.cat/metropolis



Subscriu-te al butlletí
comunica.barcelona.cat/form/metropolis

També a la venda a la Sala Ciutat en format paper
C. de la Ciutat, 2. Barcelona



Ajuntament de
Barcelona

UN SEGLE EN IMATGES

Repàs fotogràfic a cent anys de la ràdio a casa nostra

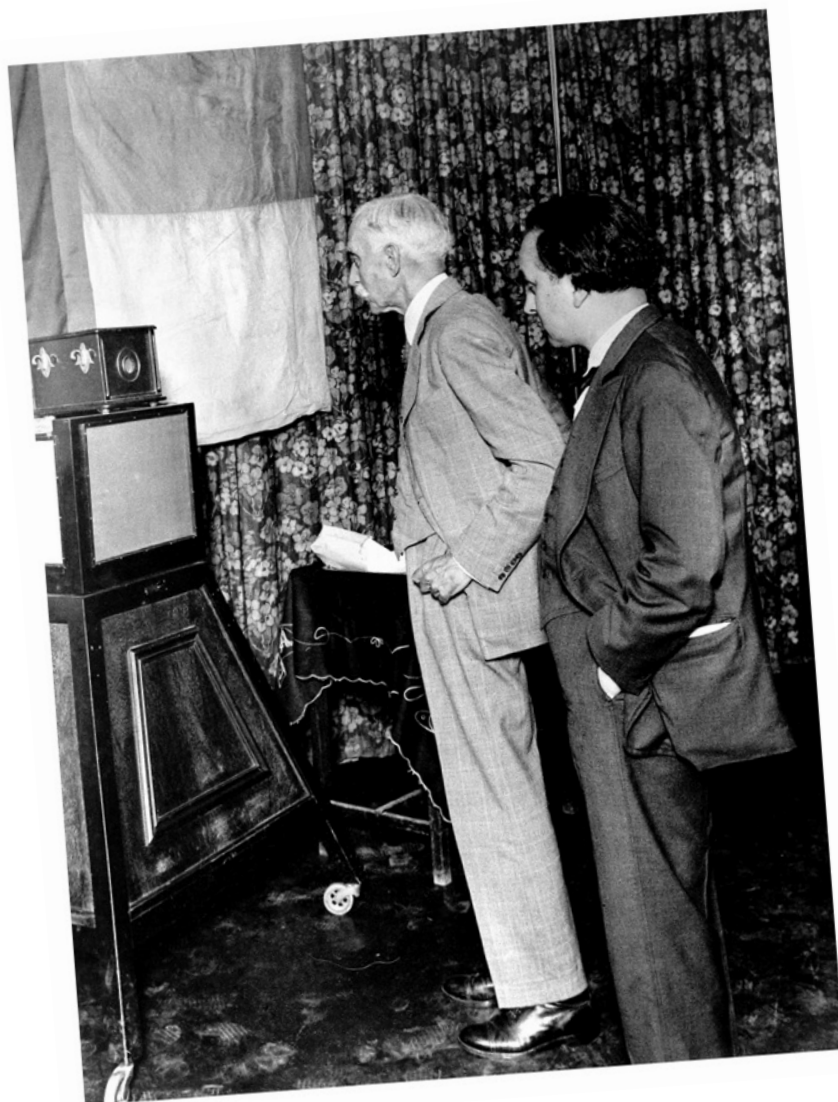
TEXT EUDALD COLL

Les imatges sovint parlen per si soles. I les que parlen de la ràdio a Catalunya, que enguany compleix un segle d'existència, serveixen per adonar-nos de l'evolució d'un país, dels canvis esdevinguts en els àmbits social, polític, econòmic i, sobretot, també en el tecnològic. En aquestes pàgines oferim un recull d'imatges que en alguns casos són curioses però que, en d'altres, ens permeten explicar gràficament moments importants, punts d'inflexió de la crònica dels 100 anys d'aquest mitjà de comunicació a Catalunya.

La història de la ràdio, en un segle convuls on n'hi ha hagut de tots colors, es pot explicar per les seves retransmissions, però, també, gràcies a les imatges que se n'han conservat. Des de les més antigues, en blanc i negre, que ens mostren uns pioners amb mitjans tècnics limitats, fins a les actuals, en color, on apareixen elements tecnològics impensables dècades enrere. Un viatge fotogràfic com el que proposem en aquestes pàgines ens permet adonar-nos de l'evolució que ha viscut tant aquest mitjà de comunicació com la societat, però, alhora, ens parla d'una ràdio que es produeix i consumeix de manera diferent.

LA RÀDIO I EL PODER

Ràdio Barcelona EAJ-1, la primera emissora de l'Estat, es va convertir en tot un fenomen des d'un bon principi i les autoritats eren conscients de la seva importància. Amb l'arribada de la República, el 15 d'abril del 1931, el president Francesc Macià va signar un decret pel qual donava llibertat d'emissió –fins llavors tenia moltes restriccions– a EAJ15–Ràdio Associació. L'any següent, el 9 de setembre del 1932, Macià es dirigia a la ciutadania, a través dels micròfons tant de Ràdio Barcelona com de Ràdio Associació, per comunicar l'aprovació de l'Estatut. El 1933, l'enterrament multitudinari de l'Àvi va ser massivament seguit per les ones. A la imatge de la dreta, Macià durant una visita a Ràdio Barcelona l'any 1931.





ENRIQUETA TEIXIDÓ, PIONERA

Enriqueta Teixidó Ferrándiz —a dalt en una imatge dels anys quaranta— es va convertir, el 1939, en la primera locutora catalana de ràdio a guanyar unes oposicions, les que impulsava el nou règim franquista per constituir les plantilles de les emissores. Els mesos finals de la Guerra Civil, Teixidó havia treballat a Ràdio Associació de Catalunya. Aquest cop, però, passava a locutar en castellà i a formar part de la primera plantilla de la Ràdio Barcelona del franquisme. Tot i això, fins al 1946 no van fer-li un contracte laboral. Teixidó —que es va acabar jubilant el 1977 i va morir el 2002— ha passat a la història al costat de locutores com Maria Cinta Balagué, Rosa Coto, Mari Carmen Martínez Illescas o Antolina Boada. Malgrat el paper secundari de les dones en el període franquista, aquestes locutores van tenir una funció important en la història de la ràdio.



LES PRIMERES VEUS DE RNE

El periodista Jorge Arandes —a la imatge de dalt, a l'esquerra, a mitjans dels anys cinquanta durant una retransmissió al camp de les Corts— va ser una de les primeres veus que es va escoltar a RNE des de Barcelona. Anys després seria director de TVE i de RNE a Catalunya. També va ser un dels creadors de l'emblemàtic programa *Protagonistas*. Arandes va morir el 13 de febrer del 2020, coincidint amb el Dia Mundial de la Ràdio.

L'HOME QUE SEMPRE HI ERA

La veu de Joan Armengol és part de la història de la ràdio catalana. Eren anys que la tecnologia era molt limitada, però, tot i això, aquest referent de la ràdio que als anys cinquanta, seixanta i setanta va treballar a Ràdio Barcelona i a RNE, va entrevistar Richard Nixon, Fidel Castro, Grace Kelly, els Beatles, Claudia Cardinale, Cantinflas, Vittorio Gassman, Ella Fitzgerald, Marlene Dietrich, Jacques Cousteau o Orson Welles, entre molts altres. Premi Ondas, Premi Nacional de Ràdio, Premi Ciutat de Barcelona, Premi Antena de Oro, Micròfon d'Or i menció d'honor als premis de Ràdio Associació de Catalunya, Armengol actualment té 89 anys. A baix, a la fotografia, amb Gina Lollobrigida.





LA FALCA, EL TALL DE VEU I LA LÍNIA MICROFÒNICA

A Ràdio Joventut, on vaig debutar el 1978, presumíem d'emetre en estèreo per la freqüència modulada, que aleshores era com el segon canal de la ràdio convencional, que emetia per ona mitjana. I Miquel Calçada anunciava la música amb CD de Catalunya Ràdio, el 1984, dient que “després del silenci, és el so més net”. Els operadors de so tallaven la cinta magnetofònica amb un cúter i l'empalmaven amb un adhesiu; d'aquí ve l'expressió “tall de veu”. I la publicitat es reproduïa encapsulada en un cartutx de cinta curta, ràpida de re-

FA TRENTA ANYS, QUAN EL PERIODISTA DEIA “CONNECTEM”, CALIA CREUAR ELS DITS

bobinar, que tenia forma de peça prima i llarga que s'introduïa parcialment en un interstici; per això en dèiem “falca”. Així era la ràdio quan vam crear l'APM, el 1994.

Jo encara vaig transmetre partits de futbol i de bàsquet amb un micròfon connectat a 100 metres de cable, que permetien moure's pel túnel de vestidors, les banquetes i la sala de premsa. Era l'època en què arribàvem a la redacció amb les declaracions de Maradona gravades en un *casetillo*, que un operador de so copiava en una cinta oberta d'on sortien els talls per a l'informatiu, que es redactava amb màquines d'escriure i litres de Tipp-Ex, i que es compartia amb fotocòpies. Les productores (la producció era sovint una feina femenina) venien a treballar carregades amb voluminoses agendes d'anelles i tapa dura, que contenien milers de números de telèfon escrits en bolígraf. I quan no tenien el telèfon, el buscaven a la guia telefònica.

I, per descomptat, a les redaccions es fumava, es bevia i passaven les mateixes coses que han passat tota la vida allà on han coincidit éssers humans joves i sotmesos a pressió. Se sentia el terrabastall dels teletips i dels timbres dels telèfons fixos.

Quan el Barça jugava fora de casa, la narració que arribava per línia microfònica tenia un so metàl·lic, llunyà i carregat de paràsits. No calia res més per explicar els milers de quilòmetres de distància i les dificultats que havia calgut vèncer per portar la paraula des d'una vella i bruta cabina albanesa a una antena de Catalunya. Fa trenta anys, quan el periodista deia “connectem”, calia creuar els dits.

Afortunadament, però, cap tecnologia pot suplir la intuïció, la rapidesa de reflexos, els silencis, el domini de la llengua, el respecte pels oients i la intenció editorial que calen per fer bona ràdio. O potser sí. Ho sabrem quan, amb motiu del bicentenari de la ràdio, un article sobre la ràdio feta amb intel·ligència artificial em desmenteixi.

Antoni Bassas
Periodista



SOLER SERRANO I LES RIUADES DEL VALLÈS

El 25 de setembre del 1962 van tenir lloc les riuades del Vallès, quan unes pluges abundants van desbordar els rius Besòs i Llobregat i van provocar gairebé un miler de víctimes en aquesta comarca. La ràdio va tenir un paper clau en la informació d'aquella desgràcia i, des de Ràdio Barcelona, Joaquín Soler Serrano —un dels locutors més populars de l'època— va impulsar un programa especial (*Operación dinero*) per recollir diners per als damnificats. En pocs dies van recaptar trenta milions de pessetes. A la imatge de la dreta —del fotògraf Antoni Capella—, Soler Serrano durant el programa benèfic.

RÀDIO-SCOPE I LA NOVA CANÇÓ

Des del 1964, el locutor Salvador Escamilla va presentar el musical *Ràdio-scope*, un referent imprescindible de la història radiofònica de casa nostra. Per aquest programa matinal van passar els integrants de la Nova Cançó i, gràcies a això, aquest moviment va agafar una gran popularitat. *Ràdio-scope* va acabar sent el primer programa a emetre's íntegrament en català. De tant en tant, el censor trucava per recriminar que s'hi parlés tant en aquesta llengua. “Es que se me ha escapado”, li responia Escamilla. A la imatge de baix, el locutor amb Joan Manuel Serrat i Guillermina Motta als anys setanta.





EL FUTBOL, EN CATALÀ

A dalt a la dreta, Joaquim Maria Puyal en una retransmissió per a Ràdio Barcelona, on va treballar entre el 1967 i el 1985. Quan treballava en aquesta emissora, poc després de la mort de Franco, va proposar a Manuel Terán, director general de la Cadena SER, retransmetre un partit en català. Terán va acceptar la proposta i el català va tornar a escoltar-se a la ràdio en una retransmissió esportiva. Va ser el 5 de setembre del 1976, en un partit del Barça contra la Unión Deportiva Las Palmas, on els blaugranes es van imposar per 4 a 0.



RÀDIO 4: LA FI DEL SILENCI

El 13 de desembre del 1976 començava a caminar Ràdio 4, la primera ràdio pública en català d'abast nacional, ja que mesos enrere ho havia fet Ràdio Olot en l'àmbit local. Suposava la fi del silenci després de dècades de prohibició. A la imatge de dalt,

del 1977, hi veiem, d'esquerra a dreta i de dalt a baix, Matilde Almendros, Enric Frigola, Robert Saladrigas i Teresa Pàmies, participant en el magazín matinal *Temps obert*, que presentaven els dos primers.



DONES A LES ONES

Una de les periodistes que més va defensar el paper de la dona en la professió va ser Montserrat Minobis. Va treballar a Ràdio Popular de Figueres, Radio España de Barcelona i a Ràdio 4, va ser directora de Catalunya Ràdio, va impulsar La Independent —agència de notícies amb visió de gènere—, va fundar i presidir l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya i va ser degana del Col·legi de Periodistes. A l'esquerra, Minobis amb Montserrat Roig a Ràdio 4 a finals dels setanta en una foto de Gabriel Sendra.



CATALUNYA RÀDIO ES POSA EN MARXA

“Són les zero hores, zero minuts, del dia 20 de juny del 1983. Comencem en aquest moment una feina volguda i important: la posada en marxa de Catalunya Ràdio”, va dir Miquel Calçada quan es van inaugurar les emissions de l'emissora. Uns dies més tard, el 5 de juliol, es van iniciar les emissions regulars en període de proves. A baix, Calçada als inicis de l'emissora.



LES PRIMERES EMISSORES MUNICIPALS

Ràdio Arenys i Ràdio Rubí mantenen una pugna històrica perquè totes dues s'atribueixen ser la degana de les emissores municipals de Catalunya. El 1979, després de les primeres eleccions municipals de la democràcia, van començar a sorgir ràdios municipals en una situació d'alegalitat a l'aixopluc dels nous ajuntaments democràtics. Aquells inicis eren precaris. Ràdio Arenys emetia des d'un àtic i Ràdio Rubí, des de l'edifici de la Guàrdia Urbana. A l'esquerra, Ràdio Arenys als inicis amb el locutori al fons.



ARRIBEN LES UNITATS MÒBILS

Les millores tecnològiques són part indispensable de l'evolució de la ràdio. Una d'aquestes millores són les unitats mòbils, que permeten que els professionals connectin amb l'emissora des de qualsevol indret. A la imatge de dalt, la primera unitat mòbil de Ràdio Sant Cugat el 1982 amb l'equip d'esports. D'esquerra a dreta, Toni Gómez, Òscar Borràs i Carlos Gavaldà.

EL MODEL DE COM RÀDIO

COM Ràdio va néixer el març del 1985. Creada per la Diputació de Barcelona i gestionada pel Consorci de Comunicació Local, agrupava un centenar d'emissores municipals catalanes consorciades. Des d'un principi, va sorgir amb la voluntat de donar suport a aquestes cadenes oferint una programació generalista de producció pròpia. S'inspirava en el model de la sindicació, típic en països com els Estats Units, però quasi inèdit a la ràdio espanyola. A baix, un programa de COM Ràdio.



NEIX CATALUNYA INFORMACIÓ

El 10 de maig del 1987 neix Catalunya Música i, cinc anys més tard, l'11 de setembre del 1992, comença a caminar Catalunya Informació, el primer canal radiofònic a tot l'Estat espanyol dedicat, exclusivament, a l'emissió de notícies (no seria fins dos anys després que RTVE presentaria Radio 5 Todo Noticias). En tots aquests anys, *la Cati*—com se la coneix popularment— ha guanyat nombrosos guardons. A la imatge de la dreta, una locutora de Catalunya Informació.



LA CREACIÓ DE RAC1

RAC1 va iniciar les seves emissions l'1 de maig del 2000, fruit d'un acord entre la cooperativa Ràdio Associació de Catalunya i el grup Godó. Aquesta emissora es convertia així en la primera cadena privada a emetre les 24 hores en català després de Cadena 13. Des de l'abril del 2009, és l'emissora més escoltada a Catalunya. A la imatge de dalt, del 2002, Albert Om amb Cristina Puig en el magatzí matinal *L'hora del pati*, que Om va dirigir i presentar entre el 2000 i el 2004.

LA XARXA, LA NOVA MARCA

El 3 de setembre del 2012, COM Ràdio finalitza les emissions per donar pas a la Xarxa de Comunicació Local, una nova marca que aglutinava els mitjans de la Diputació de Barcelona i que coordinava les emissores de ràdio local associades, seguint el model de la Xarxa Audiovisual Local (XAL) amb les televisions municipals. Actualment, la Xarxa és una plataforma multimèdia que proporciona continguts i serveis a més de 200 ràdios. A la imatge de baix, membres de Ràdio Pineda durant l'especial pel temporal Gloria, el 2020.



L'APOSTA PER LA DIGITALITZACIÓ

El present i el futur de la ràdio estan lligats a la digitalització, atès que bona part del procés de captació, reproducció i emissió ja es porta a terme de manera digital des de fa temps. En els darrers temps, les principals emissores de ràdio han apostat fort per potenciar l'entorn digital—web i xarxes socials— com a component estratègic del seu negoci. A la fotografia, una imatge dels nous estudis d'Ona Malgrat. Ç



AL COSTAT DELS MUNICIPIS

Des de la **Diputació de Barcelona** oferim suport tècnic i econòmic als ajuntaments de la província perquè tothom disposi de serveis públics de qualitat, visqui on visqui, i per tal que les persones puguin desenvolupar els seus projectes vitals.

CENT ANYS D'EVOLUCIÓ I DE RESISTÈNCIA

La ràdio, des dels receptors de galena fins als pòdcasts

TEXT SUSANA PÉREZ-SOLER

És el mitjà més immediat i ubic, el que pots escoltar mentre fas altres coses; d'aquí que sigui conegut també com a *mitjà secundari*. D'altres l'anomenen el *mitjà cec* perquè, a diferència de la resta, activa la imaginació a través de la veu, el so, la música i el silenci. Al llarg de la seva història, ha sobreviscut a l'hegemonia de la televisió, la irrupció d'Internet i l'auge dels pòdcasts. Per adaptar-se als nous hàbits de consum, ha creat continguts per ser escoltats a la carta i s'ha fet visual i viral, però sense traïr la seva essència: el directe.

Fem un repàs de la mala salut de ferro de la ràdio amb professionals, directius i estudiosos del mitjà.



Als inicis, a la ràdio es feia molt radioteatre. A la imatge, actors vestits de romans a Ràdio Barcelona. Foto: Alexandre Merletti / IEFC

El 1924 uns aficionats a la radiofonia van decidir muntar una ràdio. I el 14 de novembre d'aquell mateix any comença a emetre Ràdio Barcelona. “Un grup format per tècnics, empresaris i apassionats de la cultura i la innovació, tenint en compte el que ja es feia a Europa i moguts per la curiositat i el negoci, impulsen el mitjà en un moment convuls socialment, en plena dictadura de Primo de Rivera”, explica la periodista Mònica Terribas, que ha dirigit el documental *La ràdio silenciada* —que s'emetrà a Tv3 el primer trimestre d'aquest any— per commemorar el centenari.

“La ràdio de seguida es va convertir en un mitjà que va revolucionar la societat, perquè la gent que no llegia de cop i volta rebia informació i s'assabentava del que passava al món. La seva programació oferia informació i entreteniment des del primer moment, retransmetent fins i tot concerts dirigits per Pau Casals, fent cursos d'idiomes o llegint contes per a la mainada. En definitiva, era un punt de connexió per a la comunitat”, afegeix.

“ERA UN MITJÀ QUE VA REVOLUCIONAR LA SOCIETAT, PERQUÈ GENT QUE NO LLEGIA DE COP I VOLTA REBIA INFORMACIÓ” Mònica Terribas

Entre els pioners destaquen l'empresari Royston Saint Noble, que portarà el pes econòmic de Ràdio Barcelona; l'enginyer Pau Llorens, molt actiu en la part tècnica, o l'empresari i entusiasta de les novetats tecnològiques Eduard Rifà, ideòleg de l'Associació Nacional de Radiodifusió. Les locutores més importants de l'època eren dones. Maria Cinta Balagué va ser

la primera locutora de Ràdio Barcelona; Francina Boris, l'estrella gironina de Ràdio Associació, i Maria Tera, la gran veu de Ràdio Lleida. I de totes les veus, la gran dama era Rosalia Rovira. Ella va ser una

AMB LA RÀDIO SENSE CABLES CALIA PENSAR I PRODUIR CONTINGUTS PER A UN OIENT EN MOVIMENT. AIXÒ VA SER UNA PRIMERA REVOLUCIÓ

autèntica estrella de la ràdio durant la República. Posteriorment, amb la caiguda de Barcelona davant les tropes franquistes el 1939, tots els pioners van ser amenaçats, denunciats i perseguits per la seva activitat entorn de la radiodifusió. I les veus de les locutores, silenciades.

FENOMEN POPULAR

La ràdio va irrompre de cop i va ser un fenomen popular. El problema és que no tothom tenia prou diners per comprar-ne una de vàlvules, de les grans. Però aquest mitjà va néixer amb voluntat democratitzadora. I, amb quatre peces que es podien comprar a qualsevol ferreteria, qualsevol persona podia fer-se una ràdio de galena. De fet, les revistes portaven instruccions de com fer-ne una a casa. I això permetia que tothom hi accedís.

La popularització de la ràdio va portar a voler escoltar-la en diversos àmbits, com ara al cotxe. Per això, el 1927 es van produir i promocionar les primeres ràdios per a

automòbils. Des de llavors, es va treballar per fer-les cada cop més portàtils i el 1947 va arribar el transistor. Durant les primeres dècades, la ràdio ocupava l'espai del menjador i tota la programació estava pensada per

a un oient que consumia el mitjà en un mateix espai i temps, però amb l'arribada de la ràdio sense cables cal pensar i produir continguts per a un

oient en moviment. Això va suposar una primera revolució.

Aquestes noves ràdios de transistors eren més eficients, lleugeres, econòmiques i petites que les tradicionals. Als anys seixanta i setanta, va multiplicar-se la producció d'aparells de ràdio per milions, quan es van convertir en un mitjà popular per seguir les notícies durant la guerra freda.

Un altre moment significatiu en la història de la ràdio és el pas de la modulació d'amplitud (AM) a la modulació de freqüència (FM), que millora notablement la qualitat del sistema de transmissió i de recepció. Amb l'arribada de l'FM, la ràdio té la possibilitat de donar més continguts i fa una aposta per la música que, durant els vuitanta i els noranta, li permet connectar amb les audiències més joves.

“Un dels reptes de la freqüència modulada va ser arribar a tothom, ja que l'FM ofería una millora en la qualitat del so. Però, com a contrapartida, no arribava tan lluny com la freqüència normal, hi havia la necessitat de més repetidors i això tenia uns costos elevats”, rememora el periodista Joan Maria Clavaguera, professor de Periodisme de



En l'actualitat, als estudis de ràdio també es graven vídeos d'algunes emissions que després es penjen a les xarxes de la cadena. Foto: RAC1

la Universitat Ramon Llull i director de Catalunya Ràdio entre el 1995 i el 2002.

ALS SEIXANTA I SETANTA ES VAN DISPARAR ELS APARELLS DE RÀDIO, QUAN ERA UN MITJÀ POPULAR PER SEGUIR LES NOTÍCIES DE LA GUERRA FREDA

“Amb l'arribada d'Internet, un ciutadà d'Ohio pot escoltar qualsevol emissora catalana i un català pot escoltar qualsevol emissora d'Ohio. Aquest és un salt significatiu, que canvia els hàbits de consum i permet agilitzar les rutines de producció”, afegeix.

VIRAL I VISUAL

Als anys noranta, amb l'arribada d'Internet i les possibilitats tecnològiques de la digitalització, la ràdio ha d'incorporar noves maneres de fer. “Primer, la ràdio comença a acollir espais per ser escoltats després a

demanda. Creix la producció dels programes atemporals, que no perden significat pel fet de no escoltar-se en directe, com ara *Crimis* de Carles Porta, *Nadie sabe nada* d'Andreu Buenafuente i Berto Romero, o *La vida moderna de Broncano*”, assenyala Luis Miguel Pedrero, professor i investigador de la ràdio, el pòdcast i l'àudio digital.

“L'FM OFERIA MILLOR QUALITAT DEL SO, PERÒ NO ARRIBAVA TAN LLUNY I HI HAVIA LA NECESSITAT DE MÉS REPETIDORS” Joan Maria Clavaguera, URL

Segon, apareix la ràdio visual, cosa que d'entrada sembla una contradicció perquè la ràdio sempre ha volgut estimular la imaginació de les persones a través de la veu, el so, la música i el soroll. Però avui molta

ràdio es fa en un plató i ningú qüestiona la presència d'una càmera en un locutori, perquè després el programa es difon a través de plataformes audiovisuals o en petits clips distribuïts a les xarxes socials. “La ràdio es pensa i es fa per distribuir-se a través de múltiples canals digitals, alguns especialment adreçats a l'audiència més jove o específica. És una ràdio viral. I és que el mitjà no ha perdut mai la seva voluntat d'arribar a tothom”, afegeix Pedrero.

“Finalment, la ràdio d'avui és una ràdio guiada, emparada per la hipertextualitat d'Internet. Una ràdio que va molt més enllà de l'aspecte auditiu.

Una ràdio que, a través de les aplicacions digitals, no renuncia a la immediatesa i alerta els lectors de l'última hora a través de les notificacions *push*”, conclou aquest investigador.

LA RÀDIO NO CADUCA

Encara no ha nascut qui pugui matar l'estrella de la ràdio. No ho ha fet perquè la ràdio es manté fidel a qui l'escolta. Perquè la ràdio t'informa, t'acompanya, t'indigna, et distreu, et dona valors i ganes d'opinar, t'emociona, et fa riure..., perquè la ràdio, com la vida, té alts i baixos però és necessària del tot.

Les xarxes socials tampoc mataran la ràdio perquè els més joves, que ara es pensen que la informació els arriba fidedigna per aquesta via, un dia es

LA RÀDIO HA ESTAT, ÉS I SERÀ UN SERVEI ESSENCIAL, NECESSARI I AMB CAPACITAT PER ABRAÇAR TOTES LES CULTURES I ESTATUS SOCIALS

llevaran i faran com els seus pares o els seus avis: aniran a la cuina o al bany i l'encendran per saber com es lleva el dia. Trobaran una veu que els donarà confiança i deixaran que formi part de la seva rutina diària.

Un altre dia hi haurà una pandèmia mundial i la ràdio tornarà a ser el mitjà pel qual podrem saber si podem sortir al carrer o hem de continuar tancats a casa, si tenim un horari de passeig, si els pacients infectats augmenten de manera exponencial i si les mascaretes FFP2 són millors que les quirúrgiques. Un dia tornarà a ploure. Plourà tant que la ràdio serà essencial per explicar als oients si és prudent agafar el cotxe o quines mesures s'han establert per superar aquell episodi de conseqüències desmesurades. Un dia hi haurà



una altra nevada que ho aturarà tot i la ràdio salvarà vides.

Un dia la ràdio et farà adonar que la vaga de controladors aeris et pot deixar sense agafar el teu vol. Et permetrà conèixer un personatge que a partir d'aquell moment voldràs seguir a tot arreu. Trucaràs a la ràdio per queixar-te que una avaria t'ha deixat sense electricitat tot un dia de Nadal, o perquè hi ha una canonada que perd aigua des de fa molts mesos.

La ràdio et deixarà escoltar els testimonis d'una nova guerra i, de retruc, t'ajudarà a entendre les conseqüències econòmiques per a la nostra butxaca que se'n derivaran.

La ràdio ha estat, és i serà un servei essencial, necessari i amb capacitat per abraçar totes les cultures i estatus socials, totes les persones. Perquè la ràdio són persones, som persones, que un dia vam decidir que el més important no és QUÈ fem sinó COM ho fem. I això no caduca mai.

Marta Romagosa

Periodista



ADAPTAT ALS CANVIS

El moment més àlgid de la història de la ràdio recent va ser l'any 2012, quan el mitjà va assolir —a l'Estat espanyol i segons les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM)— una penetració del 61% i els oients l'escoltaven una mitjana de 105 minuts al dia. Des d'aleshores, el nombre d'oients va a la baixa, i també hi van els minuts que s'escolta al dia (que ara en són 93). Tot plegat no té repercussions en la rendibilitat empresarial, atès que ara les emissores estan sota la protecció dels grans grups multimèdia.

“La ràdio té una penetració del 54% entre la població, que vol dir que més de 23 milions d'oients l'escolten cada dia. És un mitjà de comunicació que s'ha adaptat als canvis que hi ha hagut al llarg de la història, demostrant que té una mala salut de ferro, però manifesta alguns símptomes preocupants, com ara el progressiu envelliment de l'audiència, la concentració empresarial i la pèrdua d'interès per part del públic més jove”, apunta Toni Sellas, professor i investigador especialitzat en ràdio i podcàsting.

Ni la televisió ni Internet van acabar amb la mala salut de ferro de la ràdio, ni tampoc ho farà segurament la intel·ligència artificial, però cal que el mitjà redefineixi el seu valor diferencial. “Als Estats Units ja hi ha programes fets íntegrament amb veus sintètiques, però cal aplicar una mirada humanista al futur de la ràdio. La singularitat i la calidesa de la veu humana, el to i la improvisació la fan única i insubstituïble. Però la irrupció de la intel·ligència artificial és inquietant i cal estar-hi alerta, i preguntar-se també quin és el posicionament de la indústria al respecte”, conclou Sellas. Ç



ELS DIES GRANS

Com la ràdio ha estat present en les efemèrides històriques

TEXT ALBERTO GÓMEZ

La ràdio és immediatesa, proximitat. I quan passa alguna cosa que converteix l'actualitat en un bé preuat i tothom corre a informar-se'n, les ones radiofòniques hi són, amb periodistes que fan el que saben: informar en directe. Els professionals amb cert recorregut tenen alguns d'aquests dies grans gravats a la memòria. Són les dates, en vermell, que sempre recordaran, perquè tot el que poc abans hi havia previst va anar-se'n en orris, l'escaleta es va capgirar. El 23F, l'atemptat d'Hipercor, el 17A, la pandèmia. Dies que la ràdio, fidel a la seva cita, no els va fallar.

Les primeres llums del dia encara no havien sortit quan el micròfon i el casset de Carlos Losada ja estaven encesos davant la casa de Maria Àngels Feliu. Losada, actual cap dels informatius de la cadena COPE a Catalunya, volia que la ràdio estigués pendent del final del segrest de qui llavors, segurament, era la farmacèutica més coneguda a Catalunya. Volia que els oients poguessin seguir el minut a minut d'un d'aquells dies inoblidables per al periodisme. "La ràdio continua sent així. La gent, ara, tan bon punt s'assabenta d'un gran fet a través de Twitter, se'n va a la ràdio. Han dit moltes vegades que la ràdio moriria... i no ho farà mai", assegura aquest locutor inescotable, que coincideix amb la resta de professionals consultats.

Quan arriba un fet no previst, quan succeeix un episodi que emociona bona part de la població, molts ciutadans senten la necessitat de seguir la informació a través de les ones. Necessiten la descripció sonora d'unes hores irrepitibles, de les que fan posar la pell de gallina.

I així tenia la pell Losada el 1994 quan va arribar a les proximitats del Teatre del Liceu de Barcelona. O del que en quedava,

"LA GENT, TAN BON PUNT S'ASSABENTA D'UN GRAN FET A TRAVÉS DE TWITTER, SE'N VA A LA RÀDIO"

Carlos Losada, COPE

arran de l'incendi que va fer desaparèixer, literalment, "un símbol de la Barcelona de tota la vida. Una part del seu patrimoni". "Recordo -afegeix- que vaig fer una

feina interessant i angoixant a la vegada. Amb el micro a la mà, tractava d'explicar què havia passat, però amb una gran pena que se m'enganyava a la veu, perquè no és fàcil explicar a la gent una desgràcia. No és fàcil amagar la impotència que sentes en dies com aquell".

QUAN SALTA LA NOTÍCIA

La història de la ràdio va lligada a tota una sèrie d'efemèrides que ens recorden aquells dies que molts professionals surten corrents de casa sense saber a quina hora tornaran. Perquè en aquell moment, quan la notícia acaba de saltar, l'ofici i la vocació s'imposen a qualsevol necessitat vital

LA HISTÒRIA DE LA RÀDIO VA LLIGADA A AQUELLS DIES QUE MOLTS PERIODISTES SURTEN CORRENTS DE CASA SENSE SABER QUAN TORNARAN

com dormir o menjar. Segurament Joan Garcia, periodista de Catalunya Ràdio, va menjar poc o res aquell diumenge de l'estiu del 2012, quan el gran incendi a l'Empordà va acabar amb el balanç tràgic de dues persones mortes, pare i filla. "Em

va tocar conduir el programa especial que vam improvisar el vespre d'aquell diumenge. Vam fer d'altaveu de tot allò que havia de saber la població i vam donar veu als afectats, que tenien la necessitat que algú els escoltés. I, a més, donàvem la informació en diferents idiomes, explicant la situació tant des

del centre de comandament com des de diferents punts de la serra de l'Albera", recorda Garcia.

El veterà periodista de la ràdio pública catalana es referia a la importància de la informació radiofònica quan allò que ha passat afecta molta gent. Per això, a Losada, no li costa recordar la nit de l'atemptat d'Ernest Lluch. "Era a casa. Amb la meua dona embarassada. I va sonar el telèfon. Un altre atemptat d'ETA!", relata el periodista, que es va dirigir ràpidament cap a l'avinguda Xile, on vivia l'exministre.

Era una informació tan rellevant que Losada va acabar parlant en directe per un programa tan intocable com *Supergarcia*. "Eren temps de molts atemptats d'ETA. Però aquella nit, freda, s'intuïa que no era un atemptat més. I la indignació que vaig palpar aquella nit va ser la que va generar l'enorme manifestació de l'endemà pel centre de Barcelona, cosa que complicava la cobertura mateixa de la manifestació", recorda el cap dels informatius de la COPE a Catalunya.

MOMENTS EMOTIUS

D'igual manera, l'atemptat del 17A quedarà per sempre gravat a la memòria de moltíssima gent i de moltíssims professionals com Anna Punsí, que el que recorda és no haver dormit gaire aquells dies. Porta el periodisme radiofònic a les venes i per això no va deixar d'informar per

a la SER: “Estava de vacances quan me’n vaig assabentar per un missatge al mòbil. Anava amb cotxe i, a cada cantonada, a cada semàfor, volia saltar del meu seient per anar a la Rambla. Quan ja era a prop dels estudis del carrer Casp, vaig sentir un silenci estranyíssim”, recorda.

Tant la Cadena SER com la resta de mitjans es van enfrontar a un fet inèdit a Catalunya, com va ser l’atropellament massiu per un lloc tan simbòlic i densament poblat com és la Rambla. “Vam tenir clar que no especularíem, perquè tota la informació era molt sensible. El volum d’informació que ens arribava i, alhora, el marge d’error eren enormes. Però vaig voler confiar, un cop més, en les bones fonts. Vaig saber la quantitat exacta de persones que havien mort, una xifra que el Departament d’Interior no confirmava. I va ser el dia que més he apostat per les meves fonts en tota la meua vida. Em deien que les xifres no quadraven i vaig arribar a dir que, si m’equivocava, plegaria. Però les fonts em van donar la raó. Va ser un gran moment d’aprenentatge”, afegeix la periodista que dirigeix la secció de societat de la SER a Catalunya i que encara avui s’emociona relatant aquell 17A.

Punsí va estar una mitja hora desconnectada per una maleïda avaria al mòbil, però tot plegat va quedar en una anècdota dins d’una feina que va rebre un premi Ondas. Una cobertura d’aquelles, amb rodes de premsa, on no hi ha espai lliure, on tothom entra en directe. I que la va deixar més de 48 hores sense dormir. “L’adrenalina que portes contrasta amb el cansament que pots arribar a tenir”, assegura aquesta professional de la informació.

Tantes morts, setze, i tanta tasca per informar cada minut entre el silenci del carrer i la tensió de la investigació serveixen, segons la mateixa periodista, per reivindicar la puresa de la ràdio. La de l’altaveu de tota la vida que entra per la cuina o pels dormitoris a través dels transistors i que s’imposa a la intel·ligència artificial o a la febre dels pòdcasts.

SEMPRE QUE CALGUI, HI SEREM

Després d’un segle, la ràdio segueix demostrant que té una mala salut de ferro. Amb 100 anys a l’esquena ha tingut l’agilitat per esquivar el pitjor dels auguris: el que assegurava que l’aparició de noves ofertes i els canvis en el consum la convertirien en irrellevant, i

QUAN LA DESCONFIANÇA CREIX PER TANTS CONTINGUTS INTERESSATS I DUBTOSOS, LA RÀDIO ES TORNA A REIVINDICAR COM UN MITJÀ DE PROXIMITAT I ÚTIL

que això faria que passés de generar un interès, demostrat per l’audiència massiva, a provocar indiferència. Són molts els factors que expliquen per què, per exemple, han tancat gairebé tots els quioscs de venda de diaris mentre es manté el nombre d’emissores de ràdio. Entre altres coses, perquè la ràdio no només distreu i acompanya, perquè la ràdio no només informa, sinó que ens trasllada al peu de la notícia, allà on estan passant les coses.

La memòria sonora, tant la particular com la col·lectiva, està farcida d’instants escoltats a la ràdio, un mitjà que va madurar de cop sota les bombes de les guerres de la primera meitat del convuls segle XX.

A casa nostra ha estat motor de solidaritat, com en els tràgics aiguats del Vallès, i, més recentment, guia enmig del desconcert, com en els fatídics atemptats de les Rambles de Barcelona i Cambrils.

Ja fa temps que la ràdio ha perdut el monopoli de la immediatesa, però encara manté el valor afegit de la credibilitat. En això coincideixen tossudament totes les enquestes. És la conseqüència d’haver complert el



contracte implícit que s’estableix entre la ràdio i els seus oients: sempre que calgui, hi serem.

Avui, quan la desconfiança de la ciutadania creix de resultes de tants continguts interessats i dubtosos, quan les amenaces a la globalitat obliguen a tornar a pensar de manera local, la ràdio es torna a reivindicar com un mitjà de proximitat i útil.

Els gestors de les emissores haurien de tenir present el valor que això té, i haurien de centrar els seus esforços a mantenir viva la comunitat que s’estableix entre la ràdio i la societat: entre la ràdio i els seus oients.

Rafael de Ribot

Periodista





L'atemptat del 17A –a la imatge, uns sanitaris atenen una de les víctimes– va suposar un gran repte per a la professió periodística. Foto: Francesc Melcion (ARA)

INFORMACIÓ TREPIDANT

Potser la nit més mítica dels transistors dels últims 100 anys és el 23F. L'intent de cop d'estat el 1981. Pepa Fernández, una altra dona amant del micròfon i reconeguda també amb un premi Ondas, recorda que, tot i que era jove per treballar, ja sentia atracció i admiració per la ràdio.

“Jo era amb els meus avis escoltant amb angoixa. No podia calcular les conseqüències. I ho recordo com un dia èpic, ja que l'única informació que ens arribava

“EL 17A VAM TENIR CLAR QUE NO ESPECULARÍEM, PERQUÈ TOTA LA INFORMACIÓ ERA MOLT SENSIBLE”

Anna Punsí, SER

era gràcies a la ràdio”, relata la periodista, que fa vint-i-dos anys que és al capdavant de *No es un día cualquiera* a SER.

La directora d'aquest magazín de cap de setmana recorda com molts fets han reduït

a miques les escaletes previstes. “I el problema és que, quan fem el programa en un teatre o en un auditori amb públic davant a qualsevol ciutat, gran part de les darreres informacions les tenen els teus companys a Madrid o a Barcelona”, explica aquesta professional de Cervera, que no oblidarà una altra gran efemèride per als periodistes: la vaga dels controladors aeris.

Divendres 3 de desembre del 2010.

“Era un caos no previst. Ho teníem tot preparat per fer el programa a Galícia i, evidentment, tots els continguts van caure. Havíem d'explicar què passava als aeroports perquè molta gent volia volar, anar-se'n de vacances pel pont o tornar a casa. I volien informació”, recorda Fernández, que també va haver de canviar-ho tot el dia del volcà islandès o el de l'atemptat de la T4. “Són coses que afecten tot el programa, els convidats..., però no ho lamentes”.

Un altre cas que va afectar moltíssims ciutadans va ser la immensa nevada del 2010. A Joan Garcia no li costa recordar quin paper va tenir aquell dilluns del mes de març... i els dies següents. “Vaig estar posant en ordre els continguts que anaven entrant en antena en funció de la urgència o el servei que podien tenir”, relata aquest periodista, que actualment treballa a la mateixa “casa” i cobrint, especialment i casualment, els temes vinculats amb les infraestructures.

Els atemptats de l'11M, la recent pandèmia patida per tot el planeta, Hipercor o els aldarulls arran de la sentència del Procés. Dies que la ràdio no s'apaga. Però dies, també, que molts professionals de la informació saben que treballen per a un mitjà que no ha perdut prestigi, que continua sent de fiar, com assegura Pepa Fernández. I és que, com no es cansa de repetir Anna Punsí, la informació que regala la ràdio la fa “trepidant i, a la vegada, autèntica, honesta. És el millor mitjà del món. I això no canviarà”. Ç

UN TALL GENERACIONAL

Els joves, nascuts dins el paradigma digital,
cada cop escolten menys ràdio en directe

TEXT LAURA SAULA

La gent jove escolta la ràdio? Existeix un buit en aquest hàbit entre les noves generacions i les que les han precedit? Diversos experts adverteixen que la ràdio en directe no deixa de perdre força entre les noves generacions, que se senten més atretes per la televisió i per l'entreteniment digital i que, a més, perceben la ràdio com un mitjà associat al passat. Com afecta això la supervivència del mitjà radiofònic? Mentre els investigadors analitzen com es pot canviar aquesta tendència –amb una bona alfabetització mediàtica, entre altres coses–, també recorden que no és que els joves estiguin menys preocupats per l'actualitat, sinó que estan habituats a rebre la informació a través de les xarxes socials o de les aplicacions mòbils.



Els mataronins Oriol de Ramon i Xavier Coca, integrants del grup The Tyets, a Catalunya Ràdio. Foto: CCMA

Ja fa anys que els mitjans de comunicació tradicionals tenen el gran repte de captar l'atenció de les noves generacions, i la ràdio en directe no n'és l'excepció. Són molts els estudis que indiquen que el consum mediàtic dels qui avui tenen entre 18 i 25 anys marca la frontera entre passat i futur, el que és nou i el que és obsolet. Noves fonts d'informació i entreteniment, així com la presència d'Internet com a macromitjà, les xarxes socials i les aplicacions mòbils són elements bàsics d'aquest nou panorama.

CADA ANY, LA RÀDIO, TANT A CATALUNYA COM A ESPANYA, PERD OIENTS JOVES MENTRE AUGMENTA LA MITJANA D'EDAT DE LES AUDIÈNCIES

Tal com apuntava, el 2021, Miquel Miralles, conseller del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), durant les jornades *El futur de la ràdio i els joves. Com podem atraure la generació Z?*, cada any, la ràdio, tant a Catalunya com a Espanya, perd oients joves mentre augmenta la mitjana d'edat de les audiències. “Des del 2015, a Catalunya, la ràdio musical dedicada a les generacions més joves ha perdut 500.000 oients. Aquesta dada trenca el paradigma que imperava en el passat: la ràdio musical com l'iniciador i el punt d'accés de les primeres audiències, que, amb el pas del temps, s'incorporaran a la ràdio generalista de continguts”, advertia Miralles.

L'audiència jove s'escola entre els dits a passos de gegant. Una afirmació que també recull l'estudi d'àmbit estatal

"LA RÀDIO ELS SONA A VELL. MOLTS DELS CONTINGUTS QUE S'HI FAN JA NO CONNECTEN AMB ELLS" Montse Bonet, UAB

Jóvenes, contenidos mediáticos y brecha digital: Millennials vs Generación Z, elaborat el 2019 per Nereida López. “S'hi indica que els continguts que més utilitzen els joves són el vídeo i la música, que disminueix

el consum de pòdcasts en la generació precedent i que la ràdio cau fins a set punts en consum, la qual arriba a un escàs 6,5%”, explica Miralles.

Tot i això, també hi ha dades que mostren un punt d'esperança, com les que el 2021 recollia la tesi *¿Por qué los Australianos triplican el consumo de radio de los jóvenes españoles?*, de les periodistes Sílvia Espinosa-Mirabet i Natàlia Ferrer-Roca, les quals hi exposen com la penetració de la ràdio entre els australians de 10 a 17 anys és del 86,8% i entre els de 18 a 24 anys arriba al 77,4%, el triple que a casa nostra. Com pot ser? “L'escolta dels nens acompanya la dels adults i, per tant, els adolescents prefereixen la ràdio parlada i no la de les llistes musicals. Aquests continguts parlats ajuden a cons-

ELS PROGRAMES QUE TENEN ÈXIT ENTRE ELS JOVES SÓN ELS QUE INCLOUEN CONTINGUTS PENSATS I PRODUÏTS PER PERSONES DE LA GENERACIÓ Z

truir una comunitat amb la qual se senten identificats”, explica Miralles. Unes dades enlluernadores que contrasten amb la nostra situació.

MITJÀ ANTIQUAT?

Que els joves no escoltin la ràdio tradicional no vol dir, però, que estiguin menys preocupats per l'actualitat, ni menys informats que la generació que els precedeix. El que passa és que reben aquesta informació a través d'altres fonts, com les xarxes socials

o les aplicacions mòbils. “La ràdio els sona a vell”, explica Montse Bonet, professora de la facultat de Comunicació Audiovisual de la UAB i coautora de l'estudi *No habit, no listening. Radio and generation Z: snapshot*

of the audience data and the business strategy to connect with it, del 2022.

S'ha acabat el relleu generacional que tradicionalment passava d'escoltar la ràdio musical en la joventut a escoltar la ràdio generalista o informativa en l'adulesa. “Però tampoc és veritat que els joves no escoltin mai la ràdio”, apunta Bonet. “El que succeeix —prosegueix— és que molts dels continguts que s'hi fan ja no connecten amb ells”, continua. Fins i tot la ràdio musical ha quedat obsoleta, tret d'algunes excepcions com l'iCat. “Quan el descobren els agrada força, però ni tan sols en diuen *ràdio*, ells directament en diuen *iCat* o anomenen algun dels seus programes”, matisa aquesta experta. “A ells, els és igual descobrir-ho a través d'Internet o al cotxe, perquè per a ells el que és molt important és una marca, una persona o un contingut. Després, la manera de consumir-ho serà generalment a través del mòbil”, afirma.

Un dels secrets dels programes que tenen èxit entre els joves és que els continguts estiguin pensats i produïts per persones de la generació Z i

que es dirigeixen a la mateixa generació, perquè així creen els seus propis referents.

PROGRAMES EN DIRECTE

Els que sí que encara mantenen una mica d'audiència jove pel que fa a la ràdio generalista són els programes esportius. “Això passa perquè són una mena de programes on es crea una comunitat”, explica Bonet. Aquest és un terme que va molt més enllà dels esports. “És molt necessari crear una comunitat i que s'agafi una estima a la marca, que pot ser personal, de programa o fins i tot de tota una empresa radiofònica”, apunta.

En canvi, la ràdio en directe ho té més complicat a l'hora d'atraure els oients joves. “La tenen més relacionada amb el cotxe i amb la cerca d'informació de servei, com per saber l'estat de les carreteres



EN UNA CRUÏLLA

L'any 2009, l'equip de l'Observatori de la Ràdio va dur a terme una recerca sobre una qüestió que aleshores preocupava molt els operadors públics i privats: la pèrdua lenta però constant de l'audiència jove. A Catalunya, aquesta ha estat la recerca més àmplia que s'ha fet mai sobre aquest tema. El treball de camp va consistir en una enquesta que es va fer arribar a un miler de nois i noies dividits en dos segments d'edat: de 14 a 18 i de 19 a 24 anys.

Les conclusions confirmaven les sospites que molts professionals del sector

LA IRRUPCIÓ D'INTERNET I LA INCORPORACIÓ DELS JOVES A L'ENTORN DIGITAL PROVOCA LA DESAFECCIÓ AL MITJÀ

ja feia temps que tenien: la irrupció d'Internet i la incorporació dels joves a l'entorn digital estava provocant la desafecció al mitjà. En la seva dieta mediàtica la ràdio tenia un paper cada cop més circumstancial.

L'estudi de fa quinze anys constata que s'estava creant un nou perfil de consumidor, que no escoltava amb regularitat i per a qui l'únic servei de les emissores musicals era el de descobrir novetats. A més, en el conjunt de respostes es palesava que els discjòqueis ja no eren els seus prescriptors preferits dels joves en matèria musical.

Quinze anys després, la relació dels joves amb la ràdio encara ha empitjorat més. Tot i que els sistemes demoscòpics que s'utilitzen per comptar els oients amaguen una mica la forta caiguda de l'audiència juvenil, al final el que queda ben clar és que el grup dels 14 als 24 anys avui només representa el 10% del total, mentre que els oients de més de 45 anys ja suposen el 61%.

L'absència de la gent jove ha provocat canvis substancials en l'estructura de l'oferta arreu. Si ens fixem en el que passa al mercat dels Estats Units, observarem que el lideratge en els rànquings recau en els formats de música per a adults en diferents varietats. El CHR –el nostre *Los 40 principales*– s'ha fet adult i a les estacions els costa competir amb les plataformes digitals. A la informació esportiva, que al principi de la crisi era la gran esperança d'entrada d'oients joves al *broadcast*, fa temps que els *streamers* li han arrabassat el protagonisme. Els més joves confien més en Ibai Llanos i el seus succedanis que no pas en la colla de periodistes esportius que parlen més per als seus pares que no per a ells. Cent anys després del seu naixement, la ràdio és en una cruïlla. Però també és cert que, de cada crisi profunda que ha patit en el decurs de tot aquest temps, tard o d'hora n'ha acabat sortint. Ara bé, si vol tenir audiència jove, li toca resituar-se en el camp de l'àudio, assumir que han canviat els hàbits d'escolta, posicionar-se de debò en el mercat dels pòdcasts i facilitar la circulació dels seus continguts sonors en tots els suports digitals que pugui, tenint en compte que el *broadcast* tradicional no tardarà gaire a fer-se residual.

Josep Maria Martí

Director de l'Observatori de la Ràdio i exdegà del Col·legi de Periodistes



i quatre notícies que els posin una mica al dia”, matisa. I, tot i això, moltes vegades ni tan sols condueixen ells. “Més d'un estudiant m'ha dit que hi ha coses que les ha descobert perquè els pares la posen al cotxe quan van tots junts”, confessa.

L'escolta en directe, igual que el visió-nament en directe, cada vegada és més difícil. “No només perquè no puguin escoltar la ràdio perquè o estan treballant o són a classe, sinó que per a ells el directe està relacionat amb coses molt concretes com espectacles, futbol o esdeveniments, que tenen hores molt concretes i que creen molta comunitat, però després senzillament escolten coses quan ells volen. I això és una cosa que sí que els ha donat molt de poder i una sensació de control”, remarca Bonet.

Els pòdcasts han aconseguit, de moment, captar l'atenció del públic jove gràcies, en part, a la possibilitat d'escoltar-los a través del mòbil i quan ells volen. És aquest el futur de la ràdio? “El problema de posar-ho tot en el pòdcast és com ho monetitzes, i aquest no només és un problema a les ràdios privades. Fer un bon pòdcast amb professionals té un cost”, diu l'experta. En aquest sentit, una de les opcions que s'observa en el seu estudi és la necessitat d'introduir en la cadena de valor de la ràdio una línia de producció exclusivament digital, on es combinin pagament i gratuïtat i on hi hagi associada la marca i la creació d'una comunitat al seu voltant.



Un grup d'estudiants de visita a Ràdio Sant Vicenç, l'emissora de Sant Vicenç dels Horts. Foto: Ràdio Sant Vicenç

EDUCACIÓ MEDIÀTICA

Per aconseguir-ho, Bonet assegura que és fonamental fer una bona alfabetització mediàtica. Cal educar la gent jove en l'escolta de la ràdio, com quan s'educa a llegir. Això es fa en altres països com Austràlia, on els acostumen des de petits amb canals de ràdio per Internet només per a infants”, apunta. “Aquí l’EGM no mesura per sota dels 14 anys i gairebé no es fa ràdio infantil”, lamenta Bonet.

Tot i això, aquesta docent considera que institucions com el CAC i la Generalitat cada vegada estan fent més passos a l'hora d'aproximar la ràdio als més joves en escoles i instituts. “Els últims anys han estat molt visuals i centrats en la mirada, però poc en l'àudio”, critica. Per tant, és el moment de fer una tasca conjunta i

comuna per veure cap on va la ràdio del futur. O, fins i tot, si cal replantejar-ne el

ELS PÒDCASTS CAPTEN LA SEVA ATENCIÓ GRÀCIES, EN PART, A LA POSSIBILITAT D'ESCOLTAR-LOS A TRAVÉS DEL MÒBIL I QUAN ELLS VOLEN

nom. “Estem en un moment de transició en què és molt possible que encara hi hagi connivència i experimentació, fins i tot per part de la nova generació. Però això no vol dir que al final hagi de desaparèixer la ràdio tradicional”, reflexiona.

De fet, Bonet creu que, tot i que durant anys molts experts parlaven de la mort de la ràdio en directe, s'ha demostrat que encara té una bona salut. Això sí, sense

oblidar l'estat actual de la piràmide poblacional. “Hi ha una baixada de gent jove i, en canvi, la població allarga la vida. És molt temptador voler-se centrar en la gent gran que sempre ha escoltat la ràdio, però no hem

de desatendre els que venen i cal explorar diverses opcions”, conclou.

Aquesta és una tasca que, segons els experts, s'ha de fer amb la convicció que encara s'és a temps de fer viable el contacte dels joves amb els productes de les empreses radiofòniques, a través de canals o plataformes digitals on puguin trobar productes dissenyats especialment per a ells. Ç

AIXÒ VA DE DEBÒ

L'aposta pel pòdcast va més enllà de petites productores

TEXT ADRIÁN CABALLERO

No es tracta d'un mitjà emergent semiprofessional, ni tampoc d'un simple repositori per a les principals emissores. El pòdcast és una indústria que creix, a nivell d'audiència, a un ritme de deu punts anuals i que està previst que el 2026 generi, només a Espanya, fins a 590 milions d'euros. Cada cop els formats són més originals i professionals, les emissores troben noves audiències i les vies d'ingressos es multipliquen. El millor? Que la indústria parla de consolidació, però, també, que les emissores hi veuen un gran marge de creixement.



El búnquer de Catalunya Ràdio, presentat per Jair Domínguez, Peyu i Neus Rossell, el 2023 va guanyar l'Ondas al millor programa de ràdio de proximitat.

A mitjans del 2021 qui escriu aquestes línies titulava en aquesta mateixa revista un reportatge sobre el pòdcast amb un sòlid: “Això dona diners”. La peça acabava dient: “Queda clar que un pòdcast pot ser rendible i que és un format que va més enllà d’un simple *hobby*”. No havia passat ni un any des de la publicació d’aquestes paraules que, el 2022, l’associació de comunicació digital IAB Spain apuntava un creixement de deu punts percentuals en l’audiència del pòdcast: del 44% d’espanyols al 54%. Vol dir això que encara hi ha marge de creixement en un sector ja consolidat?

La resposta sembla que és un sí contundent. Per a Luis Miguel Pedrero Esteban, investigador de la Universitat de Nebrija, el mercat del pòdcast assolirà la xifra de 26,6 milions d’oïdors el 2026 i “presentarà un creixement interanual del 30%”. Citant l’estudi *Mapa de la indústria del audio en español*, publicat per la consultora Dosdoce, Pedrero preveu, només a Espanya, uns ingressos de 590 milions d’euros del pòdcast mitjançant diferents vies de finançament: publicitat, *branded content*, subscripcions, etc. “Des del punt de vista de la indústria,

ES CALCULA QUE EL 2026 EL PÒDCAST A L’ESTAT ESPANYOL TINDRÀ UNA AUDIÈNCIA DE 26 MILIONS I GENERARÀ 590 MILIONS D’EUROS

podem parlar d’un moment de consolidació del pòdcast”, analitza el periodista Francisco Izuzquiza, que fa anys que participa en programes de pòdcasts líders d’audiència com *La escòbula de la brújula* i és soci de la productora Yes We Cast.

PER SOBRE DE LA MITJANA

Un altre motiu per a l’optimisme és que les xifres del sector a l’Estat espanyol, tant d’audiència com d’ingressos, estan per sobre de la mitjana europea. Pedrero destaca el sorgiment, en els darrers anys, de multi-

tud de productores i estudis de producció i edició que aposten amb força per aquest format.

“Hem viscut una onada de fascinació per aquest nou mitjà”, puntualitza Izuzquiza, recordant que això ha derivat en “propostes exitoses, com Podium Podcast; algunes que estan corregint el rumb inicial, com Spotify, i d’altres que no han arribat a bon port,

“ERA UN SECTOR DE NO PROFESSIONALS I PETITS CREADORS, PERÒ CANALS, RÀDIOS I PLATAFORMES HAN CANVIAT EL PANORAMA” Víctor Correal

com Sonora (plataforma d’àudio a la carta per a subscriptors que pocs mesos després del llançament va anunciar un ERO)”.

Per a aquest periodista, el que és emergent dins d’aquesta indústria és l’audiència: “La majoria del públic no sap què és un pòdcast o no té clar què hi ha al darrere. Alguns pensen que és ràdio enllaunada, gravacions de la ràdio en directe”. No hi està del tot d’acord Víctor Correal, periodista i creador de pòdcasts, que considera que precisament el fenomen no para de créixer perquè “cada vegada hi ha menys gent que no sap què és un pòdcast”. Quant a la indústria, Correal recorda que el podcàsting “era un sector construït per gent no professional, petits creadors amb més o menys mitjans, però ara els canals, les ràdios i les plataformes hi han entrat en tromba i han canviat el panorama”.

Així, cada cop hi ha més oferta de pòdcasts i les propostes són més professionals, no només per l’originalitat de les idees, sinó també per la qualitat del so i la pròpia producció i distribució. Segons l’estudi abans citat de la consultora Dosdoce, entre el 2018

i el 2023 s’han creat 100.000 pòdcasts diferents només en espanyol. A l’Estat, un 40% de l’audiència està subscripta a entre quatre i deu pòdcasts diferents i una de cada cinc persones (el 20,7%) ho estan a més de vint.

MADURESA I COMPLEXITAT

Dues de les fonts consultades en aquest reportatge, com són Francisco Izuzquiza i Víctor Correal, són l’exemple de com periodistes amb força experiència en mitjans tradicionals —i, més concretament, a la ràdio— es passen al format del pòdcast, que s’ha convertit en un sector periodístic cada vegada més

ELS ORÍGENS DE LA RÀDIO, EN PÒDCAST

El proper 13 de febrer, coincidint amb el Dia Mundial de la Ràdio, s’estrena un pòdcast sobre aquest mitjà de comunicació titulat *Tu, calla. Silencis i oblits en les memòries de Josefina Rifà i la radiodifusió de Catalunya*, aquest pòdcast repassarà en trenta episodis, d’entre cinc i deu minuts de durada, les vivències de la que va ser la filla d’Eduard Rifà, l’empresari pioner de la ràdio a Catalunya. Produït i dirigit per Dolors Martínez, periodista de Catalunya Ràdio, servirà per conèixer un punt de vista personal i diferent dels orígens de Ràdio Barcelona. El pòdcast es basa en les cartes de la Josefina cap a un dels seus fills i s’hi mostra tant el patiment del seu pare com l’esforç familiar, que no deixa de ser història de la ràdio a Catalunya.

professional i amb propostes diferenciades de la resta de mitjans.

Sens dubte, rere la creació de nous productes de pòdcast i l'aposta ferma dels grans grups de comunicació s'amaga precisament la intenció de crear contingut original i amb un alt nivell de qualitat, tant en la tècnica com en l'execució i la proposta. Aquest és un dels secrets de l'èxit: oferir quelcom que altres no estiguin oferint. I no només en relació amb la temàtica, sinó amb el format, el to i tot allò que envolta el pòdcast mateix, com les xarxes socials, el web o fins i tot una botiga relacionada amb els continguts dels programes.

Pel que fa a la primera qüestió, la de la temàtica, tenim l'opinió del professor Luis Miguel Pedrero Esteban, que lidera l'Observatorio Nebrija del Español, una iniciativa que va analitzar prop de tres-cents programes de pòdcast. Per a ell, el fet que gairebé la meitat siguin propostes narratives de no-ficció "evidència una maduresa de la indústria espanyola del podcàsting", perquè hi ha "més complexitat i exigència de recursos respecte als títols convencionals".

MÉS MONETITZACIÓ

Un aspecte que també ha madurat en la indústria en els darrers anys, i que fins i tot les fonts consultades consideren que té marge d'evolució, és la monetització, tant

UN FENOMEN QUE VA PER LLARG

Últimament faig la broma de dir que soc *influencer* de pòdcasts. Cada cop que parlo d'aquest fenomen, recomano alguns programes de pòdcasts o hi participo i, en definitiva, els divulgo, o ajudo a fer-los. És un fenomen que a mi em sembla molt interessant. Jo deia, sense por d'exagerar, que era de les millors coses que havien passat al món de la comunicació.

Per què? Doncs perquè l'eina del pòdcast suposa una irrupció de talent, sobretot l'accessibilitat a aquest talent, que abans costava molt d'aconseguir. Abans només teníem les emissores de

NO HI HA LÍMITS. NOMÉS EL DEL TEU TALENT I LA TEVA IMAGINACIÓ. AIXÒ ÉS EL QUE ÉS EL PÒDCAST

ràdio i poca cosa més, i havies d'entrar en unes disciplines, en unes ofertes i en unes demandes.

Ara pots divulgar els teus continguts de manera global amb llibertat editorial –que això és molt important–, amb llibertat creativa i sense cap límit, només el del teu propi talent i el de la teva imaginació. Això és el que és el pòdcast.

Evidentment, hi ha de tot. Com sempre, estem a mig camí del que segurament vindrà, que serà un creixement més continuat, com ja passa en altres països. I aprofitaria per demanar un futur millor, un futur en què tots aquests productors, realitzadors, locutors... –treballadors del pòdcast, a qui molts ja conec–, tota aquesta gent, es puguin guanyar millor la vida. Que les marques col·laborin a fer-lo encara més sostenible, perquè el món del pòdcast tingui més futur. Perquè, insisteixo, en recalco els valors.



Penso que el pòdcast va per llarg, perquè no aparta els altres mitjans que ja existeixen ni els fa ombra, sinó que els complementa d'una manera ben propera, ben "calenta" –per així dir-ho–, ben directa. Treballa la intimitat. L'escolta que fas tu amb l'àudio del pòdcast és una experiència que em recorda les millors èpoques de la ràdio, en què te n'anaves a dormir amb el transistor sota l'orella. I ara vas a dormir amb l'auricular dins l'orella escoltant un pòdcast.

Andreu Buenafuente

Periodista, humorista, productor i locutor. Amb Berto Romero fa el pòdcast *Nadie Sabe Nada* (Cadena SER)





La cullerada, el pòdcast gastronòmic de Time Out Barcelona, presentat per Andrea Gumes i Andreu Juanola.

AUGE DELS PÒDCASTS PATROCINATS

En els darrers anys el pòdcast no només s'ha consolidat com a mitjà de comunicació, sinó també com a eina de comunicació corporativa. A Yes We Cast, la productora de Francisco Izuzquiza, celebren des de fa temps que cada cop més empreses "entenen que un pòdcast pot ser una bona via de crear comunitat". Malgrat que no hi ha dades específiques, Izuzquiza explica que a la productora han vist créixer exponencialment l'aposta de petites, però també grans marques, per l'àudio, no només creant programes específics, sinó també patrocinant projectes on la marca pot sentir-se còmoda, i així arribar a un públic específic. És el que es coneix com a *branded podcast* o pòdcasts patrocinats. On rau l'èxit d'aquest tipus d'apostes? "La marca no és el centre del pòdcast, sinó un facilitador de bon contingut a una audiència que quedarà agraïda a l'empresa", exposa Izuzquiza.

per mitjà de subscripcions com per altres vies abans esmentades. "Es pot créixer encara molt en difusió, sí, però també en monetització i rendibilitat del pòdcast",

PROFESSIONALS DE LA RÀDIO TRADICIONAL S'ESTAN PASSANT AL PÒDCAST I L'ESTAN CONVERTINT EN UN SECTOR PERIODÍSTIC CADA COP MÉS BEN FET

destaca Izuzquiza, que el 2019 va publicar el llibre *El gran cuaderno del podcasting. Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast* (Kallas Editorial). "Es tracta de convertir el pòdcast en una indústria plenament assentada sobre uns ciments sòlids de cara a les properes dècades", concreta aquest expert, que pensa que això comportaria "més

HISTÒRIA, HUMOR I INVESTIGACIONS PERIODÍSTIQUES SÓN LES TEMÀTIQUES MÉS ESCOLTADES DELS PÒDCASTS ACTUALS

oferta de continguts, nous suports i una evolució cap a altres tipus d'àudio digital".

Per la seva banda, Correal celebra que des del 2017, quan ell va començar en el món del pòdcast, "l'audiència disposada a pagar

no ha parat de créixer". La cultura de pagament, a poc a poc, en aquests darrers anys s'ha instal·lat a nivell digital i ha provocat que penetri en l'imaginari el concepte de pòdcast de pagament, així com, també, el model de negoci que està basat en les subscripcions.

Els qui també troben més vies de negoci amb l'àudio digital en general i, més en concret, amb el pòdcast són les ràdios i els mitjans tradicionals. Si bé fa uns anys la majoria d'aquestes emissores entenien el format com un repositori per a tot el contingut emès en directe, ara es produeixen molts programes específics per ser escoltats en format pòdcast.

"L'audiència de la ràdio tradicional està envellint i s'ha perdut la connexió amb les

noves generacions pel sorgiment de les plataformes a demanda", adverteix Izuzquiza. Però, tot i això, Correal té clar que la ràdio encara té futur. "La immediatesa de l'actualitat impedeix que la ràdio pugui morir mai", conclou. Ç



LA HISTÒRIA RECUPERADA

Els arxius sonors permeten reconstruir la ràdio de dècades anteriors

TEXT ISABEL CARVAJAL

IL·LUSTRACIÓ ANNA FALCÓ

El dinamisme de la ràdio a Catalunya es conserva gràcies a arxius sonors, hemeroteca –diaris i revistes– i guions de tota mena. Un llegat que permet reconstruir i reviure aquesta història recent. Les bobines i els enregistraments conservats a la Biblioteca de Catalunya, provinents de setanta anys de Ràdio Barcelona, la inquietud de la societat civil feta palesa a les ones de l'FM que recull l'Arxiu Sonor de la UB o el dinamisme dels pioners de la ràdio que Ràdio Associació de Catalunya ha recuperat a cop d'hemeroteca ens ofereixen una perspectiva vibrant i única del segle passat a casa nostra.

L'arxiu de Ràdio Barcelona és una de les col·leccions i peces del patrimoni sonor que es conserva a la Biblioteca de Catalunya. L'integren un ampli conjunt de programes –*Carrusel deportivo*, *El diván* o *La vida es radio*, entre altres– i enregistraments que constitueixen un recorregut exhaustiu per parlaments, entrevistes i moments històrics emesos a través de la primera emissora de ràdio a Espanya, l'EAJ-1 (més tard, Ràdio Barcelona), des del 1924 fins al 1994.

I és que aquell any, Ràdio Barcelona, amb motiu del seu setantè aniversari, va cedir en dipòsit a la Generalitat de Catalunya la seva discoteca completa i l'arxiu sonor de programes i enregistraments perquè formessin part de la Fonoteca de la Biblioteca de Catalunya, que els custòdia i, progressivament, els digitalitza.

La donació constava de dues seccions diferents: l'Archimag i la Discoteca. I encara hi havia un tercer grup de documents: la col·lecció completa de guions radiofònics des del 1925 fins al 1951. L'Archimag de la Biblioteca de Catalunya comprèn 10.000 bobines sonores que es tradueixen en

6.000 hores de ràdio amb contingut variat de programes, com ara radioteatre, talls de veu i programes emesos per la ràdio degana fins al 1950. Per la seva banda, la Discoteca compta amb uns 12.000 discs de 78 rpm i 80.000 vinils.

A més, el 1994, l'emissora va editar un triple CD amb documents de l'arxiu sonor titulat *70 anys, antologia sentimental de Ràdio*

L'ARXIU HISTÒRIC DE RÀDIO BARCELONA, AMB 10.000 BOBINES, 12.000 DISCS I 80.000 VINILS, ES CONSERVA A LA BIBLIOTECA DE CATALUNYA

Barcelona. Amb anterioritat, el 1974, Ràdio Barcelona, amb motiu del cinquantè aniversari, va recopilar en dos LP una selecció de talls de veu, esdeveniments i programes emesos fins llavors.

Per exemple, entre els quaranta-sis Tresors de la Biblioteca de Catalunya hi ha el fragment d'una entrevista de Joaquín Soler Serrano a Salvador Dalí emesa el 26 de maig del 1959 per a l'espai *El Programa*. En aquesta entrevista, a la qual es pot accedir

fàcilment a través del web de la Biblioteca de Catalunya, el geni empordanès avançava la seva intenció de pintar un quadre sobre el descobriment d'Amèrica de Colom, entre altres reflexions sobre la ciència i el misticisme. El programa, patrocinat per Lavadoras Bru, s'emetia cada dimarts a dos quarts d'onze de la nit per Ràdio Barcelona i també van passar-hi personalitats del món de la cançó com Charles Trenet, Josephine Baker, Lola Flores i Maria Callas.

Però no tot el que s'hi conserva són arxius sonors. La col·lecció de guions amb

la programació diària des del 1925 fins al 1958 constitueix un llegat insubstituïble. Aquesta rica i extensa col·lecció de guions –llargues i precises escaletes de programació diària, escrites a màquina amb anotacions al marge amb llapis– constitueix una documentació que reconstrueix no només tres dècades de la vida de Ràdio Barcelona, sinó també la història recent de manera bategant, captivadora. Des del 1996 està dipositada a la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General de



LA IMPORTÀNCIA DE LA PRESERVACIÓ

La ràdio feta al segle XX, en la seva immensa majoria, era efímera. El que s'escollava desapareixia a l'instant en el passat i era irrecuperable. A la dècada de 1930 hi havia el magnetòfon de filferro, però les emissores catalanes no el van fer servir fins a la dècada següent. L'enginyer de Ràdio Barcelona Julián del Pozo va fer les primeres proves d'enregistrament en discs de pasta l'any 1934. És a partir d'aleshores que comencen a guardar-se fragments de programes d'aquella emissora. El gran salt endavant per conservar programes va ser la cinta magnetofònica de bobina oberta que va arribar a la dècada de 1950. Com que era cara i ocupava molt d'espai es conserva-

LA DIVERSITAT I IMPLANTACIÓ DE LA RÀDIO CATALANA LA FAN ÚNICA, PERÒ EL PATRIMONI SONOR RADIOFÒNIC CATALÀ DEL SEGLE XX ÉS MINSO

ven pocs programes, donat que les bobines es tornaven a fer servir per enregistrar-ne de nous i, en alguns casos, els espais que ocupaven les cintes guardades es destinaven a altres usos i aquestes es llençaven.

Malauradament, a la dècada de 1980 i 1990 van desaparèixer les fonoteques de moltes emissores importants i molt escoltades, com les de Radio Juventud de Barcelona, Radio España de Barcelona-Cadena Catalana o Radio Miramar.

Per això, el patrimoni sonor radiofònic català del segle XX és minso. Cal destacar l'arxiu sonor de Ràdio Barcelona, dipositat a la Biblioteca de Catalunya, l'arxiu sonor de Ràdio Reus, donat a l'arxiu Municipal de Reus, i el fons de Ràdio Girona, que guarda l'Arxiu Municipal de Girona. Altres emissores

que ofereixen públicament un nombre significatiu de programes del passat als seus webs són Catalunya Ràdio i Radio Nacional de España, tot i que en aquest cas el que s'ha conservat de Ràdio 4 està en procés de digitalització. La diversitat i la gran implantació social de la ràdio catalana la fan única al món. A partir del 1979 van sorgir a l'FM les ràdios lliures i les emissores municipals. Les van seguir ràdios culturals, associatives, escolars, etc. De tot aquest conjunt d'emissores actives a les tres dècades finals del segle XX tampoc queda gran cosa i l'escàs material que hi pot haver està guardat en cassets que conserven algunes persones. Amb l'objectiu de preservar i oferir una mostra d'emissores catalanes i espanyoles de totes les èpoques, presents a les bandes de radiodifusió a Catalunya, i de les ràdios catalanes que distribueixen els seus continguts per Internet, a la UAB s'ha creat l'Arxiu Sonor de la Ràdio a Catalunya. És un projecte de la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General de la UAB en col·laboració amb l'Institut de la Comunicació. Aquesta iniciativa col·laborativa, sense ànim de lucre i amb voluntat de servei públic, es pot consultar a Internet a arxiuradio.uab.cat. Us convidem a fer-hi contribucions.

Cinto Niqui

Director de l'Arxiu Sonor de la Ràdio a Catalunya de la UAB



la UAB, tant en versió digitalitzada —des del 1925 fins al 1951— com en paper, en aquest cas, fins al 1958.

EL PRIMER ARXIU SONOR CATALÀ

D'altra banda, el passat 13 de febrer es presentava l'Arxiu Sonor de la UAB, el primer arxiu sonor de la ràdio a Catalunya. Impulsat per l'Institut de la Comunicació i la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General d'aquesta universitat, té Cinto Niqui, professor del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat, al capdavant del projecte.

Amb menys d'un any de vida, ja compta amb noranta-set anys documentats —a partir del 1924— amb 800 ràdios diferents, fragments de 2.300 programes i 6.700 registres. Quaranta-tres comarques catalanes i 280 localitats hi estan representades a través d'emissores locals i més d'un centenar d'escolars. I hi tenen 2.600 persones que han presentat programes.

Aquest arxiu sonor té com a objecte preservar el màxim nombre d'enregistraments d'emissores catalanes, i també d'espanyoles, que han transmès en els diàls de Catalunya. La voluntat és doble. Primer, fer una crida a les persones que guardin en casset enregistraments, sobretot a partir dels anys setanta, d'emissores de qualsevol mena i que puguin fer una aportació en aquest espai col·laboratiu per així catalogar-los i guardar-los. I segon, acomplir una tasca d'arqueologia sonora, navegant per Internet, a través d'arxius públics,

per recuperar-ne els fragments. Cal destacar que en aquest arxiu es conserven

ACTUALMENT, L'ARXIU SONOR DE LA UAB JA COMPTA AMB 800 RÀDIOS, FRAGMENTS DE 2.300 PROGRAMES I 6.700 REGISTRES

únicament fragments de pocs minuts, no s'arxivien programes sencers.

Amb tot, el focus de l'Arxiu Sonor de la UAB està especialment orientat a les tres últimes dècades del segle xx, un període en què Catalunya va viure molta activitat a la ràdio. No en va ésser quan van néixer les emissores municipals. Les primeres, l'any 1979, van ser la d'Arenys i la de Rubí. En ple esclat de l'FM, a Catalunya hi havia molts tipus d'emissores. Els seus impulsors puntualitzen que l'Arxiu Sonor de la UAB posa en el mateix nivell tota la ràdio, tant la pública i la privada com la creada des de col·lectius com escoles, institucions i emissores municipals. I en aquest sentit destaquen les primeres ràdios lliures, com Ràdio Maduixa, el 1976, i Ona Lliure, el 1979, que juntament amb altres com La Campana de Gràcia, La Contra Radio, El Avispero de Santa Coloma de Gramenet o Ràdio

L'ANY 1939, AMB L'ENTRADA DE LES TROPES FRANQUISTES, VAN DESAPARÈIXER TOTS ELS ARXIUS, DISCS, MICROS I DOCUMENTS

Kaos a Terrassa són exemples del dinamisme de les ràdios lliures a casa nostra. Un moviment dels setanta i vuitanta que buscava trencar amb l'hegemonia de

les grans emissores públiques i privades, entenent el mitjà radiofònic com a eina expressiva sense ànim de lucre i aprofitant la senzillesa tècnica de l'FM i la situació d'alegalitat per fer-ne un canal d'expressió. Avui dia,

aquestes emissores encara no estan regulades i configuren el que es coneix com el col·lectiu d'emissores anomenades del "tercer sector".

L'HEMEROTECA, CLAU

Des de Ràdio Associació de Catalunya també s'ha portat a terme una intensiva recerca per recuperar la història de la radiodifusió a casa nostra. "L'any 1939, amb l'entrada de les tropes franquistes, desapareixen tots els arxius, discs, micros i

DES DE RÀDIO ASSOCIACIÓ DE CATALUNYA HAN RECONSTRUÏT, AMB PUBLICACIONS D'ÈPOCA, LA HISTÒRIA DE LA RÀDIO ENTRE 1929 I 1970

documents. No vol dir que es destruïssin, però no els hem trobat. Des de l'any 2014, per necessitat vital, ens calia recuperar la història", explica Margarida Moles, cap de comunicació de Ràdio Associació de Catalunya.

"Van començar la recerca buscant tot el que s'havia publicat als diaris de Barcelona des dels anys vint i hem reconstruït la història a través de l'hemeroteca fent el buidatge de *La Veu de*

Catalunya, La Publicitat i Mirador, entre altres", explica Moles. Aquests diaris tenien seccions i espais específics on es parlava de la ràdio. També les revistes pròpies que es publicaven des de Ràdio Associació de Catalunya han permès refer la història d'EAJI5-Ràdio Associació, recuperar els pioners de la ràdio i l'era d'expansió de la radiodifusió en català a partir del 1933.

Així doncs, gràcies a un munt de publicacions consultades, s'ha pogut completar la història de la radiodifusió a Catalunya entre el 1929 i el 1970. Moles repassa algunes d'aquestes publicacions, com el butlletí de l'Asociación Nacional de Radiodifusión, el diari *L'Instant*, la revista de Ràdio Associació de Catalunya i la *Gran Revista de Ràdio Olot*, una de les publicacions més completes de l'època en aquest sentit.

Una riquesa documental que posa en relleu com l'arribada de la ràdio a Catalunya va generar una gran expectativa, així com el dinamisme i la visió d'alguns pioners com Eduard

Rifà, empresari i un dels fundadors, el 1924, de l'Asociación Nacional de Radiodifusión, que nou anys més tard passaria a anomenar-se Ràdio Associació de Catalunya. Amb motiu de la commemoració dels 100 anys de la ràdio a Catalunya, aquesta entitat emetrà un pòdcast i la publicació del llibre de Josefina Rifà Rierola, filla d'Eduard Rifà. Una efemèride que, a més, es completarà amb l'emissió del documental *La ràdio silenciada*, que està dirigit per la periodista Mònica Terribas i que s'emetrà a TV3 el primer trimestre d'aquest any. **Ç**



TRANSFORMACIÓ DIGITAL

De les ones hertzianes a les xarxes socials

TEXT JORDI PACHECO



Laura Rosel, quan estava al capdavant d'El matí de Catalunya Ràdio, en una connexió des de Londres a través del mòbil i l'ordinador. Foto: CCMA

En plena era digital, la narrativa radiofònica ha evolucionat influenciada per la interconnexió i les demandes d'una audiència cada cop més participativa. La ràdio ja no és només so, sinó una amalgama digital que desafia les rutines tradicionals. Així, veiem com les emissores actuals apleguen una sèrie d'elements que l'Observatori de la Ràdio a Catalunya anomena "perímetre digital". Es tracta de satèl·lits que graviten en la seva òrbita i que el mitjà ha sabut fer-se seus. Entre ells, les xarxes socials, que han permès augmentar la relació amb els oients.

"Després de l'abús sexual, vaig decidir trencar relacions amb una part de la meua família biològica". Aquest va ser un dels titulars que va deixar l'entrevista a Bel Olid a *El suplement* de Catalunya Ràdio el passat 25 de novembre i que va ser difós pels responsables de les xarxes socials del programa a x. La publicació anava acompanyada d'un vídeo de vint-i-vuit segons de la conversa que, en només unes hores, va acumular desenes de milers de visualitzacions i confirmava l'augment de l'audiència digital del programa en la temporada 2023-2024.

Per a Xavier Ribes, director del Departament de Comunicació Audiovisual i Pu-

LA RÀDIO HA DEIXAT DE SER EXCLUSIVAMENT HERTZIANA, PERQUÈ LES XARXES SOCIALS N'HAN MODIFICAT LES RUTINES PRODUCTIVES

blicitat de la UAB, aquest seria "un exemple molt gràfic" de com la ràdio ha deixat de ser "exclusivament hertziana" i de com les xarxes socials n'han modificat les rutines productives. "Abans, el locutor i l'entrevistat s'asseien, mantenien l'entrevista i aquí s'acabava tot. Però amb la irrupció de les xarxes socials i altres elements de l'era digital, algú ha de decidir com gestionar

tot allò que implica aquesta gravació i posterior edició i difusió del vídeo, coses que abans no es feien perquè no tocava", explica Ribes. El també membre de l'equip d'investigadors de l'Observatori

"SABER QUÈ PENSEN DEL QUE FAS, COM ELS ARRIBA I COM SÓN ESTABLEIX UNA RELACIÓ MÉS DIRECTA I PERSONAL AMB EL PÚBLIC" Rosa Badia, SER

de la Ràdio a Catalunya sosté que, en aquest nou context, la ràdio, si bé en part ha continuat sent el que era, al mateix temps ho ha deixat de ser. "A l'hora de produir continguts, ara tenim editors de textos, escaletes digitals, so... L'essència continua sent el programa, però al seu voltant han aparegut factors que donen nous valors a la producció, emissió i consum radiofònic", detalla Ribes.

NOUS HÀBITS

La digitalització ha canviat les dinàmiques de feina no només a les grans emissores, sinó també a les més petites i d'àmbit local. "Tots els processos a l'hora d'elaborar

una informació s'han agilitzat de manera espectacular", explica Emili Pacheco, director de Ràdio Calella Televisió. "Abans —afegeix— sorties a cobrir una roda de premsa amb un equip de gravació i la postproducció era molt més laboriosa. Avui dia, hi vas amb el mòbil i un micròfon i això t'ofereix moltes possibilitats. Fins i tot, pots prescindir del micròfon. Quan tornes a la redacció edites els talls de veu per a l'informatiu, però a la vegada pots tenir imatges per compartir al web i les xarxes socials".

Pacheco, que es va incorporar com a redactor a Ràdio Calella Televisió el 2004, relata que al llarg dels darrers vint anys l'emissora ha fet un procés gradual d'obertura de perfils a les xarxes socials fins a incorporar-les de ple a les seves dinàmiques diàries. De moment, però, es resisteixen a incorporar Tik Tok, ja que, en la seva opinió, "abans d'obrir un perfil has de saber ben bé què hi compartiràs".

"Amb les xarxes hi ha hagut una transformació, perquè, quan van sorgir, els mitjans les feiem servir per transmetre el nostre contingut tal com l'havíem concebut originalment per a la ràdio i el web. Ara, cada vegada més, el contingut varia segons el lloc on el poses. Al web faràs la notícia en si i, en funció de la xarxa social, en compartiràs o destacaràs una cosa o altra. Per tant, en vas adaptant el contingut segons la xarxa i el tipus d'usuari", resumeix.

MÉS FÀCIL, MÉS FEINA

Quan Rosa Badia va començar la seva carrera professional a Ràdio Manresa, a la dècada de 1970, encara faltava molt de temps per a l'arribada de la digitalització i les xarxes. De fet, com explica la periodista, en aquells temps, a l'emissora no tenien ni ordinador. "El canvi durant aquests cinquanta anys ha estat enorme i molt positiu. Ara penso que és una llàstima que les tecnologies digitals i les xarxes no

CANVIS RADICALS AMB LES XARXES SOCIALS

L'última cançó que s'ha fet viral a Tik Tok i que sona a totes hores a les ràdios musicals; la fotografia que ha penjat aquell famós a Instagram i que s'ha convertit en notícia; la piulada que ha fet un estudiant de tercer de medicina sobre allò tan fort que li va passar dissabte a la nit, que ja acumula 23.456 "m'agrada" (i pujant!) i que ha generat desenes de debats sobre què s'ha de fer perquè no es torni a repetir; l'entrevista de torn a l'estrella de Twitch o el nou programa que han donat a

ESTEM ENGANXATS A L'ÀNTIC TWITTER I AIXÒ FA QUE EL PERIODISME SIGUI MENYS PERIODISME

aquella *influencer*. D'exemples de com les xarxes socials han impregnat els mitjans n'hi ha per donar i per vendre. I, com tot a la vida, això té les seves coses bones i d'altres que no ho són tant (o gens).

Arrenco amb una de positiva: la proximitat que es genera amb els oients, que fa que el mitjà sigui molt més bidireccional. Ells tenen la possibilitat de dir-hi la seva i de generar contingut radiofònic de qualitat. He tingut la sort de treballar durant set anys al programa *Islàndia*, de RAC1, amb un periodista visionari com és l'Albert Om, i recordo la primera vegada que, cansat de les trucades que se sentien malament, ens va proposar demanar als oients, i a segons quins convidats, que enviessin una nota de veu. S'havien posat de moda a través de WhatsApp i el so era excel·lent. Nosaltres en vam treure molt profit i ara no hi ha programa on no en soni una. La veu dels oients és

tan o més important que la d'un VIP i ara la tenim més a l'abast que mai. A l'altra banda, hi trobem l'odi i les *fake news*. Però anem més enllà: els periodistes ens hem convertit en esclaus de les xarxes. Els polítics i tots els que generen un interès donen cada vegada menys entrevistes i ens basem en el que diuen, o fins i tot en el que deixen de dir, a X. Estem enganxats a l'antic Twitter i això fa que el periodisme sigui menys periodisme. Els temes ja no es busquen a les fonts o investigant, es fan a cop de piulada; tots acabem parlant del mateix, amb el mateix enfocament i amb una desídia que s'encomana més que el coronavirus. Per trencar això cal valentia dels que manen per canviar el tarannà i apostar per temes que d'entrada puguin semblar menys *mainstream*, i calen recursos, tant econòmics com de personal. El bon periodisme necessita temps i les xarxes inciten tot el contrari: compta més ser el primer a dir-ho que no pas com dir-ho. Ens ho hauríem de fer mirar, que -com deia aquell- "llevamos 500 años haciendo radio" (i qui diu *quinientos* diu cent).

Maria Xinxó

Periodista



Foto: Pau Venteo

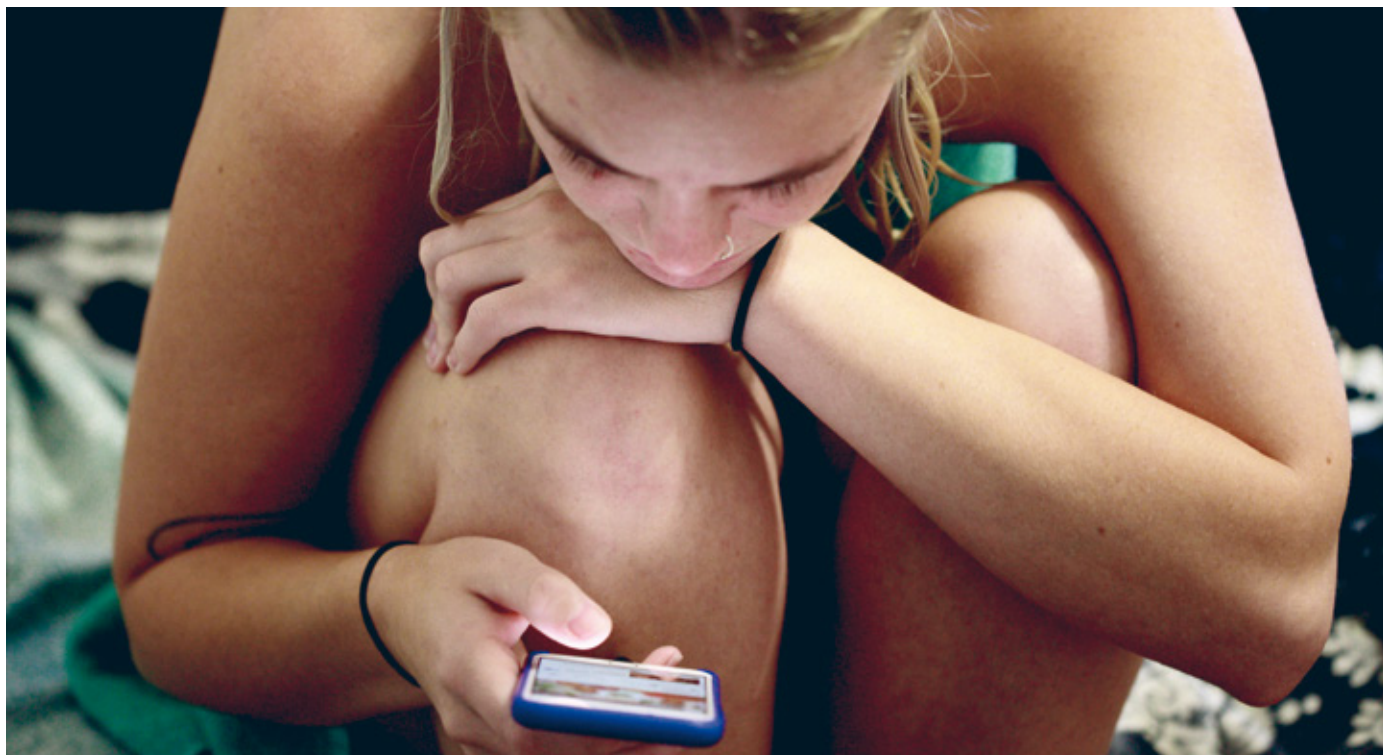
haguessin arribat abans, i també em pregunto com ens ho fèiem sense Internet, Google i x", confessa.

Badia, que ha desenvolupat gairebé la totalitat de la seva carrera a Ràdio Barcelona, reconeix que a l'inici li va resultar complicat assumir les noves rutines sorgides de la digitalització. "Em va costar adaptar-me als canvis, però, per sort, ràpidament vaig entendre que calia posar-se al dia, aprendre i aprofitar tot el que les noves plataformes ens oferien. Ara bé, és curiós perquè, si bé és cert que d'alguna manera ens han facilitat la feina, per una altra banda tinc la sensació que les hores de treball han augmentat", reflexiona la periodista, que actualment dirigeix i presenta el pòdcast de la Cadena SER *Al teatre amb la Rosa*.

Una reflexió que va en sintonia amb el que apunta Pacheco, que va fer els seus primers passos professionals a Ràdio Estel. "Quan vaig entrar a Ràdio Estel -recorda- el ritme a la redacció era més relaxat que avui en dia, ja que treballàvem per fer un programa de ràdio i pensàvem només en ràdio, a connectar amb la nostra audiència a través de l'FM o l'OM. La manera de pensar i de concebre el nostre producte no estava subjecte a la immediatesa que actualment ens imposen les xarxes socials. Ara, els periodistes estem més sotmesos, vulguem o no, a la 'dictadura del pescaclics', assegura.

RELACIÓ MÉS DIRECTA

I si l'ús quotidià d'Internet i dels mitjans socials ha canviat les rutines productives dels mitjans, també ha modificat les dels usuaris i, en definitiva, la relació entre tots dos. Així, les xarxes han propiciat una participació de l'oient basada en la interactivitat, ja que, per mitjà d'elles, té la possibilitat de fer preguntes, votar, enviar salutacions, comentar programes en viu i proporcionar una retroalimentació immediata. Funcions que des de fa uns anys s'han associat a la figura del *prosumidor* (de



La comunicació a través del telèfon mòbil ha obert un nou camp de possibilitats a la ràdio pel que fa a la relació directa amb els oients. Foto: Alexander Grey

l'anglès *prosumer*), acrònim format per les paraules *productor* i *consumidor*.

“En el meu programa, si no directament, l'audiència crea contingut de manera indirecta, perquè les seves opinions, gustos o interessos d'alguna manera acaben influïent en alguns dels temes que triem”, reconeix Badia. “Saber què pensen del que fas, com

ELS OIENTS JA NO SÓN SIMPLS USUARIS PASSIUS QUE S'EMPASSEN TOT ALLÒ QUE EL MITJÀ DE COMUNICACIÓ ELS EXPLICA

els arriba i com són em sembla fantàstic, perquè s'estableix una relació més directa i personal amb el públic”, afegeix.

Sobre la importància de l'aportació del *prosumidor*, Badia creu que és “molta i que tot suma”. “Tot i que els realitzadors i directors de programes de ràdio hem de tenir present que no tothom té xarxes,

hem d'escoltar o llegir el que diuen. Quan fem un programa hem de tenir clar el que volem fer, com ho volem fer i per a qui parlem. Per tant, cal tenir criteri i una línia de treball, però també saber escoltar”, conclou.

Per a Pacheco, la figura del *prosumidor* “democratitza” la participació dels oients i els espectadors, que ja no són simples usuaris passius que s'empassen tot allò que el mitjà els explica. “Ara tenen més oportunitats de

participar també del relat informatiu, però, compte, sempre hi ha d'haver la figura d'un professional per contrastar la informació, per posar en context allò que s'està explicant”, adverteix aquest periodista.

En un món que canvia a un ritme vertiginós i, sovint, de manera sorprenent, les cerques que ha dut a terme l'Observatori

de la Ràdio a Catalunya d'ençà de la seva creació l'any 2007 han permès constatar, segons els responsables d'aquest organisme vinculat amb la UAB, que la ràdio ha sabut adaptar-se ràpid i bé al context de la digitalització i les xarxes. “Malgrat la incertesa inicial dels primers temps, tant les emissores públiques com les privades no només han sabut reaccionar amb rapidesa i aprofitar el ventall d'oportunitats que ofereixen les noves tecnologies, sinó que, a més, han liderat el canvi”, sentència Ribes. Ç

Més informació a:

<https://observatoriradio.com/la-radio-a-lera-de-les-xarxes-socials> ›

Estudi sobre les xarxes socials a la ràdio elaborat per l'Observatori de la Ràdio a Catalunya.





EL MÒBIL ES MENJA EL TRANSISTOR

La preferència de consumir ràdio en directe a través de dispositius mòbils creix any rere any i les emissores s'adapten a aquest canvi

TEXT FRANCISCO JAVIER RODRIGUEZ BAENA

L'escena d'una persona aixecant-se i encenent el transistor o la ràdio del menjador per escoltar el seu locutor o programa de capçalera està sent reemplaçada per la d'una altra que, amb un parell de clics —i, si vol, sense aixecar-se del llit—, es posa a escoltar la ràdio a través del mòbil o la tauleta. Aquest comportament el constatem dia a dia amb familiars, amics i companys de feina, i queda reflectit en diversos estudis que s'han publicat els últims anys.

Sense anar més lluny, segons l'informe *Encuesta Pod*, més del 80% dels consumidors d'àudio n'escolten els continguts amb el mòbil o les tauletes, tot i que també a través dels portàtils i els ordinadors. I l'Associació per a la Investigació

ACTUALMENT, MÉS DEL 80% DELS CONSUMIDORS D'ÀUDIO ESCOLTEN ELS CONTINGUTS AMB EL MÒBIL O LA TAULETA

de Mitjans de Comunicació (AMIC) ja fa anys que destaca als seus estudis que els mòbils són els dispositius preferits per escoltar ràdio en directe. “És un tema de comoditat”, considera Albert Sort, sots-director d'*El món a RAC1*, que recorda que cada cop menys gent té una ràdio com a tal a casa. Opina de manera similar Ricard Jiménez, periodista d'informatius a *Onda Cero Catalunya*, que aporta el seu punt de vista de jove professional. “Hi ha tantes maneres d'escoltar la ràdio que la manera original queda obsoleta”, diu. “Que si busca el dial, que si col·loca l'antena...”, enumera. Ara bé, hi ha qui troba que el ritual de girar la rodeta del dial i ajustar l'antena té alguna cosa de “social”. Així

Malgrat que l'essència de la ràdio, a grans trets, no canvia, sí que ho fa la manera com s'escolta. O, millor dit, el dispositiu que fem servir per rebre les ones hertzianes. I és que cada cop és més comú que els oients segueixin el seu programa de ràdio favorit a través dels telèfons mòbils, les tauletes i fins i tot els ordinadors. Però com afecta el tipus de suport al consum de ràdio tradicional? Això fa canviar les dinàmiques de feina dels professionals? Hi ha més oients, llavors? Reflexionem sobre tot plegat amb set periodistes d'emissores catalanes.

opina el director de Ràdio Estel, Toni Hervás, que, tot i reconèixer que sintonitzar una emissora amb un mòbil o una tauleta és més “còmode”, recorda que escoltar la ràdio pel mateix mòbil que estàs fent servir per enviar whatsapps o obrir documents de feina no és gaire confortable.

CANVI D'HÀBIT

Sigui com sigui, el consum de ràdio a través de dispositius mòbils és un fenomen a l'alça. En el cas de RAC1, els oients digitals han crescut un 15% respecte a l'any anterior, concreta Sort. Per la seva banda, Òscar Fernández, que és al capdavant del programa *Catalunya migdia* de Catalunya Ràdio, confirma que “cada vegada hi ha més gent que escolta la ràdio al digital”. Per tant, aquest fenomen suposa que hi hagi més oients de ràdio? Per a Cinto Niqui, professional amb una llarga trajectòria a Ràdio 4, és un fet que l'audiència ha crescut gràcies a la multiplicitat de dispositius digitals a l'abast per sintonitzar una emissora, tot i que recorda que “encara un gran gruix de l'audiència prové de la difusió hertziana tradicional”.

L'ANÀLISI DE LES MÈTRIQUES DEL CONSUM DE RÀDIO PER INTERNET EN DIRECTE PERMET VEURE QUINS TEMES FUNCIONEN I QUINS NO

En una línia similar es mou Josep Maria Palau, professor de Periodisme a la UPF, director d'UPF Ràdio i excorresponsal de Catalunya Ràdio, que assenyala que encara hi ha un notable volum d'audiència que deriva del transistor. Hervás, al seu torn, argumenta que el fet de poder escoltar la ràdio en directe a través

d'un telèfon intel·ligent “no fa necessàriament augmentar-ne el consum”, i recorda que hi ha franges d'edat, com els que estan a la cinquantena, que senten predilecció pel transistor. Fernández, per la seva banda, creu que és molt probable que els oients de ràdio a la carta —és a dir, aquella que pots recuperar al web d'una emissora un cop ja s'ha emès el programa, la qual cosa s'ha de fer tant sí com no a través de mòbils, tauletes o ordinadors— hagin fet un salt important en nombre, però no gosa afirmar categòricament si passa el mateix amb la ràdio en directe. Més contundent es mostra Jiménez, que considera que sí que hi ha més oients gràcies als dispositius digitals, però sempre que s'aconsegueixin captivar. “Al mòbil tenim tantes coses per informar-nos que la ràdio queda en un segon terme”, adverteix.

ES TREBALLA DIFERENT?

Sembla tenir-ho més clar Sort, que afirma que el consum digital de ràdio “s'està menjant el transistor”. “I aquests oients no tornen”, avisa. És per aquesta raó que saltem a la pregunta següent, que té a veure amb l'afectació que aquest canvi de comportament té en el dia a dia dels periodistes. Treballen diferent les emissores tradicionals per aquest canvi de suport? Per a Niqui, l'afectació sobre la feina “és mínima”.

Sí que és cert, tanmateix, que els professionals s'han posat en guàrdia arran d'aquest canvi en la manera de consumir. Aquesta és l'opinió de Gabriel Figueredo, director del programa *La brúixola* d'Onda Cero Catalunya i coordinador d'informatius de l'emissora. “La ràdio tradicional sí que s'ha hagut d'adaptar als nous temps”, assevera. De fet, admet que cada setmana miren les mètriques del web de la ràdio per analitzar la gent que s'hi connecta i saber què funciona i què no. Una cosa similar fan a RAC1, segons Sort. En aquella emissora controlen el consum de ràdio per Internet en directe, amb un *delay* de pocs segons. “Això ajuda a veure quins temes atrauen més o menys”, indica. D'aquesta manera,

NOVES POSSIBILITATS

La ràdio ha experimentat almenys dues revolucions pel que fa a les formes de consum. La primera va ser l'aparició del transistor, que li va donar mobilitat, amb tot el que això representa. De fet, una de les característiques que n'ha propiciat la supervivència és que es pot escoltar des de qualsevol lloc i fent altres coses. I la segona revolució ha estat Internet, que li ha donat, sobretot, amplitud.

D'entrada, Internet ha permès que l'audiència potencial de qualsevol emissora pugui créixer d'una manera extraordinària. Ja no hi ha límits geo-

ARA TOTHOM PORTA UN RECEPTOR A LA BUTXACA. EL SENYAL ARRIBA ALS TELÈFONS, ALS ORDINADORS, ALS TELEVISORS, ALS ASSISTENTS VIRTUALS...

gràfics. Només hi ha límits tecnològics. On arriba Internet, arriba la ràdio.

A més, ara tothom porta un receptor a la butxaca (com qui porta una càmera de fotos). Ja no cal tenir un aparell especial. El senyal arriba als telèfons, als ordinadors, als televisors, als assistents virtuals...

Tenim més receptors que mai i tenim noves possibilitats de consum, com ara la ràdio a la carta. Les xarxes socials han incentivat, a més a més, una relació immediata i molt més estreta entre els que parlen i els que escolten. Els programes s'han enriquit perquè els continguts generen debats en temps real i a la vista de tothom.

Fa uns anys, el telèfon (del qual hem abusat tant a la ràdio) permetia també aquesta interacció immediata, però tenia un problema: el cribratge era complicat. I quan dic *cribratge*, que ningú

entengui censura. No és pas això. Els productors seleccionen les trucades perquè siguin un ventall representatiu d'opinions i perquè no sempre apareguin en els programes els “oients professionals”, és a dir, els que truquen cada dia per donar la seva opinió.

Però, tot i aquestes precaucions, sovint arribaven a l'antena testimonis que no aportaven gran cosa.

Per tant, tinc la sensació que la ràdio ha estat el mitjà de comunicació tradicional més beneficiat per l'aparició d'Internet. Crec que les noves formes de consum i les xarxes socials l'han fet més propera, més accessible i més democràtica.

Pepa Fernández Vallès

Periodista



afegeix, obtenen una valuosa informació diària més enllà de l'Estudi General de Mitjans (EGM), que aporta les audiències només tres cops l'any.

No obstant això, tenir les mètriques al davant mentre es fa el programa —i saber, així, quanta gent l'està sentint a través de dispositius mòbils— no és una pràctica del gust de tothom. A Catalunya Ràdio, per exemple, ho feien, però ara ho eviten “de manera conscient”. “Es convertia en una dictadura de la maquineta”, reconeix Fernández. I és que, sovint, els presentadors estaven més pendents de l'audiència que no pas de fer el programa.

Malgrat tot això que comentem, tots coincideixen a opinar que, a grans trets, la feina a la ràdio continuarà sent la mateixa. “Cal modernitzar-se, sí, però sense perdre de vista que ets un mitjà tradicional”, concedeix Jiménez. I és que, en general, tant si s'escolta a través d'un transistor com d'un mòbil o d'una tauleta, la ràdio ha de continuar sent un mitjà “amè i dinàmic”, afegeix el jove periodista d'Onda Cero.

DE TU A TU

El que queda clar, segons les declaracions dels periodistes consultats, és que la gent que escolta la ràdio ho seguirà fent en el suport que calgui. “L'hàbit no canvia, encara que ho faci el dispositiu”, afirma Sort.

La qüestió és que els nous suports per escoltar la ràdio poden atraure un segment de població poc procliu a escoltar-la, com

CONSUMIR LA RÀDIO TRADICIONAL A TRAVÉS D'UN MÒBIL POT FER CRÉIXER LES AUDIÈNCIES JOVES, JA QUE ENCAIXA AMB COM REBEN LA INFORMACIÓ

és el jove. Ens ho explica Palau, que treballa cada dia amb joves a la universitat. “Els dispositius personals permeten una relació directa amb el canal que interessa”, reflexiona el docent. I és que en la “cul-



A la imatge anterior, *Babel*, instal·lació de l'artista Cildo Meireles, que es va poder veure a la Tate Gallery. Foto: Joan Maria Morros. A sobre d'aquestes línies, un mòbil amb auriculars. Foto: Unsplash

tura dels destacats en la qual vivim”—assegura— els joves estan més interessats en continguts que els parlin de tu a tu, ‘com si fos un amic’.

"EL TRANSISTOR DE RÀDIO QUEDARÀ COM UN OBJECTE ROMÀNTIC"

Albert Sort, RAC1

Figueredo constata, però, que “la ràdio sí que s'escolta d'una manera diferent”. En aquest sentit, consumir la ràdio tradicional a través d'un mòbil, amb uns cascs, de manera individual, pot ser un plus a l'hora de fer créixer les audiències joves, ja que encaixa amb la seva manera de rebre la informació. En el passat, escoltar la ràdio era un exercici de comunicació en què, la majoria de vegades i, sobretot, quan no hi havia tants televisors a les cases, la família es reunia al voltant de l'aparell. Ara, l'únic lloc d'escolta pública de la ràdio són els cotxes. “I perquè hi ha algú que mana!”, fa broma Palau.

I si bé sembla que el mòbil i la tauleta s'estan menjant el transistor, hi ha qui pensa que aquest objecte té encara molt de recorregut. Hervás, de fet, opina que en el futur hi pot haver una “coexistència” dels dos suports. Tanmateix, no ens podem deixar de preguntar si el transistor, la ràdio amb el dial i l'antena, passarà a ser un objecte de col·leccionista. En general, els periodistes entrevistats opinen que sí. “El transistor de ràdio quedarà com un objecte romàntic”, conclou Sort. Ç

ELS FORMATS QUE MARQUEN EL CAMÍ

Videopòdcasts conversacionals, documentals i ficcions sonores,
principals apostes digitals de les ràdios

TEXT DAVID MESEGUER

Un dels grans reptes de la ràdio actual és fer atractiva la seva presència digital per captar noves audiències, principalment entre els joves, que en bona mesura han desconnectat de les ones. En aquest sentit, què s'està fent a casa nostra per aconseguir-ho? Quins són els formats i les temàtiques pels quals s'està apostant més en l'àmbit nacional pel que fa al pòdcast? Les experiències de Catalunya Ràdio, RAC+I i PRISA Audio ajuden a dimensionar l'estat actual del pòdcast i permeten dibuixar com pot evolucionar el fenomen en els anys vinents.



La ràdio -a la imatge, els estudis de Ràdio Ciutat de Tarragona- està obrint-se a tot un seguit de nous formats. Foto: Ràdio Ciutat de Tarragona

“El gran format que ha esdevingut tendència i que va per llarg pel seu gran impacte en la generació Z és el video-pòdcast”, assenyala María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de PRISA Audio, l'àrea de la companyia que gestiona els pòdcasts de totes les marques del grup com Podium Podcast, la SER o *El País*, entre altres. Una visió que comparteix Mireia Riba, de l'àrea de pòdcasts de Catalunya Ràdio: “Conversacionals de 3cat com *Spursito & Company*, *La turra* o *El nou paradigma* ja neixen plantejats en aquest format audiovisual i, de cara al 2024, encara els volem donar més impuls”.

Segons dades del Digital News Report 2023, el consum de pòdcasts a Espanya entre els menors de 44 anys és del 56%, mentre que la xifra puja fins al 70% entre aquells que en tenen menys de 24. Entre les plataformes més utilitzades pels internautes espanyols per trobar i reproduir pòdcasts hi ha Spotify (30%), YouTube (29%), iVoox (16%) i Google Podcasts (13%), mentre que la resta de plataformes se situa per sota del 10%.

“En gran mesura els joves han desconectat de mitjans tradicionals com la televisió i la ràdio. Amb el llançament de 3cat volem tornar a abraçar-los mitjançant productes que els engresquin i que consumeixin, i els videopòdcasts en són un exemple”, destaca Mireia Riba. A més a més, per atreure aquest públic cap al 3cat, la CCMA ha apostat per contractar *influencers* catalans que fins ara feien pràcticament tot el seu contingut en castellà i difon tots els continguts adreçats al jovent.

TENDÈNCIES GLOBALES

En consonància amb les tendències que imperen en l'àmbit global, més enllà dels pòdcasts de conversa que es veuen, els mitjans radiofònics nacionals també estan nodrint els seus entorns digitals de documentals sonors —amb un clar predomini del *true crime*— i continguts de ficció. “Caldrà veure si la indústria és

capaç de suportar el finançament que requereixen aquest tipus de produccions”, explica Pedro García Campos, director de *Costa nostra*, un pòdcast documental molt

“EL GRAN FORMAT QUE VA PER LLARG EN LA GENERACIÓ Z ÉS EL VIDEOPÒDCAST”

María Jesús Espinosa de los Monteros, PRISA Audio

premiat sobre el fenomen del narcotràfic a la Costa del Sol. “Un producte sonor amb aquest nivell de construcció de la història i de narració requereix prop de vint persones treballant-hi”, indica el periodista al capdavant d'aquesta investigació emesa per Amazon Music que ha captivat la crítica per la manera com es presenten les veus que configuren el crim organitzat.

En aquest sentit, cal citar *Terra cremada*, que ressegueix la vida d'un incendi i acosta les històries humanes que hi ha rere el foc, i *El mar. El mur*, que reconstrueix la història de tres embarcacions sortides del Marroc amb destinació a les costes espanyoles, són només dos casos recents de la forta aposta de Catalunya Ràdio pels documentals sonors. “La ficció, la no-ficció documental, l'entreteniment i l'humor, així com la cultura i la divulgació, són els quatre eixos claus en l'estratègia de pòdcast de 3cat i cadascun d'ells té unes necessitats productives i econòmiques di-

“ELS OIENTS ACCEPTEN EL *BRANDED CONTENT* SI ESTÀ INTEGRAT D'UNA MANERA MOLT NATURAL”

Luis Magallanes, Grup Godó

ferents”, subratlla Albert Murillo, director del programa *Generació digital* de Catalunya Ràdio i també membre de l'àrea de pòdcasts de la ràdio pública catalana.

Pel que fa a la ficció sonora, *Titania* de Podium Podcast és un dels continguts actuals de referència que permet intuir quin és el format que pot regnar en els pròxims anys: bones històries amb guions molt treba-

llats, un disseny sonor de qualitat, capítols inferiors a vint minuts en la seva majoria, i tot sota el paraigua econòmic d'un *branded content*. “Des del punt de vista creatiu, no

tenim res a envejar d'altres països. El nivell de maduració del mercat en termes de rendibilitat econòmica sí que és molt diferent”, destaca

Espinosa de los Monteros, que de moment descarta monetitzar els continguts de PRISA Audio mitjançant la subscripció, a diferència del que fan plataformes com Podimo.

PÒDCASTS PATROCINATS

“A RAC+1 el pòdcast es concep com un model de negoci més. A molts clients encara els costa apostar-hi perquè veuen molt més tangible la publicitat en antena, tot i que hi ha marques que directament et demanen pòdcasts fets a mida. *Una nova vida*, patrocinat per Fertilab, n'és un exemple recent”, detalla Luis Magallanes, responsable de pòdcasts del Grup Godó, que creu que formats com concursos o espais de cites acabaran aterrant a l'àudio a la carta.

“Hi ha estudis que indiquen que els oients accepten el *branded content* si aquest està integrat d'una manera molt natural.

Prefereixen que hi hagi honestedat i que s'indiqui al principi del pòdcast que no pas caretes d'entrada i de sortida o microespais al mig.

La gent està disposada a consumir-ho perquè creuen que el producte val la pena i entén que allò ha de tenir una solvència econòmica”, assenyala Magallanes.

Una altra tendència és l'oferiment de projectes transmèdia 360, en què fins i tot la productora ja truca a la porta del mitjà amb un patrocinador sota el braç. “El contingut l'adapten als diferents formats



LES NOVES APOSTES

Les empreses radiofòniques han ampliat el seu abast fent créixer el que podem anomenar com a *perímetre digital*, de manera que han esdevingut generadores de continguts sonors dissenyats per ocupar entorns, espais, públics i moments de consum més enllà del seu àmbit habitual, que, fins ara, era l'emissió en directe. Han diversificat la seva oferta sonora, proposant experiències exclusives accessibles a través de les plataformes de pòdcast o, fins i tot, de videopòdcast.

A més, l'aposta per recuperar la veu dels prescriptors musicals i impulsar

EL SEGÜENT REPTA DE LA RÀDIO ÉS POSAR ELS AVANTATGES TECNOLÒGICS DELS DISPOSITIUS MÒBILS AL SERVEI DELS CONTINGUTS SONORS

la participació de l'audiència a través de les xarxes socials o l'organització d'esdeveniments musicals en viu faciliten la construcció d'un sentiment de pertinença entre els oients, fent de la ràdio un mitjà més proper. Alhora, la incorporació de veus joves, amb temes nous i mirades alternatives, està promovent que el jovent reconegui el mitjà com a seu, fet que l'allunya de la idea que la ràdio és, com dirien ells i elles, "cosa de boomers".

La ràdio per Internet va aportar grans millores, com l'accés a un nombre il·limitat d'emissors d'arreu, però, en els seus orígens, l'escolta en línia només era possible a través d'un ordinador connectat per cable a la xarxa i, per tant, es perdia l'escolta en moviment. El telèfon mòbil ha esdevingut el nou transistor: ha retornat la mobilitat a l'escolta sonora. I l'escolta amb el mòbil es fa ara, majoritàriament, de manera individual i a través d'auriculars. És per

això que es poden explotar les possibilitats de l'àudio binaural i potenciar el valor expressiu de les produccions, incorporant les sensacions derivades de la immersivitat.

A més, els mòbils (i altres dispositius, com ara els rellotges intel·ligents) ofereixen avantatges tècnics que, incorporats a les produccions sonores, podrien fer-les úniques, diferents, i potenciar-ne el valor comunicatiu.

És per tot això que el següent repte que té la ràdio és posar els avantatges tecnològics dels dispositius mòbils al servei dels continguts sonors.

Donat que l'usuari utilitza el mòbil per escoltar, i que aquest és un element molt personal, és fàcil reconèixer l'usuari i els seus hàbits d'escolta i proposar-li continguts adaptats al seu perfil, o fer-li arribar continguts més personalitzats, que responguin, per exemple, a la seva ubicació actual. La ràdio, com sempre ha fet, haurà d'adaptar-se i incorporar aquestes tecnologies a les rutines productives. I els seus professionals hauran d'aprendre a repensar tant el mitjà com l'oferta sonora. Estic convençut que, com sempre, ho faran de manera àgil, posant a disposició dels oients formes i propostes sonores innovadores.

Xavier Ribes

Director del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB



i t'ofereixen des d'un pòdcast o material per a xarxes fins a quaderns de treball en el cas de productes infantils", explica Mireia Riba. "Tems mort i Inclassificables són dues propostes de pòdcasts que van arribar a 3cat un cop les productores havien aconseguit finançament per part d'un ens públic", afegeix Murillo.

PENDENTS DE LA BOMBOLLA

Un dels principals objectius de les ràdios quant als seus entorns digitals és aconseguir l'equilibri entre els continguts pensats purament per ser un pòdcast i els que s'aprofiten de l'antena. "A PRISA Audio tenim dos grans tipus de pòdcasts: els àudios a la carta de programes que són una cura del que passa a l'antena, i aquí l'experiència de SER Podcast està sent molt interessant amb continguts com *Concostrina*, *Nadie sabe nada*, *Buenismo bien* o *Un libro, una hora*, entre altres", indica Espinosa de los Monteros.

En aquest sentit, Magallanes destaca el bon funcionament a la carta de programes com *La competència* o de seccions com els *Il·lustres execrables del Via lliure*. "Els *Il·lustres execrables Gran Reserva* els reempaquetem mitjançant una cura de continguts: hi inserim caretes d'entrada, en seleccionem els millors moments i n'eliminem tots els aspectes temporals vinculats al dia que s'emeten en antena. Com que ja ho tenim, no costa res penjar-ho a plataformes i donar-li una nova vida", explica el responsable de pòdcasts de RAC+1, *La Vanguardia* i *Mundo Deportivo*.

"Després hi ha els continguts originals que neixen en un entorn digital, com *Saldremos mejores* o *Estirando el chicle* de Podium Podcast, o aquells sorgits a partir d'una idea radiofònica, com és el cas de *Sastre y Maldonado*", destaca la directora general de PRISA Audio. "Avui dia la dicotomia entre què és pòdcast i què no ho és encara existeix. *El búnquer* va néixer com a pòdcast, però ara també s'emeta a la ràdio. És un híbrid. En canvi, alguns continguts neixen a l'antena, però després on tenen més audiència és en l'àmbit digital", subratlla Murillo.



Els mitjans radiofònics –a la imatge, Ràdio Municipal de Terrassa– nodreixen documentals sonors i continguts de ficció. Foto: Ràdio Municipal de Terrassa

En relació amb l'evolució del fenomen del pòdcast, els mitjans i les plataformes s'emmirallen en països capdavanters en aquest terreny com els Estats Units i

"ALGUNS CONTINGUTS NEIXEN A L'ANTENA, PERÒ DESPRÉS ON TENEN MÉS AUDIÈNCIA ÉS EN L'ÀMBIT DIGITAL" Albert Murillo, Catalunya Ràdio

Mèxic, on la bombolla fa un parell d'anys que va començar a desinflar-se i ja s'ha estabilitzat. "Nosaltres encara estem en auge, però respecte a descàrregues i patrocinis ja

comencem a intuir la caiguda en el nostre mercat. És una barbaritat la quantitat de pòdcasts que surten cada dia i l'ecosistema no pot aguantar i absorbir aquest volum", comenta Magallanes.

Tant ell com Albert Murillo creuen que el món del pòdcast acabarà tenint una evolució semblant a la

de Twitch i es redimensionarà. "Al principi de la plataforma d'estríming hi havia molts canals i ara s'han reduït notablement. Amb el pòdcast passarà una cosa semblant i

només sobreviuran els continguts de més qualitat", assenyalava el periodista de Catalunya Ràdio. "Twitch va fer un boom i ara està en recessió, tant pel que fa a les quantitats que paga la plataforma com pel nombre de creadors de contingut. Amb la novetat sempre arriba el pic més alt i després es desinfla perquè és inevitable", conclou Magallanes. Ç

LOCALITZAR CONTEXTUALITZAR DOCUMENTAR

El Centre de Documentació Montserrat Roig dona suport a la investigació periodística, la capacitat professional i la recerca històrica sobre el periodisme i la comunicació a Catalunya.

Contacta'ns a documentacio@periodistes.cat

Més informació:



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya
CENTRE DE
DOCUMENTACIÓ
MONTSERRAT ROIG

LA IGUALTAT QUE NO ARRIBA

Després d'un segle, les dones segueixen sense tenir la mateixa presència a la ràdio que els homes

TEXT ELVIRA ALTÉS

En aquests 100 anys, des de l'arribada de la ràdio a Catalunya, les dones han treballat per assolir espais, presència, credibilitat i prestigi en aquest mitjà de comunicació. Després de les dècades d'invisibilitat que va suposar el franquisme, l'arribada de la democràcia va permetre que a les ones sovintegessin, cada cop més, veus femenines. Però actualment encara, malgrat el segle transcorregut, no s'ha obtingut la igualtat professional amb els homes, que continuen ocupant despatxos i franges matinals i presentant programes amb més pressupost i equip.



Mari Cruz Román amb Josep Maria Bachs i, al control, Chus Román, a l'estudi de Radio Juventud als anys seixanta.

Per fer un diagnòstic de la situació de les dones a la radiodifusió, caldria saber quin percentatge de dones hi ha a cada emissora i quins llocs ocupen, observar en quines franges horàries condueixen espais i programes, i en quins temes, i, finalment, esbrinar si l'audiència i les direccions de les empreses els atorguen la mateixa consideració i credibilitat que als seus companys.

Presentar la franja matinal, considerada la de més prestigi de l'emissora, segueix sent un repte difícil d'assolir i de mantenir. A les emissores catalanes amb més audiència la veu femenina s'apaga a partir de les deu del matí, quan Gemma Nierga deixa el *Cafè d'idees* i la Gisela Rodríguez acaba *Aquí Catalunya* a Ràdio Barcelona i entra, per a tot l'Estat en castellà, l'Àngels Barceló. És un problema d'audiència o més aviat del mètode de mesurar-la? Núria de José, responsable d'Actualitat a La Xarxa, opina que el sistema d'enquestes "afavoreix els grans programes liderats per noms consolidats i que perduren en el temps".

En aquest sentit, Núria Ferré, presentadora i editora a BTV, considera que "els pre-

LA PRIMERA LOCUTORA VA SER MARIA CINTA BALAGUÉ, QUE EL 1926 VA CONDUIR UN PROGRAMA FEMENÍ A RÀDIO BARCELONA

sentadors estrella dels magazins matinals a la ràdio a Catalunya sempre han estat majoritàriament homes que han regnat molts anys", mentre que "les dones no s'han consolidat en el temps com ells". Tot i això, Maricel Benabarre, redactora d'informatius a Ràdio Lleida, destaca que "el programa de ràdio matinal més escoltat de l'Estat espanyol, *Hoy por hoy* de la SER, el condueix una dona, Àngels Barceló", tot i que en l'EGM de desembre de 2023 a Catalunya ha quedat per darrere de Jordi Basté i Ricard Ustrell.

Si eixamplem la mirada, més enllà de les grans cadenes, trobem periodistes com

Raquel García, que condueix des de fa vuit anys la franja matinal de Ràdio Sabadell, o Núria Mora, que dirigeix i presenta el magazín del matí a Ràdio Tortosa, per posar-ne només dos exemples. I si a

"FALTA ACONSEGUIR QUE LA CIUTADANIA DONI LA MATEIXA CREDIBILITAT A LES DONES QUE ALS HOMES" Núria de José, XAL

aquesta mirada hi afegim les facultats de periodisme i les redaccions dels mitjans, ens adonarem que s'han feminitzat, és a dir, que les dones han demostrat solvència professional. Llavors cal preguntar-se, com fa Núria de José, "per què no hi ha tantes dones que reuneixin el conjunt de condicions per liderar la ràdio matinal en la mateixa proporció que ho fan els homes".

És cert que, com assegura Ferré, les radiofonistes "són clau en la realització d'aquests magazins matinals". Elles ocupen "diferents posicions professionals, però no com a presentadores". O sigui, en llocs amb menys visibilitat. Segons De José, hi ha tres motius: "Falta més

compromís per part de les direccions dels mitjans, més decisió per part de les dones a l'hora de lluitar per la seva carrera professional

i falta aconseguir que la ciutadania doni la mateixa credibilitat a les dones que als homes". Objectius, doncs, que assenyalen tres direccions: les empreses, les professionals i l'audiència.

LES PRIMERES LOCUTORES

Però anem enrere i fem una mirada al passat. En totes les èpoques hi ha hagut dones que han tingut espais en la radiodifusió, programes en els quals han desenvolupat la seva professió de manera impecable, tot i haver de conviure en un segle amb dues dictadures, una república, una transició i una democràcia. En cadascuna d'aquestes

etapes el mitjà de comunicació s'ha adaptat a les exigències polítiques, econòmiques i socials, i les radiofonistes han hagut d'acceptar les normatives de gènere que hi anaven implícites.

Una de les primeres veus que s'escolta per la ràdio és la de Maria Sabaté, secretària del director de Ràdio

Barcelona, que l'any 1924 en fa les proves de so, inaugurant així un mitjà de comunicació que ha resultat cabdal en la història de la comunicació.

UN DIPÒSIT DE LA MEMÒRIA

Impulsat per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, el Banc de Veus és un dipòsit de la memòria de les veus i les històries de les radiofonistes a Catalunya. Una eina interactiva que dona valor a la contribució de les dones a la ràdio, recollint les veus de les que han treballat en emissores i programes en aquests 100 anys de radiodifusió. Amb consulta en línia i per ordre alfabètic, fins ara s'hi poden trobar 360 fitxes que, juntament amb una fotografia, un resum de la trajectòria professional i un o més àudios, permeten escoltar els programes que conduïen, els temes que desenvolupaven i el to que empraven. És, doncs, un viatge per les veus i els sons, les imatges i els programes de cada moment històric, una experiència molt suggeridora i atractiva, a més d'útil, per sintonitzar amb els records i retrobar-nos en un passat comú. El Banc de Veus és un treball que va creixent gràcies a la recerca, la redacció i la preparació dels àudios que porten a terme Sandra Balagué, Josep Maria Adell i Elvira Altés.



L'EQUITAT NECESSÀRIA

Aquest 2024 farà 100 anys de les primeres emissions de ràdio, en les quals les dones van tenir un paper determinant. Fa un segle, sí, podem dir que es lloava la dicció i la claredat de les veus femenines a la ràdio. L'estrella de la ràdio de la República va ser una dona, Rosalia Rovira, que ja era una dona polifacètica com poques: treballava la locució, feia publicitat, treballava de cara al públic, era una *showwoman*... i val a dir que amb convencions de valors irrenunciables. Moltes dones d'aquella època, dels inicis, van haver de deixar el que els

SI A LA RÀDIO FA 100 ANYS QUE EXPLIQUEM HISTÒRIES, VOLEM QUE ENS INCLOGUIN, SER-NE LES PROTAGONISTES, SIGNAR-LES I EXPLICAR-LES SENSE FILTRES

agradava per casar-se i dedicar-se a la família. És innegable que des d'aquelles primeres dones a la ràdio –a moltes de les quals només se les feia seure a l'estudi per donar l'hora: “Nena, digues l'hora”– hem avançat.

Les dones hem anat superant pantalles. Ens ha calgut lluitar moltíssim contra la misogínia, també instal·lada en l'àmbit acadèmic, que posava en dubte la credibilitat de les veus femenines a l'hora de donar notícies. Ens ha calgut lluitar pel mateix sou, fent la mateixa feina. Ens ha calgut reivindicar el que era evident, i encara ho és: que el 90% de les redaccions estan plenes de dones capaces i molt preparades. Creatives, imaginatives, lluitadores. No obstant això, com en tot, sempre hi ha aquell però... Perquè encara falten dones, moltes, en llocs de decisió. Llocs clau. Llocs de comandament.

Llocs de màxima visibilitat i projecció social. Llocs des d'on es dissenyen les programacions. No volem la segona fila, volem la primera. I volem ser-hi moltes, no unes quantes perquè toca o és quota. Dones amb programes feministes, dones amb programes solidaris, dones amb programes especials, dones analistes de l'actualitat, dones que encapçalin les notícies i que no sigui per allò de ser “la primera dona que”... Calen dones i veus joves, grans, velles. Totes. Perquè, si a la ràdio fa 100 anys que expliquem històries, volem que aquestes, d'una vegada per totes, ens incloguin, ser-ne les protagonistes, signar-les i explicar-les sense filtres. Que l'exemple que representa la xarxa d'emissores locals, on el pes i la representativitat de les dones és molt superior als d'àmbit nacional, s'estengui. I el que segur que no volem és tornar enrere. No volem ser l'apèndix o el complement radiofònic de ningú.

Neus Bonet

Periodista, exdegana del Col·legi de Periodistes de Catalunya



Dos anys després, el 1926, apareix la primera locutora, Maria Cinta Balagué, per conduir-ne el programa femení, mentre que Maria Carme Nicolau és la primera periodista que, el 1932, és contractada per Ràdio Barcelona com a auxiliar dels serveis informatius. Nicolau redacta les notícies i condueix l'informatiu del migdia, que ella catalanitzava com *La paraula*. En un exercici de transversalitat ben interessant hi inclou l'espai *Radiofemina*.

ELS ANYS FOSCOS

En els primers anys del franquisme, les emissores tornen al castellà, es prohibeix fins i tot parlar en català entre els companys, i algunes radiofonistes, com la Maria Tera –que havia estat locutora de Ràdio Associació de Lleida i de Girona–, decideixen plegar mentre altres transiten per la dictadura fins a la democràcia. Aquest va ser el cas d'Antolina Boada, a Ràdio Terrassa, que deixa l'emissora el 1976, o de Francina Boris, que després d'un temps en què l'aparten del micròfon es reincorpora a Ràdio Girona, on treballarà fins als 87 anys.

Les dones, reduïdes als espais de música, presenten el *Disco sol·licitado* o *Disco dedicada*, i omplen hores d'emissió amb música i paraules. Maria Costa, a Ràdio Badalona, o Luz Acero a Tortosa, o Isabel Freixinet a Reus, entre moltes altres, acompanyen durant hores l'emissió radiofònica.

Un element que configura aquelles dècades que han estat titllades de “daurades”, però que per a les dones no ho van ser, són els espais de radioteatre, que es fan populars a moltes emissores i que compten amb el seu propi elenc artístic, amb directors i guionistes que es dediquen a l'adaptació d'obres clàssiques i modernes. Escriuen guions i, de vegades, els interpreten professionals com Amanda Camps, Mari Carmen García Lecha o la que després seria la reina dels programes femenins de tarda, Odette Pinto. Actrius com Maria Luisa Solá, Encarna Sánchez de parella amb Isidro Sola, o Núria Cugat



Francina Boris, en la primera emissió de Ràdio Associació de Girona, l'any 1933.

fins al 1981, tot i que el consultori roman a Radio España/Cadena Catalana fins al 1986, segurament el format més longeu de la radiodifusió.

Amb la Transició i l'arribada de la democràcia, la programació rep una sacsejada i els perfils radiofònics es modifiquen, l'eliminació de la censura i de l'exclusivitat informativa de l'Estat permet crear informatius propis a les emissores i moltes periodistes aterren a la ràdio, com Anna Comas o Núria Ribó. Algunes locutores es converteixen en editores i presentadores dels seus propis programes, com Adelina Castillejo o Montserrat Minobis. I les ràdios lliures i les emissores municipals són una alenada d'aire fresc que propicien l'entrada per antena de les veus de l'audiència, que fan que s'afuixin les cotilles de guió i llenguatge en una ràdio que s'obre a la pluralitat democràtica.

Aquests 100 anys donen testimoni de la polifonia de tons i la varietat de temes que les dones a la ràdio han tractat fent informació, esports i entreteniment, en formats com el magazín, els informatius, els dramàtics, els concursos, l'entrevista i tants altres. Recuperar les veus de locutores, actrius, editores, presentadores, comunicadores i periodistes no només és de justícia, sinó que és un exercici de memòria i reconeixement de la important contribució de les dones a la pervivència de la ràdio. Ç

i Luis Posada són autèntiques estrelles que aconsegueixen grans audiències.

femenins han format part de la graella de les emissores durant molts anys.

Les emissores s'adonen que una de les principals destinatàries de la programació

Alguns formats tenen èxit i es mantenen més de quatre dècades en antena, com

ELS PROGRAMES FEMENINS AGAFEN FORÇA QUAN EL FRANQUISME VEU QUE LES DONES ESCOLTEN LA RÀDIO I SÓN EL QUE CERCA LA PUBLICITAT

radiofònica és l'audiència femenina. Elles escolten la ràdio i són les clientes que cerca la publicitat. Per això, els programes

els consultoris sentimentals, que comencen a l'època republicana i acaben ben entrada la democràcia. Maruja Fernández, fent

d'Elena Francis, acomiada l'espai el 1984 a Radio Peninsular, i Mercedes Laspra interpretava Montserrat Fortuny des del 1939

Més informació a:

bancdeveus.adpc.cat › Banc de Veus



LIDERATGE SENSE CURA

La forta presència de la llengua catalana a la ràdio
no va acompanyada d'un bon nivell lingüístic

TEXT CARME ESCALES

IL·LUSTRACIÓ EDMON DE HARO

La llengua catalana està molt tocada. Fa temps que diferents estudis i enquestes ho deixen clar. Només cal sortir al carrer per adonar-se de la reculada. Però, com a la Gàl·lia d'Astèrix i Obèlix, hi ha un lloc on resisteix i de valent: la ràdio. Des de fa molts anys, les xifres dels EGM deixen clar el lideratge de les emissores en català, acumulant, això sí, com a mirall social, tots els mals d'un idioma contaminat, massa esquitxat d'anglicismes i de castellanismes, que va perdent cada cop més tot allò que el fa autèntic, la seva raó de ser.

El català retrocedeix, al carrer, als patis d'escola, a la televisió i en molts més àmbits. I en alguns espais com a les xarxes socials, la seva presència és gairebé nul·la. Però a la ràdio, l'ús del català es manté ferm. El darrer Estudi General de Mitjans (EGM), el desembre de 2023, donava un milió i mig d'oients entre RACI i Catalunya Ràdio, les emissores més escoltades.

“És el lloc on presentem les millors xifres i, per tant, la nostra feina haurem fet, certament”, assegura el periodista radiofònic Kílian Sebrià. El seu programa, *Sense fronteres*, a Catalunya Ràdio, ens passeja pel territori de parla catalana, allà on la ràdio és punt de trobada dels catalanoparlants. “Sense ràdio en català avui la llengua estaria molt més morta”, afirma el filòleg, escriptor i traductor Pau Vidal.

“El mitjà radiofònic en l'ecosistema català, en termes quantitius, constitueix un dels puntals de la pervivència de l'ús de la llengua, perquè contribueix a crear la teranyina de referents i models que qual-sevol societat contemporània necessita per mantenir-se lingüísticament viva”, argumenta l'autor de llibres com *Catalnyol.es* (Barcanova) o *En perill d'extinció* (LaButxaca). En aquest sentit, Mireia

Plana, vicepresidenta de Plataforma per la Llengua, recorda que, “en èpoques en què el català escrit estava prohibit, les primeres emissions a Ràdio 4 varen tenir un èxit

“LA RÀDIO EN L'ECOSISTEMA CATALÀ, EN TERMES QUANTITATIUS, CONSTITUEIX UN DELS PUNTALS DE LA PERVIVÈNCIA DE L'ÚS DE LA LLENGUA” PAU VIDAL

brutal”. La ràdio en català sempre ha tingut un nombre molt alt d'oients, “però també TV3 els tenia, i els diaris en paper en català. És clar que el català té un mercat, que la gent busca mitjans de comunicació en català, i tenim digitals molt potents com VilaWeb. Per tant, les bones xifres d'audiència de la ràdio en català no són una anomalia, ho és la davallada de l'ús del català a TV3 i a altres mitjans”, puntualitza Plana.

QÜESTIÓ D'AUTOESTIMA

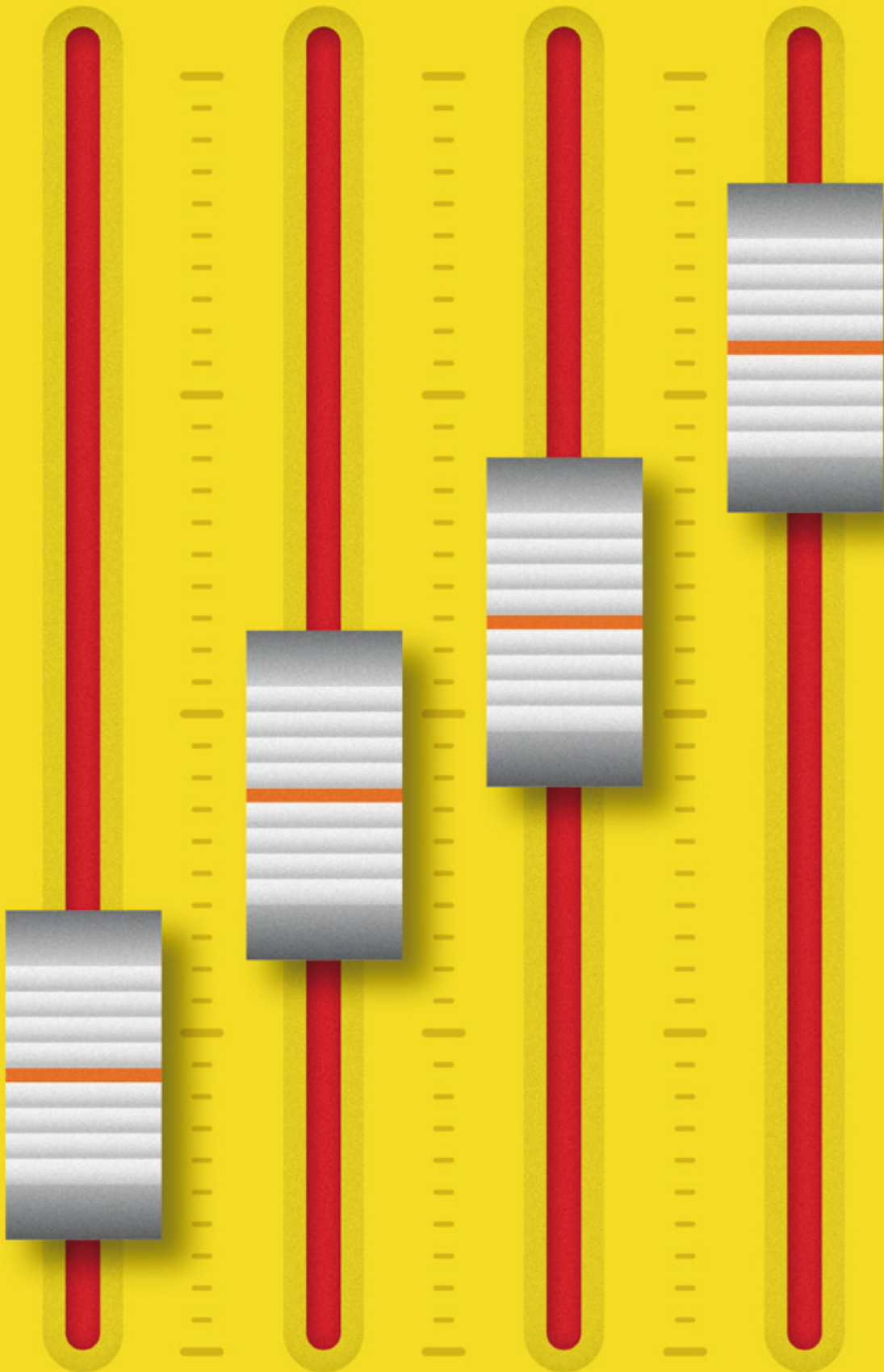
Ara bé, per molt que el català bategui en el mitjà radiofònic, no és la ràdio qui més cuida aquesta llengua. “El baix nivell de llengua dels treballadors dels mitjans radiofònics en general, amb moltíssimes variacions, i amb algunes honroses excepcions, no era pas cap peatge obligatori. S'hauria

pogut fer una ràdio amb tant o més d'èxit tractant la llengua d'una altra manera; és a dir, amb autoestima i sense complexos.

No està escrit enlloc, ni crec que s'aguanti argumentalment, que el fet de fer servir un català acastellanat i alhora encarcerat —per dir-ho ràpid i malament— contribueixi o hagi

contribuït a una major acceptació per part de l'audiència”, adverteix Vidal.

Rememorant el seu inici retransmetent els partits de futbol en català a la ràdio, en un article (“Del carrer a les ones: de com el futbol en català va conquerir la ràdio”) del 2007, publicat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Joaquim Maria Puyal es preguntava: “Si el nostre país ha tingut tan magnífic planter de professionals —de la ràdio—, com pot ser que no hàgim sabut aprofitar-ne més i millor el talent en favor del teixit comunicatiu català, tan dèbil a dia d'avui?”. Era una pregunta que Puyal admetia plantejar “amb decepció i impotència, mirant de reüll la classe política i l'empresarial, i que ens podríem formular en altres activitats i moments de la nostra història”.



REFLEX DE LA SOCIETAT

Però Vidal i Puyal no són els únics que es queixen dels recursos de la ràdio a nivell lingüístic. La Roser Crivillé, filla de Seva i veïna de Girona, és part de la gran au-diència que aplega la ràdio en català cada dia. Es fa un fart d'escriure als editors dels programes i també als anunciants que paguen per anuncis mal expressats en català. "Que la ràdio hagi consolidat l'ús del català no vol dir pas que hagi cuidat ni millorat la llengua. Jo veig que ens conformem amb els mínims. I considero que els qui s'hi guanyen la vida l'han de parlar bé, una mica millor. Oi que no aprovaríem el pianista que només desafini de tant en tant? Ja ho deia la Carme Junyent, al final no hi haurà país, si no hi ha català", afirma.

És només un testimoni d'allò que els mateixos mitjans ja saben. S'excusen, però, en el fenomen natural de l'evolució de la llengua. Kílian Sebrià, vint-i-sis anys a Catalunya Ràdio, vint-i-un dels quals al capdavant del *Catalunya nit*, ho explica així: "Al final la ràdio no és més que el reflex de la societat i sobretot de la gent nova que s'hi va incorporant. I és evident que ha d'anar evolucionant com el català del carrer. Si el del carrer —afegeix— evoluciona cap a menys qualitat, amb més interferències idiomàtiques d'altres llengües, a nosaltres també ens passa. Hi ha males construccions, males pronúncies i aquest joc que a mi em sembla molt pernicios d'acceptar la combinació de les dues llengües".

Sebrià és crític amb determinats hàbits lingüístics actuals. "Incloure fragments en castellà per fer més gràcia o incorporar paraules en anglès per donar un altre to més *chic* em sembla que no és el que hauria de ser. Està bé que no ens quedem clavats en termes antics que ja no s'uti-

LA BONA SALUT DE LA RÀDIO EN CATALÀ

La ràdio en català té molt bona salut, és un fet indiscutible. Sobretot si ho comparem amb la televisió, on més enllà de TV3 les iniciatives privades no han reeixit. És cert que els costos de fer televisió són molt més elevats que els de fer ràdio, però aquest no és l'únic motiu pel qual la ràdio en català té tanta audiència.

Actualment, la cadena amb més audiència de Catalunya i en català és RAC 1. Segurament al seu èxit contri-

FUNCIONA PERQUÈ T'ENTRA A CASA COM SI FOS ALGÚ DE LA FAMÍLIA, QUE T'INFORMA, T'ACOMPANYA O ET FA RIURE

bueixen diversos factors: haver sabut articular una programació diferent que, tot i ser generalista, va saber atraure un segment d'oients que volia coses noves, diferents i ben fetes. Una programació de ràdio és com un diari, ha de tenir una línia pròpia general i ha d'adreçar-se a un segment concret si vol tenir èxit.

Catalunya Ràdio i les seves emissores mantenen un molt bon nivell d'audiència i totes les ràdios generalistes d'abast espanyol tenen els seus espais de desconexió en català, cosa que no passa a la televisió.

Ràdio 4, la primera ràdio a emetre en català després de la dictadura a tot el territori català, va atraure l'interès en un primer moment, però va ser desplaçada de seguida per Catalunya Ràdio. La seva dependència, orgànica, econòmica i de tota mena, de RNE no

li ha permès tenir una veu pròpia de forma clara.

Però més enllà de tenir uns costos més competitiu, la ràdio és el mitjà que està resistint millor el canvi tecnològic. No perd audiència com sí que la perden les televisions o els diaris de paper.

La ràdio és informació i cultura, però també és entreteniment. Aquest vesant és molt important també perquè la ràdio acompanya en molts moments: al cotxe, en segons quines feines, a la nit quan anem a dormir... I en molts d'aquests moments ens agrada l'entreteniment.

La ràdio en català funciona justament per aquests motius. I perquè t'entra a casa com si fos algú de la família, que t'informa, t'acompanya o et fa riure, i perquè a casa nostra el català parlat l'entén tothom, excepte els que no el volen entendre.

Llarga vida a la ràdio, en català!

Montse Melià

Periodista, exdirectora de Ràdio 4



www.zfbarcelona.es



FABRIQUEM
**OPORTU-
NITATS**
PER AL
TEU FUTUR



El Consorci de la Zona Franca de Barcelona en acció amb: DÉCADA DE ACCIÓN

litzen, però estem perdent llençols a cada bugada, com els pronoms febles”, critica. I creu que els mitjans haurien “d’ajudar a mantenir una oferta de fraseologia i de refranys i dites. Tenim feina”.

QUÈ VOLEM SER?

Segons aquest veterà de les ones, manca un horitzó clar. “No sabem com volem ser els mitjans, els periodistes, el periodisme i també el català que utilitzem. Sense aquest horitzó, no sabem si hem de ser més fermes o més lleugers. El debat dels diacrítics fa una mica de mal, pensem

“SI EL CATALÀ DEL CARRER TÉ MENYS QUALITAT, AMB MÉS INTERFERÈNCIES IDIOMÀTIQUES, A NOSALTRES TAMBÉ ENS PASSA” Kilian Sebrà

que tot es pot relativitzar fins que ho relativitzem tot. Al final cadascú fa la seva batalla i té el seu comportament, amb més o menys rigor, i això és un caos que ens perjudica”, afirma Sebrà.

I les variants dialectals, les ha tingut en compte la ràdio? “Llevat de les emissores locals o comarcals dels diversos indrets de

“LES EMISSORES MÉS ESCOLTADES NO HAN TINGUT MAI EN COMPTE LES VARIANTS DIALECTALS” Enric Frigola

Catalunya, les emissores més escoltades no han tingut mai en compte les variants dialectals. En algun cas, tímids intents, però no suficients. El costum d'utilitzar el català estàndard per imposició o per decisió personal ha marginat les variants dialectals, la majoria de les quals desapareixeran aviat”, assegura Enric Frigola, Premi Miramar per la seva trajectòria a la ràdio.

I tot aquest deteriorament de la llengua afecta l'audiència? Des del Departament d'Assessorament Lingüístic de la Corporació

Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Ernest Rusinés, admet que “la gran massa de la població, que segurament es fixa molt més en el contingut del que es diu que no pas en el vessant estrictament lingüístic, no pren la llengua dels mitjans com un model de prescripció”.

CAIGUDA DEL RIGOR

No pot ser que anem perdent el català, per una degradació del rigor i l'exigència en tots els àmbits de la vida? En gran mesura, sí, segons Vidal. “La defenestració del rigor i l'exigència com a objectius als

quals aspirar, pròpia de l'era global, afecta lògicament tots els camps de l'activitat humana i, per tant, el lingüístic també.

Ara, en el nostre cas,

cal tenir en compte que a més a més fa dècades que arrosseguem un malentès mortal sobre el que significa el concepte ‘llengua de qualitat’, del qual els mitjans són molt responsables (juntament amb l'Administració i l'escola)”.

I afegeix: “El model de llengua estàndard pobre, insuls i *burocratesc* que els mitjans de comunicació, i per tant també la ràdio, fa anys i panys que difonen ha contribuït en grandíssima mesura no solament a la descomunal

pèrdua de vivor i d'expressivitat de la llengua oral, sinó també a l'acomplexament del parlant indefens, que avui dia està convençut que parlar un bon català és imitar els locutors dels programes matinals. I hauria de ser exactament el contrari. El model de llengua oral difós pels mitjans ha multiplicat la ja secular inseguretats dels parlants”.

Des de la ràdio municipal degana, Ràdio Arenys, el seu director, Toni Sintas, reconeix que temps enrere s'era molt més exigent amb el català. I troba

“¿YA LO ENTENDERÁN?”

A l'article “Del carrer a les ones: de com el futbol en català va conquerir la ràdio”, publicat el 2007 pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Joaquim Maria Puyal recordava quan, als anys setanta, totes les retransmissions dels partits de futbol es feien en castellà. El 1976, a Ràdio Barcelona va sorgir la possibilitat de fer-ho en català. Encara faltaven uns mesos perquè Ràdio 4 comencés les seves emissions i TV3 i Catalunya Ràdio no naixerien fins al 1983. I hi havia molt desconeixement sobre la realitat de l'idioma. “Quan el director de Ràdio Barcelona –explica Puyal– va telefonar a l'alta direcció de la SER, a Madrid, per aconseguir-ne l'assenyament per a les transmissions de futbol en català, la seva resposta va ser: ‘¿Ya lo entenderán?’”

que professionals com Antoni Bassas i Mònica Terribas eren molt curiosos amb ell. “Abans, si dèiem un castellanisme en antena, sentíem vergonya, i ara sembla que això ja no passa”.

Des de Plataforma per la Llengua, Plana alerta d'aquest fet. “Si eliminem matisos –quan, per exemple, no diferenciem entre *sentir* i *escoltar*– perquè volem una llengua d'ús ràpid, quan voldrem descriure una cosa complexa ens faltaran les paraules, també per explicar sentiments i el món que ens envolta. És una llàstima”. Des de Ràdio Arenys, Sintas llança una idea: “Ens faria bé a tots que els estudiants de filologia catalana dediquessin les seves pràctiques a corregir-nos a tots plegats. De la mateixa manera que fa el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), escoltant les ràdios per saber si es compleixen les quotes de català, podrien fixar-se en la qualitat de la llengua que empren”. Ç





JULIÀ TRAVEL

**Felicita els 100 anys
de la ràdio!**

www.juliatravel.com



LA FORÇA DE LA PROXIMITAT

Les ràdios locals, sorgides als anys trenta i silenciades durant la dictadura, tenen una important presència en el mapa mediàtic actual

TEXT MARGA DURÀ



Una tertúlia esportiva de Ràdio Sant Cugat celebrada l'any 1984, dos anys després de la creació de l'emissora. Foto: Ràdio Sant Cugat

La crònica de les ràdios locals acumula gairebé un segle de vida, des dels llunyans anys trenta, quan van néixer les primeres emissores en català emparades pel voluntarisme. Unes característiques que, després del desert que va suposar el franquisme, tenen les ràdios de proximitat que neixen amb l'arribada de la democràcia, quan, a finals dels setanta, Ràdio Arenys i Ràdio Rubí van obrir un camí que han seguit unes dues-centes emissores. Un model particular que, enmig d'un món cada cop més globalitzat, juga amb força l'aposta per la informació local.

La ràdio de proximitat sembla, com tantes altres coses, un fenomen que va sorgir a rebu de la Transició, però la seva història comença molt abans. “A partir dels anys trenta, durant la Segona República, trobem a Catalunya nou emissores: cinc a Barcelona (Badalona, Sabadell, Terrassa, Manresa i Vilanova i la Geltrú), dues a Tarragona (Reus i Tarragona), una a Lleida i una altra a Girona”, explica Rosa Franquet, catedràtica de Comunicació Audiovisual i Publicitat a la Universitat Autònoma de Barcelona i autora d'*Història de la ràdio a Catalunya al segle XX. De la ràdio de galena a la ràdio digital*.

Aquestes emissores tenien molt curt abast, de vint a seixanta quilòmetres, i acostumaven a estar lligades a grups de radioaficionats, constata aquesta experta. Aquells pioners meravellaven el seu entorn mostrant unes caixes, moltes vegades elaborades artesanalment, que contenien estranyes veus. Eren veus sense professionalitzar, uns pioners que treien hores del temps lliure per elaborar graelles que nodrien amb informació propera, música i programes diversos. I aquí ja hi trobem una de les característiques que recuperarem al llarg de la història de les ràdios locals: el voluntariat com a motor d'aquests mitjans de comunicació.

Aquestes emissores locals que emetien en català dormen el son dels justos durant la dictadura i el català desapareix de les ones. Les seves freqüències s'adjudiquen a les ràdios parroquials o entitats properes al règim. Qualsevol mitjà de comunicació,

per petit que fos, era útil per adoctrinar. Aquestes emissores, sotmeses a la censura com tots els mitjans de comunicació de l'època, també funcionen gràcies al voluntariat i ofereixen una informació més propera. “A partir dels anys seixanta, ocasionalment es fa servir el català en espais reduïts, habitualment vinculats a esdeveniments folklòrics”, il·lustra Franquet.

ENMIG DE L'ALEGALITAT

La mort del dictador, el 1975, marca l'inici d'una transició que no va retirar legalment la censura fins al 1977. Moltes coses estaven canviant i suposarà el tret de sortida per a un nou concepte de ràdio local. El 3 d'abril del 1979 se celebren les primeres eleccions municipals en democràcia. “Aquest va ser un moment iniciàtic per a les ràdios locals que comencen a sorgir en diferents municipis

ALS SEUS INICIS, ALS ANYS TRENTA, LES RÀDIOS LOCALS JA TENIEN EL VOLUNTARIAT COM A MOTOR QUE LES FEIA FUNCIONAR

catalans”, contextualitza Antoni Esteve, llavors regidor d'Informació i Estadística de l'Ajuntament d'Arenys de Mar. Esteve, propietari del grup Lavinia i professor dels Estudis de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra, recorda que aquelles ràdios emetien algunes hores a la setmana. “A la tarda o a la nit o en cap de setmana, que era l'horari que els voluntaris podien dedicar”, afegeix.

La situació d'aquestes emissores era d'alegalitat. No hi havia cap llei que les regulés, però tampoc cap que les prohibís. La interpretació de la llei va provocar alguns tancaments, encara que en la majoria dels casos es van tolerar i, fins i tot, es van incentivar. De fet, les ràdios locals tal com les coneixem avui neixen i viuen sota l'aixopluc dels ajuntaments.

Això és el que justament va fer un jove Antoni Esteve des del consistori: incentivar Ràdio Arenys. Alhora, un altre jove periodista, Jordi Margarit –actual president del consell rector de Ràdio Associació de Catalunya–, que era regidor de l'Ajuntament de Rubí, feia el mateix amb la del seu municipi i va ser-ne el primer director. Dos pioners que van iniciar les primeres emissions locals, i encara avui les dues ràdios, la d'Arenys i la de Rubí, pugnen per qui va ser la primera.

En aquella època, totes les ràdios locals s'enfrontaven a un mateix problema per arribar a la seva audiència: l'emissor.

Reunir els diners per comprar-ne un no era fàcil, però el problema principal era que els fabricants d'emissors no podien vendre'ls a particulars que no tinguessin una llicència de ràdio, i és per això que alguns radioaficionats els van haver de fabricar, tal com recorda Esteve.

Uns anys després els problemes amb els emissors continuaven, com recorda Manel

CATALUNYA, PAÍS DE RÀDIO LOCAL

Catalunya és un país de ràdio, i ho és, en gran manera, gràcies a les emissores locals. Tenim al voltant de dues-centes ràdios de proximitat, un ecosistema singular i únic a tot el món, amb emissores tan variades com la ràdio municipal de Flix, població d'uns 3.500 habitants, o la de Sabadell, que dona servei a més de 200.000 persones. N'hem d'estar orgullosos, reivindicar-lo i protegir-lo.

Per explicar la importància que tenen aquestes emissores per a les seves poblacions, i també per al país, només

LA CRISI DE LA COVID, QUAN LES AUDIÈNCIES DE LES RÀDIOS LOCALS ES VAN DISPARAR, DIBUIXA LA NECESSITAT D'UNES RÀDIOS LOCALS FORTES

cal recordar la crisi de la covid. Les emissores locals vam informar, minut a minut, de què passava a les residències de les nostres poblacions i de com estaven els CAP, vam fer crides per cosir mascaretes i per ajudar els veïns que no podien sortir de casa... I els ciutadans van entendre de seguida el nostre paper. Les audiències de les ràdios locals es van disparar. És un exemple extrem, però dibuixa clarament la necessitat de tenir ràdios locals fortes, professionals i, és clar, ben dotades. La nostra raó de ser és la informació de proximitat, aquella que, si no l'expliquem els mitjans locals, no l'explicarà ningú.

Treballem per garantir la cohesió social, la promoció i la preservació de la cultura local, per donar veu als agents i les associacions. Només cal veure el nombre de col·laboradors que, de manera desinteressada, participa en les nostres graelles, fet que suposa una



amalgama de veus diverses i plurals que fomenta la participació ciutadana. Per no parlar de l'aportació en l'educació mediàtica dels infants i joves o del nostre paper a l'hora d'informar amb rigor i combatre la desinformació. I tot plegat en català!

Celebrem el centenari de la ràdio a Catalunya, i també els vint-i-cinc anys de la Federació de Mitjans de Comunicació Local (FMCLcat). És un bon moment per fer balanç, però també per mirar cap al futur. Per això estem actualitzant el *Llibre blanc de la ràdio local* (2008), per tenir una fotografia, tan detallada com sigui possible, de les ràdios de proximitat del país i així poder preparar-nos per als reptes que hem d'encarar amb la digitalització i la irrupció de la intel·ligència artificial, per exemple.

Des de la Federació també engegarem una campanya per reivindicar la importància de les ràdios locals i dels seus professionals. Queda enrere l'època en què les emissores es veïen com a escoles per després fer el salt cap als mitjans més grans. Avui la majoria de les ràdios estan professionalitzades i són el lloc de treball de centenars de periodistes que, en molts casos, opten per quedar-se a prop de casa.

Gemma Peris i Duran

Presidenta de la Federació de Mitjans de Comunicació Local (FMCLcat)



Domínguez, doctor en Comunicació Social, director del Màster en Comunicació Digital i Noves Tecnologies de la Universitat Abat Oliba i autor del llibre *Sènior. La vida que no cessa* (Dièresis, 2023). L'1 de març del 1995, ell i el seu equip de periodistes van passar un dissabte al matí a la torre de Collserola ajudant a muntar l'emissor que va permetre el naixement de COM Ràdio.

Per entendre la magnitud del projecte ens hem de situar uns mesos abans, quan Domínguez analitza el model de ràdio local i arriba a una conclusió. "Les emissores eren explotades per les grans cadenes i no tenien cap mena de projecció. Calia invertir el model i fer-ne un que fos únic al món: crear una central de continguts seriosos, d'altíssima qualitat, amb grans professionals per donar servei a les emissores locals. D'aquesta manera, a banda de potenciar-ne el contingut local, rebrien informació global perquè els seus oients no haguessin de canviar de freqüència per estar informats del que passava al món. Això no s'havia fet enlloc", recorda.

Així és que va néixer COM Ràdio, una agrupació d'emissores municipals catalanes que no va tenir nom fins que una nit Domínguez no deixava de preguntar-se "com" podia ser que no se li acudís un nom. "Com" va ser la resposta que, a més de l'interrogant, parlava de comunicació. La Diputació de Barcelona va donar el vistiplau al projecte, que va permetre contractar comunicadors de primer ordre que encapçalaren aquest projecte que va acabar el 2012, tot i que el model de col·laboració entre les emissores locals va continuar a través de la Xarxa de Comunicació Local (XAL), que actualment aplega 148 ràdios i 55 televisions.

Quan COM Ràdio va sortir a l'aire, però, va provocar un petit terratrèmol, ja que era un model que trencava amb el que s'havia defensat fins llavors. "COM Ràdio ofería una programació a la qual s'enganxaven les ràdios locals. Nosaltres, en canvi, volíem donar eines a les emissores



L'Eix-59 és el butlletí informatiu d'edició diària d'Ona Codinenca, la ràdio municipal de Sant Feliu de Codines. Foto: Ona Codinenca

locals perquè fossin capaces de generar continguts i poguessin escollir els que volien incorporar”, explica Francesc Tubau, assessor extern de la Federació de Mitjans Locals de Catalunya (FMCLcat), entitat que va néixer el 1996 com a Federació de Ràdios Locals de Catalunya.

Aquesta picabaralla va provocar una escissió: d'una banda, com Ràdio, que anys després es convertiria en la XAL, i, de l'altra, la Federació de Ràdios Locals de Catalunya, que esdevindria l'actual

EL 1979, A ÀRENYS DE MAR I RUBÍ ES VAN IMPULSAR LES PRIMERES RÀDIOS LOCALS DES DE LA REPRESA DE LA DEMOCRÀCIA

FMCLcat. Finalment, el 2012 les dues entitats van acordar dividir-se les funcions: la FMCLcat es dedica a l'assessorament tècnic i jurídic, la formació dels professionals i els col·laboradors i la representació del sector, mentre que la XAL exerceix de productora dels continguts que les emissores locals poden incloure en les seves graelles.

Així doncs, la possibilitat de compartir continguts i l'aixopluc dels ajuntaments marquen l'actual model de ràdio local catalana. De totes maneres, cada emissora

LA XARXA DE COMUNICACIÓ LOCAL, QUE ACTUALMENT APLEGA 148 RÀDIOS I 55 TELEVISIONS, EXERCEIX DE PRODUCTORA DELS CONTINGUTS

s'organitza diferent. “A les poblacions més petites on hi havia un teixit associatiu potent es recorria al voluntariat, semblant al d'un grup de teatre o al d'un cinefòrum.

En canvi, a les ciutats de l'àrea metropolitana, que havien crescut ràpidament

i on no hi havia aquest sentiment de formar part d'una comunitat, s'entenia que, si feies una feina, havies de ser retribuït. Ara hi ha emissores que opten per un model mixt, en el qual el director i alguns membres cobren i altres no. Però això en alguns casos també genera malentesos”, explica Esteve.

Tenint en compte la importància del voluntariat, són més vulnerables a la manipulació les ràdios que no compten amb professionals? “No són més vulnerables

pel fet que hi hagi gent amateur, perquè tenen les coses clares”, assegura Franquet. El que hi ha és un control social instantani. “A

les poblacions petites no cal escriure al mitjà per opinar sobre una entrevista o un programa, perquè se'ls troben pel carrer”, afegeix Esteve.

El futur, com assenyala Franquet, és tan incert com el de molts mitjans de comunicació en aquest món canviant. “S'haurà de tenir molt clar com s'articulen i com fan servir totes les plataformes disponibles”, conclou. El que queda clar, però, és que la informació local és i serà imprescindible en un món cada cop més globalitzat. Ç

IDENTITAT DE BARRI

La Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona compta amb setanta-cinc emissores adherides

TEXT VICTÒRIA HITA

FOTOS JOSÉ LUIS GÓMEZ GALARZO

Les ràdios de barri continuen sent un planter per a futurs professionals del periodisme? Com es mantenen econòmicament? Les noves tecnologies eviten els problemes de cobertura que en el passat periòdicament afectaven les ràdios lliures, pirates, de barri? I fins a quin punt cohesionen el teixit associatiu dels barris? Són moltes les preguntes que es poden fer sobre emissores com Ona Mar, Ona de Sants-Montjuïc, Ràdio Hostafrancs o Ràdio Maconda, un fenomen carregat d'il·lusió i de voluntarisme que va més enllà de les ràdios públiques i comercials.



Emissió del programa setmanal *Recordant cançons* d'Ona Sants, conduït per Encarna Fernández i el seu marit, Ramon Conesa, tècnic de so. Fa vint-i-cinc anys que està en antena ininterrompudament. Amb ells, Elisabeth Díaz, una de les col·laboradores més joves, i Àngel Lacoma, director de l'emissora.

L'Andrea Romero té 16 anys, estudia primer de batxillerat en un institut de Sant Adrià de Besòs i des del març del 2023 forma part d'una emissora veterana, com és Ona Mar FM 88.0, situada al barri de Llefia, a Badalona. Després de sis mesos de pràctiques, des del setembre té un programa musical de dues hores els dissabtes a la tarda. "El meu públic té entre quinze i trenta anys. Poso cançons que m'agraden dins del dance i a vegades m'arrisco amb algunes del reggaeton. I utilitzo Tik Tok per interactuar amb gent que em segueix". Aquesta app dona visibilitat al programa i en ocasions pot arribar a reunir fins a 500 persones. "La ràdio s'està perdent entre la gent jove i amb Tik Tok faig que la gent l'escolti en directe", assegura l'Andrea, que fa classes de piano i de llenguatge musical i que vol estudiar a l'ESMUC (Escola Superior de Música de Catalunya). En el futur, això sí, li agradaria "cobrar de la ràdio".

RÀDIO MILEURISTA

Ona Mar, constituïda com una associació sense afany de lucre, neix el 2004, però els seus orígens es remunten al 1989. Està especialitzada en radiofórmula i es finança amb publicitat. "Havíem rebut subvencions de la Generalitat, la Diputació i l'Ajuntament, però calia presentar molta documentació i molts dossiers per justificar-ho tot. Era una pèrdua de temps". Qui parla és José Luis Rodríguez, *Jotas FM*, responsable de l'emissora.

Com l'Andrea, Rodríguez també va començar als 16 anys i, des de llavors, sempre ha estat vinculat a la ràdio. Ara en té 52. "Tenim un pressupost de 10.000

€ a 12.000 € i amb això paguem llum, assegurances, drets d'autoria a la SGAE i renovació d'equips. És una ràdio mileurista", afirma. Van començar en un espai

A ONA MAR HI COL·LABOREN UNA QUINZENA DE PERSONES. COM PASSA EN AQUEST TIPUS D'EMISSORES, NINGÚ NO COBRA

cedit per l'associació de veïns i ara estan en un local de cinquanta metres quadrats, perquè l'entitat veïnal se n'ha anat a un espai de la Generalitat. Disposen de quatre estudis, on fan directes i enregistren programes, i tenen l'antena al Turó d'en Caritg, al mateix lloc que l'emissora municipal Ràdio Ciutat de Badalona. Avui dia hi col·laboren una quinzena de

PROFESSIONALS COM ÒSCAR DALMAU, JOSÉ CORBACHO I ORIOL PARREÑO VAN INICIAR-SE A ONA DE SANTS-MONTJUÏC

persones, entre elles el popular discjòquei Ricardo F. Ningú no cobra. "Ens arriben currículums de periodistes de RACI i RNE. És increïble", comenta Rodríguez.

PLANTER DE PROFESSIONALS

Justament, personatges com Òscar Dalmau, José Corbacho i Oriol Parreño van començar a Ona de Sants-Montjuïc. Ho recorda el director de l'emissora, Àngel Lacoma. El 1985 l'Ateneu Popular de Sants va muntar un taller de ràdio i dos anys més tard van iniciar emissions de manera regular. Ara són seixanta associats,

que paguen 20 € mensuals i fan dues assemblees ordinàries a l'any. Amb les quotes, una subvenció anual de l'Ajuntament de 1.000 € i publicitat de quatre o cinc

empreses cobreixen les despeses. La programació és diversa: cinema, informatius, esports... "Habitualment, són grups de tres o quatre persones que venen amb

ganes de fer ràdio, se'ls ensenya la part tècnica i s'hi estan una temporada o les que vulguin. Després de tres mesos de prova ja tenen dret a associar-se", explica Lacoma. En total, tenen vint-i-cinc programes.

"La filosofia –afegeix– és la mateixa que als inicis: som un taller, tenim un espai de reunió, que és una mena de cau, i prestem un servei públic per difondre la cultura i la realitat social del districte".

Compten amb estudiants en pràctiques com l'Elisabet Díaz, de 17 anys, que estudia segon d'Imatge i So i ha de fer 386 hores de pràctiques. "Soc tècnica de so, faig servir la taula de mesclades i programes com l'Audacity, RadioBoss i UltraMixer. Vinc cada tarda, quatre hores, de dilluns a divendres. Abans era una feina més d'homes, però això està canviant", explica. Tot i així, afirma que "a classe hi ha cinc noies i quinze nois".

Per la seva part, Ona de Sants es troba al 94.6 FM del dial i emet les 24 hores, perquè fa reemissions. Sobre els canvis en aquests mitjans des que van sorgir, Laco-

EN HOMENATGE A LES RÀDIOS LOCALS COMUNITÀRIES



En la segona meitat dels anys setanta del segle XX la vida política local es va transformar extraordinàriament, sobretot a partir de la substitució dels alcaldes franquistes després de les eleccions municipals del 1978. Les demandes informatives i culturals que això va implicar van ser satisfetes en bona part per un grup d'emissores locals, de caràcter alegal, algunes de les quals aviat aconseguirien l'estatut d'emissores municipals, finançades pels ajuntaments o moviments veïnals. A la ciutat de Barcelona, el moviment de ràdios locals va conviure amb les

NO PODEM OBLIDAR AQUESTES EMISSORES, AUTÈNTICS LABORATORIS EXPERIMENTALS DE PRÀCTIQUES SOCIALS I COMUNICATIVES SINGULARS

anomenades *ràdios lliures*, posades en marxa per col·lectius llibertaris o de l'esquerra extraparlamentària i per altres grups vinculats a les associacions de veïns, amb l'ajut de tècnics de so que amb materials molt precaris van posar en marxa emissores de baixa potència al dial de l'FM. Així, a imitació del moviment contracultural que havien viscut Itàlia i França tres o quatre anys abans, van néixer Ona Lliure, Ona Popular de Sants, Ràdio Pica, La Campana de Gràcia, Ràdio Poble Sec, Ràdio Contrabanda o, a Granollers, Ràdio Maduixa. Sens dubte, Catalunya va ser la comunitat espanyola més dinàmica.

En la celebració dels 100 anys de la ràdio a Espanya no podem oblidar aquestes emissores que van constituir en el seu moment autèntics laboratoris experimentals de pràctiques socials

i comunicatives molt singulars, a mig camí entre la democràcia directa i la sensibilitat contracultural, una "ràdio plural i canalla" com es va arribar a dir. Van recollir la llavor dels ateneus populars de la República. La ràdio de barri al servei de la formació social i comunicativa dels veïns.

Aquest esperit avui, en un context polític i social ben diferent, el podem veure representat a diferents emissores de barri, reunides al voltant de la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB), "una ràdio de ràdios", un exemple notori del que avui podem entendre com a ràdio comunitària, emissores sense ànim de lucre que treballen per al desenvolupament social de la seva comunitat.

Quan celebrem la potencialitat comunicativa de què encara gaudeix la ràdio 100 anys després, no oblidem la contribució social que exerceixen aquestes ràdios comunitàries. I tot, d'una manera ben simple, com ha estat sempre: un micro, una veu i els oients que l'escolten i hi interactuen.

Armand Balsebre

Catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB



ma creu que "la participació que hi havia abans ha caigut en picat. La gent ara busca els seus programes i les seves cançons. La ràdio va encaminada a ser de pòdcasts, almenys les ràdios com la nostra".

A més, considera que el lligam afectiu a les emissores amateurs és molt diferent que a les ràdios potents: "Es nota molt que no som professionals, però és que jo no m'he plantejat mai la ràdio professional". El director de Ràdio Hostafrancs, Dídac Boza, coincideix en el pronòstic sobre el futur. "Avui dia, els principals consums de continguts es fan a la carta. El model és el pòdcast. D'aquí a cinc o deu anys en aquesta entrevista no parlarem de repetidors, cobertures ni freqüència modulada", pronostica.

L'Associació de la Ràdio Comunitària d'Hostafrancs, sense ànim de lucre, està registrada oficialment a l'Ajuntament des del 2017 i en formen part fins a setze persones, dotze de les quals col·laboren a l'emissora. Hi ha periodistes, gent vinculada a entitats de comerciants i associacions veïnals. Tothom hi col·labora de forma voluntària.

A la zona de Sants conviuen més ràdios: Sants 3 Ràdio, al 103.2 FM (sants3radio.cat), i, dins de l'Associació de Mitjans de Comunicació Local, la Marina 102.5 FM (lamarina.cat). La seu social de l'Associació de la Ràdio Comunitària d'Hostafrancs és un domicili particular i l'estudi de ràdio està en un espai cedit pel consistori barceloní. Mantenen les instal·lacions i el pagament de rebuts gràcies a la publicitat i les subvencions, que en l'exercici del 2023 van ser de 3.600 €.

L'estudi és de dotze metres quadrats, amb quatre micros, una taula de so, un ordinador, connexió autònoma a Internet, i micros auxiliars i altaveus per fer directes al carrer. L'audiència potencial és de 60.000 persones, perquè l'emissor cobreix bona part de l'Esquerra de l'Eixample. Boza parla de "servei públic" i de "foment del català" entre els objectius de les ràdios

UNA XARXA CONTRA LA SOLEDAT

A Catalunya no existeix un cens d'emissores de barri. L'única llista és la de la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB), amb setanta-cinc emissores adherides. La idea va sorgir el 2016 d'un taller col·lectiu a la Fàbrica de Creació de Barcelona, la Fabra i Coats, quan es va veure que a través de la ràdio es podien connectar barris de la ciutat. La XRCB es crea el 2020, vinculada a l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB), i compta amb quatre emissores físiques molt singulars: Ràdio Fabra, emissora oberta al barri que emet des de la fàbrica per difondre accions d'artistes residents; Ràdio Rambles, situada en un antic quiosc de flors, davant del Palau de la Virreina; Ràdio Activa, que l'escola pública del barri de la Prosperitat acull, i Ràdio Maconda, ubicada a la Biblioteca Gabriel García Márquez. A la Xarxa hi ha, doncs, ràdios veïnals, escolars, culturals, de barri... La seva responsable, Ginebra Vall, explica que "la denominació que fa cada emissora depèn de la identitat amb què cadascuna s'identifica; l'important és que totes volen fer barri". "La Xarxa -afegeix- és un espai segur, una pàgina web lliure i oberta on les ràdios adherides pugen programes en forma de pòdcasts, a diferència d'altres plataformes i webs que, tot i ser gratuïtes, insereixen publicitat i poden quedar-se dades personals". A més de Barcelona, compten amb tres projectes a Esplugues de Llobregat, l'Hospitalet de Llobregat i el Prat de Llobregat. Volen seguir creixent per "donar visibilitat a altres ràdios que estan soles".



D'esquerra a dreta, Sergio Ruiz, veí del barri de Sants; Dídac Boza, director de Ràdio Hostafrancs, i Jaume Gaixas, exconseller del barri d'Hostafrancs, durant la tertúlia "Línia Oberta" que s'emet cada setmana.

de barri. "El 80% del nostre contingut es fa en català i té interès local, elements que

centres de secundària i batxillerat del barri per ensenyar a fer pòdcasts. El

EL FUTUR DE MOLTES D'AQUESTES RÀDIOS ÉS EL PÒDCAST PERQUÈ ELS PRINCIPALS CONSUMS DE CONTINGUTS ES FAN A LA CARTA

ens diferencien de projectes radiofònics amb fins comercials", assegura. Recentment, s'ha creat el consell editorial, que vetlla pel compliment del codi deontològic del Col·legi de Periodistes.

RÀDIO MACONDA, PIONERA

La Biblioteca Gabriel García Márquez, reconeguda com la millor biblioteca del món 2023 i ubicada al barri de Sant Martí, just a tocar de la sortida del metro, acull Ràdio Maconda. Al febrer farà un any que funciona en un estudi amb sis micros i quatre línies de treball ben definides. El coordinador de la ràdio, Julián Figueres, les enumera. "En primer lloc, un grup de trenta persones bibliotecàries genera continguts i parla de llibres i de les activitats de les biblioteques. Tenim també un projecte adreçat a escoles i

tercer eix és el sector del llibre, editors, traductors... Fem prescripció lectora d'obres de fa més de trenta anys o d'autors que estan fora de focus, perquè volem ajudar qui no té difusió. Per acabar, la ràdio serveix de plataforma d'un grup de dones que mostra l'impacte social de la multiculturalitat". La coordinació de Ràdio Maconda és mancomunada i rotativa. "Hi ha un esforç col·lectiu", assegura aquest bibliotecari de tota la vida.

Fins ara, Maconda ha aconseguit una programació estable amb *El repetidor*, un magazín cultural; *El chinchorro*, de literatura hispanoamericana; *Planeta B*, un espai de música, i *L'aparador intempestiu*, on es demana a un autor o autora que recomani deu llibres que, com a mínim, faci deu anys que estan publicats. El *modus operandi* de Ràdio Maconda són els pòdcasts i es poden escoltar a través de la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB). Ç

LA RÀDIO MUSICAL MANTÉ EL POLS A SPOTIFY

Les plataformes d'estríming i la intel·ligència artificial
amenacen els formats radiofònics tradicionals

TEXT FRANCESC PONSÀ



Xènia Casado i Héctor Ortega a *Flaix matí*, el programa matinal de Flaix FM

L'auge de les plataformes d'estríming musical va posar en crisi el format de la radiofórmula. Tot i que inicialment van perdre oients, sobretot entre els més joves, les ràdios musicals estan resistint l'envit de Spotify, YouTube, iVoox i companyia gràcies a la fidelització del públic adult, a la funció de prescripció i al suport a la música en directe. Però, darrerament, han aparegut noves amenaces basades en la intel·ligència artificial que tornen a fer-ne perillar la solvència.

Totes les cançons en un sol clic, una oferta molt seductora. Les plataformes d'estríming musical –amb Spotify al capdavant– van fer trontollar el format de la radiofórmula. Segons dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM), les emissores de ràdio musical van registrar 11,9 milions d'usuaris el primer trimestre del 2021, enfront dels 14,6 del tercer trimestre del 2017. En cinc anys, van perdre més de 2 milions d'oients.

El consum de ràdio temàtica, sobretot musical, es va mantenir relativament estable a Espanya entre el 2003 i el 2018, amb una mitjana de 54 minuts diaris d'escolta

TOT I L'AUGE DE L'ESTRÍMING MUSICAL, LES DADES EVIDENCIEN QUE LA RÀDIO NO PERD PISTONADA I A CASA NOSTRA S'OBSERVA UN REPUNT

per persona i dia (va arribar a 59 el 2012, any que el conjunt de la ràdio va aconseguir la màxima penetració, un 61,9%). Des de llavors, el seu pes s'ha anat reduint.

Per contra, el consum en estríming continua creixent, especialment entre les generacions més joves. Segons l'informe *Mercado de la música grabada en España*, del primer semestre del 2023 i elaborat per Promusicae –associació que representa els productors de fonogrames a l'Estat espanyol–, l'estríming és el format que trien majoritàriament els consumidors per accedir a la música (aporta el 87,8% del total de la indústria musical, amb uns ingressos de 188,2 milions d'euros). El percentatge més ampli del consum se centra en l'estríming d'àudio que, amb un 84,32% del

consum total en aquesta modalitat, aporta 156,9 milions d'euros, davant dels 29,1 milions d'euros que genera l'estríming de vídeo.

PRESCRIPCIÓ I DIRECTE

Durant el passat mes d'agost, GfK DAM, el mesurador oficial del consum digital a l'Estat espanyol, va analitzar els hàbits i les preferències de les plataformes de pòdcasts i música. El resultat va ser que prop de 24 milions d'usuaris únics (un 60% de la població espanyola) accedeixen cada mes a les plataformes d'estríming. L'ús de Spotify, iVoox, Dailymotion o Podimo no ha parat de créixer i al voltant de 7 milions de persones escolten aquests continguts cada dia. El mateix estudi situa Spotify al capdavant

de les plataformes més utilitzades cada mes, amb 16 milions d'usuaris únics. El segueixen YouTube Music, amb gairebé 4 milions, i Mi Music i Amazon Music, amb més de 3,5 milions cadascuna.

"LES RADIOFÓRMULES NO HAN SABUT MODIFICAR ELS SEUS ESQUEMES DAVANT LA COMPETÈNCIA FEROTGE DE PLATAFORMES COM SPOTIFY" Albert Malla

Malgrat l'auge del consum digital en estríming, la ràdio musical no ha llançat la tovallola. El Col·legi de Periodistes de Catalunya fa temps que segueix aquest pols. Al febrer del 2022, en un article de *Capçalera* s'analitzava, precisament, el futur de la radiofórmula davant l'envit protago-

nitzat per les plataformes d'estríming musical. En aquell reportatge ja es posava de manifest que, davant la pèrdua dels oients més joves, les ràdios havien de potenciar la seva funció de prescripció musical i el seu suport a la música en directe. I no s'anava desencaminat. Les darreres dades evidencien que la ràdio no perd pistonada.

AUDIÈNCIA ENVELLIDA

L'estudi trimestral *Share of Ear* d'Edison Research (l'equivalent al nostre EGM) mesura l'abast diari de la ràdio i el temps dedicat a totes les formes d'àudio als Estats Units. L'informe del tercer trimestre del 2022 ja advertia de la recuperació i la puixança de la ràdio convencional enfront de les plataformes d'estríming. L'ús de la ràdio analògica que fan les persones més grans de 18 anys supera en 15 vegades (74%) Pandora (5%) i en 19 vegades Spotify (4%). De fet, la proporció de l'escolta total de ràdio als Estats Units s'ha duplicat en els darrers cinc anys (del 8% al 17%).

A casa nostra, també s'ha experimentat un repunt. El darrer EGM del 2023 mostra, en l'àmbit espanyol, una recuperació de la ràdio musical que es tradueix en una xifra global de 12,8 milions. Aquest impuls es deu, entre d'altres,

al bon paper d'emissores musicals com Los 40 (2,8 milions d'oients), Cadena 100 (1,6 milions) i Cadena Dial (1,4 milions).

El pes de l'audiència de la ràdio musical a l'Estat espanyol el sostenen els oients adults, amb un hàbit d'escolta del mitjà

que s'ha mantingut malgrat la irrupció de sistemes d'escolta en línia. “De fet, la majoria de cadenes musicals, fins i tot les de format CHR (èxits d'actualitat), han ‘envellit’ la selecció de cançons per acompanyar i mantenir en la seva sintonia aquest perfil d'oient adult”, afirma Luis Miguel Pedrero Esteban, professor de la Universitat de Nebrija i autor del llibre *La radio musical en España* (IORTV, 2000).

“Segons la tercera onada de l'EGM 2023 –prosegueix–, l'edat mitjana dels qui escolten Los 40 és de 40 anys; la de Rock FM, de 43; la de Cadena 100, de 44,7; la de Cadena Dial, de 47,1, i la de Kiss FM, de 47,4. La ràdio musical a Espanya ja no és per als adolescents”.

CAPACITAT DE SUPERVIVÈNCIA

D'acord amb això, Albert Malla, discjòquei, locutor i presentador del programa musical d'autor *Cocodril Club* –un clàssic de la ràdio amb més de vint-i-cinc anys d'història–, creu que “en general, en

els últims anys, les radiofòrmules s'han adormit i no han sabut modificar els seus esquemes davant la competència ferotge que signifiquen plataformes com Spotify. A l'estranger fa molt temps que van tornar els programes musicals d'autor. [...] En

LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL JA PERMET EMULAR LA VEU REALISTA D'UN DISCJÒQUEI QUE OFEREIX UNA SELECCIÓ DE MÚSICA I FA COMENTARIS

lloc d'això, algunes radiofòrmules, suposo que per abaratir despeses, tenen moltes hores de programació sense ningú que parli. És un ordinador fred que dispara cançons que molt sovint són repetitives i monòtones d'escoltar”.

Per la seva part, Lola Costa Gálvez, docent, investigadora i autora d'una tesi doctoral sobre la ràdio musical a Espanya des de la perspectiva de servei públic, considera que la ràdio musical ha de legitimar el seu paper com a prescriptora de continguts.

“És la seva carta de presentació per arribar a l'audiència de les plataformes d'estríming”, afirma.

En aquest context, tant la radiofòrmula com la ràdio temàtica musical tenen

molta capacitat de supervivència, però no només a les ones. “Una via de futur és la difusió dels continguts a través de diverses plataformes

tant d'àudio com de vídeo i en formats de diversa durada per adaptar-se a noves formes de consum”, assegura Costa Gálvez.

NOVES AMENACES

Malgrat la resistència actual, la radiofòrmula ha de plantar cara a noves amenaces basades en una de les seves grans fortaleeses: la prescripció. Fa uns mesos, Spotify va llançar una nova funció d'intel·ligència artificial anomenada Spotify DJ, que pretén personalitzar millor l'experièn-



Un moment del concert que el programa musical *Los 40 principales* va organitzar, ara fa dos anys, a Santa Cristina d'Aro. Foto: *Los 40 principales*

UNA REFLEXIÓ NECESSÀRIA

Aquest centenari que celebrem enguany ha de ser un bon moment per recordar la història de la ràdio, però, sobretot, per reflexionar sobre el present i el futur del mitjà.

En el cas de les emissores musicals, aquesta reflexió és més necessària per la irrupció de noves formes de consumir música, molt especialment entre el públic més jove.

La ràdio musical haurà de decidir si,

LA RÀDIO MUSICAL HAURÀ DE DECIDIR SI, POTENCIANT UNA SÈRIE DE CARACTERÍSTIQUES PRÒPIES, PODRÀ CONTINUAR COMPETINT EN UN FUTUR NO GAIRE LLUNYÀ

potenciant una sèrie de característiques que li són pròpies, podrà continuar competint en un futur no gaire llunyà. I és que és evident que la ràdio musical és molt més que música. La seva capacitat de prescripció, la proximitat, l'afinitat, la flexibilitat, l'empatia, la connexió emocional amb l'oient, la creació de continguts culturalment identificables, etc., s'hauran de tenir en compte a l'hora de confeccionar graelles atractives.

En tot cas, personalment penso que l'objectiu ha de ser poder conviure amb tothom aprofitant els avantatges de la ràdio tradicional, d'una banda, i els de les plataformes d'estríming i xarxes socials, de l'altra.

També caldrà veure quin és el paper que, com a mitjà, li voldran donar els

diferents estats. En el cas d'Europa, en general, i d'Espanya, en particular, per exemple: si l'FM continuarà sent una banda habilitada per a la transmissió de ràdio analògica, si la digitalització arribarà via DAB o DAB+ o si aquests sistemes quedaran obsolets fins i tot abans d'estrenar-se, si els fabricants de cotxes tindran l'obligació d'incloure-hi sintonitzadors per a aquests tipus d'emissores o, fins i tot, si els llicenciataris tindrem un tracte equitatiu que permeti reequilibrar l'impacte dels gegants estrangers en línia que no estan regulats en el nostre sistema de transmissió.

En tot cas, és difícil que després de tants anys, i amb tots els canvis i les novetats tecnològiques, la ràdio encara estigui de moda. Però, al capdavall, tampoc ho estan Bruce Springsteen o els Rolling Stones i continuen omplint estadis.

Carles Cuní

Periodista, president i propietari del Grup Flaix



cia d'escoltar música. L'eina emula un discjòquei de ràdio amb una veu sorprenentment realista que ofereix una selecció de música amb comentaris generats per intel·ligència artificial. I com més s'utilitza el sistema, més precís es torna.

Una altra amenaça és RadiogPT, una eina creada per Futuri, la primera plataforma de ràdio del món desenvolupada amb intel·ligència artificial. El funcionament és molt acurat. Primer, escaneja fonts de notícies en línia i xarxes socials per identificar temes i tendències del mercat de l'usuari i, després, crea guions que són llegits per veus generades per intel·ligència artificial.

Aquesta tecnologia afectarà el conjunt de la ràdio en facetes molt diverses. "Però la més temuda –la possible substitució del locutor de ràdio generalista o del discjòquei a la ràdio musical– no s'hauria de concretar mai si el mitjà defensa l'essència de la seva naturalesa, com és la connexió emocional amb l'oient i la proximitat amb els seus interessos i estats d'ànim", apunta Pedrero Esteban.

No obstant això, RadiogPT s'està implementant en estacions de ràdio reals dels Estats Units i el Canadà. Futuri espera que properament aquesta tecnologia sigui emprada per diversos centenars d'estacions de ràdio. "Davant d'aquestes noves possibilitats, la ràdio musical s'hauria de replantejar l'estratègia de dedicar trams llargs de la seva fórmula a l'emissió continuada de cançons sense presència del locutor. Així renuncia al seu gran element diferencial respecte a les plataformes", conclou Pedrero Esteban.

Així doncs, després del vídeo i l'estríming, serà la intel·ligència artificial qui matarà definitivament l'estrella de la ràdio? Només el temps ho dirà. **Ç**

REFUGIATS A LES ONES

Les lluites i els problemes dels periodistes radiofònics
que es veuen obligats a marxar del seu país

TEXT ANNA PRUNA GALDÓN

Hi ha molts periodistes que, amenaçats o perseguits pel fet de denunciar les dictadures i la corrupció dels seus governs, es veuen obligats a refugiar-se en altres països. Tal com ha demostrat Reporters Sense Fronteres, és un fenomen global. Alguns d'aquests periodistes són de ràdio. I, tot i haver marxat, malgrat les dificultats, segueixen posant-se davant del micròfon. No ho fan, però, des de mitjans generalistes, sinó a ràdios locals o bé aprofitant les plataformes de pòdcasts. Continuen, doncs, sent la veu dels que han deixat enrere.



Un home escolta la ràdio en un camp de refugiats a Dadaab, al nord de Kenya, a vuitanta quilòmetres de la frontera amb Somàlia. Foto: ACNUR

La ràdio enganxa. Els minuts que passen segon a segon, el micròfon ben a prop per no perdre cap paraula, l'emoció per explicar històries que algú deu estar escoltant potser des de l'altra punta del món... La ràdio té alguna cosa que la fa immensament especial, i els periodistes de ràdio ho saben. Saben que les ones porten molt més que discursos. Saben que les ones transmeten històries, vivències, testimonis, vida.

“Aquí diem que, si vols ser un bon periodista, primer has de ser un bon periodista de ràdio”, assegura Muath Hamed, periodista palestí refugiat a Espanya, mentre recorda els seus primers passos a la universitat. “La gestió de la veu, la presència, el relat..., tot això s'aprèn a la ràdio”, diu amb un somriure que només s'esborra quan rep els missatges amb informacions actualitzades de la brutalitat del que viuen els seus compatriotes a Gaza i Cisjordània. De fet, Al-Jazeera ha començat a emetre un senyal de ràdio vint-i-quatre hores al dia “per arribar als palestins de Gaza”, explica referint-se als talls d'electricitat i a la impossibilitat de molts ciutadans d'accedir a les informacions emeses per la televisió. Aquest és el poder de la ràdio: arribar a tothom.

ELS PERIODISTES REFUGIATS ES CONVERTEIXEN EN ALTAVEUS INTERNACIONALS DE LA SEVA CAUSA. I AIXÒ INCOMODA I ELS FA VULNERABLES

L'ACNUR, l'agència de l'ONU per als refugiats, calcula que al món hi ha (com a mínim) 108,4 milions de persones forçosament desplaçades, de les quals 35,3 milions són refugiades. Perquè no és el mateix ser migrant que refugiat. Qui migra ho fa per millorar les condicions de vida, mentre que el refugiat es veu obligat a desplaçar-se perquè la seva vida corre perill al seu país d'origen.

Aquesta és una diferència rellevant quan parlem de la tasca periodística, ja que la majoria dels que marxen continuen fent de periodistes un cop han abandonat casa seva. Però, tal com recorda Reporters Sense Fronteres (que ha editat una guia per a periodistes a l'exili), els periodistes refugiats són “particularment vulnerables”, atès que, un cop han sortit del seu país, es converteixen en altaveus internacionals de la seva causa. I això incomoda.

UNA FEINA RESPECTABLE

És el cas d'Asria Taleb, activista sahrauí, periodista radiofònica, fundadora de West Sahara i creadora del pòdcast #Sandfast. Tot i que viu a Oslo i va estudiar periodisme a Algèria, l'Asria va néixer en un dels camps de refugiats de Tindouf. “Els que oprimeixen odien la ràdio, perquè aquesta connecta amb la gent. Estats com el Marroc han interferit amb el senyal de ràdio per evitar que certes històries o informacions arribin a les poblacions afectades”, explica aquesta periodista, mentre recorda que, amb

la seva família, escoltava la ràdio amagada sota la manta per saber què estava passant. “Tinc una imatge que no se m'esborra del cap, i és la de la meua àvia escoltant la ràdio enmig del desert. Jo li feia companyia i, a vegades, l'escoltàvem juntes”, rememora.

"ELS QUE OPRIMEIXEN ODIEN LA RÀDIO, PERQUÈ CONNECTA AMB LA GENT"

Asria Taleb, refugiada sahrauí

Potser per aquest imaginari va ser un gran honor per a ella i la seva família ser periodista a la Ràdio Nacional Sahrauí. “La ràdio és un lloc especial on treballar als territoris ocupats. És del més respectable que podies fer”, conclou.

SENTIR-SE MENYS SOL

La ràdio aconsegueix acompanyar els que han marxat i, a la vegada, dona veu als que poden parlar del que passa. Sílvia Llanos, l'única dona migrant amb un programa a Mataró Ràdio sobre el Perú, sentia que ajudava a desmuntar estereotips i prejudicis i a generar una millor convivència entre els pobles; Kamil Ahmed, periodista radiofònica al camp de refugiats de Dadaab (Kenya), assegurava a *The Guardian* que sentia el pes de la seva comunitat esperant el seu programa cada dia; Narjis Al-Zaidi, una jove refugiada iraquiana, que condueix a Austràlia el programa de ràdio *Voice of Aroha*, ho fa per crear una plataforma i compartir experiències; a Boa Vista (Veneçuela), hi ha una ràdio comunitària dins d'un alberg que acull refugiats per combatre la desinformació, i al Camerun refugiats capacitats per l'ACNUR en periodisme radiofònic sensibilitzen els oients sobre el desplaçament forçat.

Són innombrables els projectes radiofònics o de pòdcast que sorgeixen al voltant de les persones refugiades i les seves (sovint traumàtiques) vivències, i queda clar que la ràdio és imprescindible en revolucions, conflictes armats, guerres, lluites d'alliberament o processos socials. Però cal diferenciar entre les

SÓN INNOMBRABLES ELS PROJECTES RADIOFÒNICS O DE PÒDCAST AL VOLTANT DELS REFUGIATS I LES SEVES, SOVINT TRAUMÀTIQUES, VIVÈNCIES

que es posen davant d'un micròfon sent persones voluntàries o col·laboradores i les que ho fan com a periodistes, ja que aquestes últimes s'enfronten a riscos molt més grans. Muath Hamed ha estat un total de quaranta-dos mesos en presons israelianes, té ferides de bala i, un cop a Espanya, va ser interrogat per la Guàrdia Civil tot i tenir les acreditacions internacionals pertinents. Tot periodista sap que és un exemple dels milers que hi ha. De fet, ja



Estudi de ràdio a l'International Women Space, una iniciativa de Berlín creada per refugiats que lluitar pels drets de les dones d'aquest col·lectiu. Foto: IWS

el 2012, Reporters Sense Fronteres va demanar agilitzar els expedients dels periodistes refugiats, i no hi ha cap dels països abans mencionats on no sigui un risc informar del que hi passa, tant de manera escrita com narrada o televisada.

BARRERA IDIOMÀTICA

Marxar de la terra que t'ha vist néixer té moltes implicacions. Començar en un país nou és difícil, però si la principal eina de treball de qui migra o es refugia és la veu (i, per tant, l'idioma), la complexitat augmenta. Hamed assegura que un dels motius pels quals va refugiar-se a Espanya és perquè el castellà no és un idioma “massa complicat”. I Llanos assegura que haver fet el programa en castellà, en lloc de fer-lo en català (a més de tenir la condició de dona migrant), l'allunya dels espais de debat comunitaris. La majoria dels processos per treballar en ràdios nacionals comporten proves de locució, la qual cosa exclou aquells que no tenen una dicció perfecta de l'idioma del país. És pràcticament impossible que una BBC o una RNE contractin persones no nadiues. “No he volgut treballar a la ràdio noruega, però sé que seria un problema”, admet Taleb.

I aquí hi ha un segon tema subjacent, que és el de l'accent. Fins i tot aprenent l'idioma, l'accent acostuma a ser un problema per als periodistes que volen continuar exercint un cop emigren.

Un estudi recent de l'organització educativa The Sutton Trust revela que més del 45% dels empleats del Regne Unit han rebut crítiques pel seu accent. No hi ha xifres publicades, però és una barrera indiscutible. Tot i això, per a Taleb, cal començar a veure els accents “com un superpoder i no com un problema”. “La majoria de la societat és diversa, però, en canvi, la majoria

COM QUE L'EINA DE TREBALL ÉS LA VEU, L'IDIOMA DEL PAÍS QUE ELS ACULL ES TORNA UN PROBLEMA A L'HORA D'INTENTAR TREBALLAR A LA RÀDIO

dels periodistes o experts que apareixen als mitjans generalistes són europeus”, sentència. Aquest fet l'han estudiat entitats com l'organització The Refugee Journalism Project, dedicada a ajudar periodistes refugiats a tenir una carrera un cop arriben al Regne Unit, o la Federació Europea de Periodistes, que en un estudi conclou que els processos migratoris no només estan infrarepresentats en els mitjans europeus, sinó que les veus que els narren acostumen a ser poc diverses.

“Hem de deixar accedir els accents als mitjans com a mesura de representació. El sistema no hauria de ser tan exclusiu”, exposa Taleb, que ha treballat l'accent noruec per parlar de manera

excel·lent a les entrevistes del seu pòdcast i que apunta que és l'únic aspecte que li minva l'autoestima: "Com a migrant penses que seràs jutjada per l'accent, o que cometràs un error en qual-sevol moment... És una pressió psicològica i no estàs mai 100% confiada". A aquesta barrera idiomàtica se n'hi suma una altra: l'econòmica.

SEGURETAT ECONÒMICA

Cap dels entrevistats en aquest reportatge podria sobreviure només amb la seva tasca radiofònica. La majoria dels projectes es basen en el voluntariat dels professionals o en l'opció que molts tenen d'incloure continguts en noves plataformes de pòdcast o d'estríming. Però, com que els projectes neixen de la necessitat d'explicar històries, la majoria té la seva feina i, a banda, fa ràdio.

I es tracta d'un tema complex, perquè s'hi barregen molts conceptes: la dificultat per treballar en mitjans grans o generalistes, la impossibilitat d'accedir al material tècnic per fer ràdio, la por de represàlies, l'autocensura per no posar en risc permisos de residència, la complexitat per trobar feina si es forma part d'una

"llista negra" al país d'origen i, també, l'escàs accés a salaris que els permetin treballar i, a més, desenvolupar una tasca periodística de manera desinteressada. "El sistema no està fet per al que migra", acaba Taleb.

I aquesta és la complexitat que defineix què és fer ràdio com a periodista refugiat. Com diu el poema *Corrandes d'exili*, "no em moriré d'enyorança / ans d'enyorança viuré". Els que en fan és perquè tenen una motivació que els neix de dins, i no busquen pas un reconeixement, una carrera o una viabilitat econòmica. De fet, parlen de "respecte", "compromís" i "deure", se sorprenden quan la gent s'emociona amb les seves històries, saben que la majoria de la ciutadania és més humana que les institucions que les representen i entenen que el que fan escapa a la seva percepció individual. "Som la veu dels que són allà, i quan cobreixo temes relacionats amb el que hi passa és quan em sento més útil", assegura Hamed. Taleb s'hi suma: "Vaig marxar, però mai deixaré de lluitar per la meua gent". És l'ambivalència dels que deixen enrere la seva terra. El que fan, ho fan pensant en comunitat, la comunitat "solitària" del que marxa del seu país per, potser, no tornar-hi més. Ç



Programa de salut bucodental d'IO

20%^{DTE.}_{EN}
TOTS ELS
TRACTAMENTS

HIGIENE GRATUÏTA

(Subjecta a prescripció mèdica)

Primera revisió gratuïta
900 800 850
www.ioa.es



Escaneja'm i
demana cita!

A ALTES HORES

La ràdio nocturna ja no és el que era (però resisteix)

TEXT SANDRA BALAGUÉ



La ràdio nocturna va gaudir de la seva màxima esplendor als anys setanta, vuitanta i noranta. Dècades, sobretot les dues primeres, en què la veu femenina pren protagonisme en aquesta franja horària. A finals dels noranta, ja amb Catalunya Ràdio en funcionament, destaca *La nit dels ignorants* i, a Ràdio Barcelona, *Parlar per parlar*. En aquella dècada, i de manera preminent, triomfa la ràdio nocturna esportiva, on aquí, com a la resta de l'Estat, arrasen Jose María García amb *Supergarcía* i Ramón de la Morena amb *El larguero*, però també la programació d'emissores catalanes. En termes d'audiència, de fet, la ràdio esportiva nocturna és, encara avui, la de més èxit. Parlem del present i el passat de la ràdio de nit amb alguns dels seus protagonistes.

“Avui hi ha una cosa que ho canvia tot i és el pòdcast”, diu Sílvia Tarragona, una veu icònica de la ràdio nocturna que va agafar el relleu de Carles Cuní al capdavant de *La nit dels ignorants*, en antena des de fa gairebé quaranta anys i que actualment presenta Xavier Solà. Tarragona el va conduir del 1996 al 2000. “Encara ara, als meus cinquanta-sis anys, hi ha molta gent que em diu: ‘Tu feies *La nit dels ignorants!*’”, explica. És, doncs, tota una veterana en ràdio nocturna perquè en aquesta franja, i en aquest cas per a tot Espanya a RNE, va conduir dos programes nocturns més: primer *Imaginario* –de tres a sis de la matinada– i, més endavant, *Afectos en la noche* –de dotze a tres de la matinada.

De fet, actualment aquesta periodista torna a fer ràdio nocturna, perquè condueix *A contrallum*, a Ràdio 4 –de deu a onze de la nit. “És un programa gravat. Ara estic fent aquest nou repte: una entrevista de mitja hora, seguida d’un espai de mitja hora més amb col·laboradors habituals”, explica.

Tarragona es mostra contundent amb la ràdio nocturna actual. “Ha canviat molt. Penso que s’està desvirtuant una mica la imatge de la ràdio de nit. Hi ha moltes persones que a la nit viuen: persones que tenen insomni, que estan soles, que treballen de nit, que aprofiten la nit per analitzar la realitat des d’un altre punt de vista...”, reflexiona. I afegeix: “La perspectiva d’aquestes persones s’està perdent. I no podem permetre que en moltes ràdios generalistes a la nit hi hagi

programes gravats. És un insult a una part de l’audiència”. “Hem de recuperar la ràdio de nit: amb calma, tranquil·la, assossegada”, afegeix. I, esmentant com a excepció el *Gente despierta* de RNE,

ALS ESTATS UNITS, AQUESTS ESPAIS COMENCEN ALS QUARANTA. I ALS SETANTA, ARRIBEN A EUROPA LES EMISSIONS DE CONFIDÈNCIES NOCTURNES

conclou: “Encara que sembli molt antic, jo agrairia que els directius entenguessin que la nit mereix un *tempo* i un respecte”. I rebla: “A quin directiu li he d’explicar que es pot fer un programa de nit tranquil i que la nit és una aposta?”.

“El magazín esportiu nocturn és un dels formats de més antiguitat a la ràdio actual i, tot i que ha anat evolucionant al llarg dels anys, és un dels que té més èxit encara”, afirma la periodista Mònica

"NO PODEM PERMETRE QUE A LA NIT HI HAGI PROGRAMES GRAVATS. ÉS UN INSULT A UNA PART DE L'AUDIÈNCIA" Sílvia Tarragona, Ràdio 4

Luján, que ha estudiat dos magazins nocturns esportius de la ràdio catalana com són *El club de la mitjanit* i *Tu diràs*. Precisament, aquest últim –actualment amb Aleix Parisé al capdavant– ha arrasat, una vegada més, en les audiències. En l’EGM del darrer trimestre de 2023, el programa nocturn d’esports de RAC1 va aconseguir 104.000 oients, molt per davant de Catalunya Ràdio, la SER i la COPE.

En relació amb aquesta competència, Parisé explica contra qui “juga”: “Competim contra el que faci en aquell horari Catalunya Ràdio, que no és ràdio esportiva però sí en català. I competim,

sobretot ara mateix, amb la SER i la COPE, que són les que ofereixen avui el programa més semblant al nostre, però en castellà”. Tot

i això, també té clar que la competència va més enllà de les ràdios: “I també competim ara mateix contra piulades, Netflix, HBO, 3Cat... El panorama comunicatiu s’ha obert molt, s’ha fragmentat, i tenim molta més competència ara que fa uns anys”.

En aquest sentit, Parisé és optimista.

“Encara hi ha una gran part de la societat que té com a referència la ràdio, con-

cretament la ràdio nocturna. Gent que tenia quinze o vint anys i que ara en tenen quaranta o cinquanta han crescut amb aquest mitjà.

Aquesta base la tens”. “Jo no sé què passarà d’aquí trenta anys –prosegueix–, perquè a la gent que ara té quinze o vint anys és cert que la ràdio els queda com molt lluny, i que estan acostumats a mirar les coses a través del mòbil i a un altre tipus de comunicació i tertúlies. Però la ràdio, que a més s’ha anat reinventant i adaptant als nous temps, encara té un marge molt gran, de vint a trenta anys,

LA COMPANYIA SILENCIOSA

Cent anys. Ara en fa una tercera part –gairebé trenta– que les casualitats van fer que em trobés davant d'un micròfon de Ràdio Barcelona desitjant-vos a tots vosaltres bona nit i el millor per al nou dia. Ho vaig fer sempre de tot cor, encara que ho desitgés a persones que només intuïa i que no coneixia de res. Alguns heu crescut amb mi. Hem anat guanyant confiança, fins al punt que molts heu pactat, en tot aquest temps, un quadrant de relleus per no deixar-me mai sol. Ara confesso que res em fa més por que la foscor i el silenci de la nit.

Ja pensava que en algun moment hauria de fer-vos un homenatge. Agrair a tots aquells oients que alguna o altra nit m'hàgiu encès un llum al passadís, que m'hàgiu mantingut despert durant més de 5.000 matinades; als que em doneu les gràcies per ser-hi, sense ser conscients que soc jo, des d'aquest costat, qui se sent acompanyat, qui supera la solitud, i el buit, gràcies a la vostra companyia; als que, quan dono l'hora ("Son las cuatro, una hora menos en Canarias"), em feu sentir tranquil sabent que això us orienta en el vostre torn de treball ("Vinga, que ja s'acaba!"); als que sincronitzeu el vostre rellotge vital amb les primeres passes del dia que comença, les quals, a aquella hora, per anar bé, us han de coincidir amb l'últim glop del primer cafè.

Recordo la Teresa, de Vilassar de Dalt, a qui una operació infructuosa de la vista la va deixar sense llum i va confiar en la ràdio perquè li expliqués el que no es volia perdre. I en Manuel, amb Txaiikovski o Bach sonant en un altaveu i amb la ràdio en un altre, pintant a l'oli, amagat al seu hivernacle de Múrcia. Recordo

camioners, estudiants, arquitectes, pilots, hostesses, noctàmbuls de tot tipus. Recordo bona gent de veritat, solidària, generosa. Taxistes, prostitutes del primer torn. En Jordi, el sensesostre del carrer Casp, que m'advertia sobre qui del meu equip ja hi era i si a *El larguero* havia passat alguna cosa digna de menció. O l'altre Jordi, en Guitart (de

SOC JO, DES D'AQUEST COSTAT, QUI SE SENT ACOMPANYAT, QUI SUPERA LA SOLITUD, I EL BUIT, GRÀCIES A LA VOSTRA COMPANYIA

guitarra i de cognom), que m'esperava a la sortida per dir-me si aquella matinada havíem portat la màgia de Barcelona a viatjar per les constel·lacions, flotant per l'aire, intangible, fins als llocs més recòndits de l'univers.

En aquell moment em semblava tot una mena d'al·lucinació transitòria. Amb el temps, he après que l'únic que importa és que ell ho visqués així, perquè així és com m'ho transmetia, amb una veritat pura, com la que cadascun de nosaltres sap que hi trobarà, per sempre més, aquí a la ràdio.

Roberto Sánchez

Director de *Si amanece nos vamos* de la Cadena SER



en què es mantindrà ben viva. A partir d'aquí no sé dir què passarà, és una incògnita”.

UNA MICA D'HISTÒRIA

Als Estats Units, els espais nocturns a la ràdio comencen a finals de la dècada dels quaranta del segle passat. A Europa tarden una mica més, i no és fins al 1950 que comencen les primeres emissions regulars en aquesta franja. Vint anys més tard, als setanta, arriben al vell continent les emissions de confidències nocturnes, que a poc a poc esdevenen “l'essència mateixa de la ràdio nocturna: un lloc d'escolta i confidències per als oients”, explica la historiadora Marine Beccarelli.

A casa nostra, hem de situar el fenomen femení en la ràdio nocturna. “En les dècades dels anys setanta i vuitanta, i seguint els criteris de segmentació de l'audiència, la programació radiofònica es configura de manera que es reserva les nits per a la veu femenina”, explica la periodista i antropòloga Elvira Altés al seu llibre *Dones a les ones*. I afegeix: “El supòsit és que la veu sensual que xiuxiueja a l'orella de l'oient és la millor proposta per mantenir l'audiència”.

Juntament amb altres professionals –encapçalades per Núria Guitart, la pionera–, hi ha diverses “noies de la nit” durant aquells anys a les principals emissores catalanes. Anna Lafau n'és una. “L'any 1984, amb 16 anys, substitueixo Isabel Gemio –aleshores, Isabel Garbí– al capdavant de *La chica de la radio*, a Ràdio Barcelona. Qui em va donar, però, les eines per sortir-me'n és Maria Rosa Fusté, que havia passat a fer *La noia de la nit* a Ràdio 4”, explica Lafau. “Tot i que estava a l'altra banda del carrer –perquè jo estava a Ràdio Barcelona i ella, a RNE–, quan assumeixo *La chica de la radio*, Fusté m'ajuda moltíssim. I, després d'un temps, se'n va a viure a l'Argentina, i encara m'ajuda més, perquè em poso al capdavant del que feia ella: *La noia de la nit*, a Ràdio 4”, recorda.



En pàgines anteriors, Anna Lafau quan feia *La noia de la nit* a Ràdio 4. Sobre aquestes línies, Mara Torres presenta a la SER el programa nocturn *El faro*. Foto: SER

Més endavant, el 1990 i creat per Gemma Nierga, neix a la Cadena SER el *Parlar per parlar*, un espai intimista on les històries dels oients són les protagonistes de la nit i que esdevé una referència en la seva franja horària. Per la seva banda, a Catalunya Ràdio, tal com vèiem abans, comença el 1987 *La nit dels ignorants*, un programa on la gent truca per fer preguntes o bé per respondre'n d'altres ja fetes anteriorment per altres oients..

Juntament amb els programes esportius, *La nit dels ignorants* és avui l'espai més veterà de la ràdio nocturna a casa nostra. Des de fa catorze temporades el presenta i dirigeix Xavier Solà. "Aquest programa m'ha ofert la possibilitat de desenvolupar un periodisme útil, de servei públic, que em fa sentir molt afortunat", explica aquest veterà periodista, que ha implementat les xarxes socials al programa. "El programa mateix, de fet, va ser la primera xarxa social, perquè tenia —a part de la ràdio com a entorn—, també el telèfon. Però ara hi ha moltes coses més: el correu

electrònic, la bústia de veu, les xarxes... El programa s'adapta al potencial tecnològic d'avui i l'aprofita", explica.

Solà està encantat fent ràdio de nit. "L'audiència de la nit és tan generosa!", assegura. "Hi ha un batec d'uns valors molt necessaris", afegeix. Aquest comunicador creu que

"ENCARA HI HA UNA GRAN PART DE LA SOCIETAT QUE TÉ COM A REFERÈNCIA LA RÀDIO, CONCRETAMENT LA RÀDIO NOCTURNA" Aleix Parisé, RAC1

ser disciplinat és indispensable per treballar a la ràdio en aquesta franja horària. "Sense constància és molt difícil, cal molt d'ordre". Hi estan d'acord tots els companys entrevistats, amb aquest aspecte. És el cas d'Aleix Parisé, per exemple, que reconeix el condicionant que suposa l'horari. "És esgotador, perquè me'n vaig a dormir cada dia a les tres de la matinada. Arribo a casa a quarts de dues i necessito una horeta per fer baixar l'adrenalina", afirma.

Sílvia Tarragona, que com Parisé arribava amb l'adrenalina alta —"però m'adormia ràpid"—, assegura que per fer ràdio a la nit cal molt d'ordre en la vida personal. "Jo soc una persona molt disciplinada. Excepte les nits que ens en anàvem de *juerga* amb el Clapés i el Buenafuente, quan acabava

La cosa nostra i passava a recollir-me per la ràdio. Menys aquelles nits que tançàvem Bikini —que eren les menys, eh, que si no el Buena-

fuate em tocarà el crostó!—, la resta, a les tres s'acabava el programa, a dos quarts de quatre arribava a casa i em posava el despertador a dos quarts de dotze. Mai més tard". "La disciplina, quan fas aquest horari, ha de ser fèrria, perquè, si no, no te'n surts", conclou. Ç



La proximitat –a la imatge, una tertúlia de Ràdio Ciutat de Tarragona– és una de les característiques pròpies de la ràdio. Foto: Ràdio Ciutat de Tarragona

A UN PAM DE L'ORELLA

La ràdio es converteix en la banda sonora
de la vida de moltes persones

TEXT JORDI MORATÓ BULLIDO

La ràdio aconseguix una proximitat que no tenen els altres mitjans de comunicació. Per a molts oients habituals, aquelles veus que els acompanyen a casa, a la feina o al cotxe, entre molts altres llocs, són com part de la família. Aquesta sensació íntima, propera, personal, de formar part de les nostres vides s'entén per la importància que hi té l'oïda, però, sobretot, per la força de la veu, sobretot d'aquella que, dia rere dia, ens explica el món que ens envolta.

El consultorio de Elena Francis; Carrusel deportivo; Matilde, Perico y Periquín; Ama Rosa; El gran musical; Hora 25; Protagonistas; Encarna de noche; Lo toma o lo deja; Super García en la hora cero; Gomaespuma; Pasta gansa; El Terrat... La història de la ràdio a l'Estat espanyol està plena de programes icònics que han format part de la memòria personal i col·lectiva de moltes generacions. Només amb la veu, la música, els efectes sonors i els silencis, han estat capaços de fer-nos riure i plorar, d'indignar-nos i entusiasmar-nos, de fer-nos sentir que les persones a qui escoltem són una part de la nostra família sense haver-les vist mai i d'evocar-nos sensacions i imatges que, paradoxalment, els mitjans audiovisuals no són capaços d'aconseguir amb la mateixa intensitat.

La periodista Sílvia Cópulo, llicenciada en Psicologia i doctora en Comunicació, destaca que aquesta capacitat evocadora del mitjà radiofònic té el seu origen en la manera com els éssers humans processem el so. "L'oïda és el primer sentit que se'n forma, al fetus, i sovint és l'últim que es perd abans que ens morim", recorda. Allò que sentim des de dins de l'úter ens permet fer-nos una idea de com és el món, abans que siguem capaços de veure'n

imatges, i aquesta capacitat, afirma Cópulo, no ens abandona mai.

Les persones ens convertim en expertes a interpretar els sons des de poc després de néixer. Àngel Rodríguez, professor ja jubilat de la facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma

PER A MOLTS OIENTS, AQUELLS QUE PARLEN PER LA RÀDIO SÓN COM PART DE LA FAMÍLIA, ENCARA QUE NO ELS HAGIN VIST MAI

de Barcelona, creu que "una criatura, abans d'entendre el que diuen les paraules, ja sap quan els seus pares estan enfadats o l'estan enganyant". Per la seva banda, Cópulo afirma que és gairebé impossible evitar que la veu ens delati. Fins i tot els mateixos professionals de la ràdio no poden enganyar. "L'oient notarà quan estàs content de fer la feina i quan no", assegura aquesta periodista.

Pocs estímuls tenen tant de poder per despertar la nostra imaginació com el so, encara que, molt sovint, allò que ens imaginem quan escoltem alguna cosa no tingui a veure amb la realitat. Quantes

vegades no ens hem sorprès de l'aparença física d'un locutor de ràdio, a qui fa temps que escoltem, quan el veiem per primer cop? Rodríguez ha estudiat aquest fenomen i ha trobat que la construcció d'imatges mentals a partir de la veu respon a patrons universals, tot i que no tinguin relació amb la realitat. És a dir, tots ens fem

si fa no fa la mateixa imatge mental d'una persona a partir de la seva veu. És, apunta Rodríguez, una qüestió estadística:

"Quan escoltes una persona que articula bé, que parla bé, que fa servir bé la veu i que té un vocabulari ric, et sembla que estàs escoltant algú que és culte, però pot ser un ximple que s'ha entrenat. Tot i així, estadísticament, el més probable és que sigui una persona culta i intel·ligent".

PROXIMITAT I DISTÀNCIA

La proximitat és una de les característiques que més s'associen a la ràdio. Rodríguez explica que la distància a què es col·loca el locutor del micròfon és, perceptivament, la mateixa que separa la seva boca de la nostra orella, cosa que no passa



Segona edició de la cursa de RAC1, que va tenir lloc a Girona el 2016 i que va comptar amb la participació de 4.054 corredors. Foto: RAC1

amb la televisió. “A la pràctica, estàs a un pam o menys del locutor de ràdio, mentre que d’una pantalla de televisió estàs a més d’un metre i mig”.

LA RÀDIO EVOCA SENSACIONS I IMATGES QUE, PARADOXALMENT, ELS MITJANS AUDIOVISUALS NO ACONSEGUEIXEN AMB LA MATEIXA INTENSITAT

Al mitjà televisiu hi ha altres elements que contribueixen a crear distància entre l’emissor i el receptor. “El maquillatge, la il·luminació, el pla, la realització... Hi intervenen altres elements i altres professionals que modifiquen la percepció de l’espectador i fan que el missatge no sigui tan

pròxim com a la ràdio”, afirma Cópulo. La periodista mataronina apunta que a la televisió la imatge té tanta força que tota la resta es converteix en secundari.

A banda de ser el mitjà de comunicació més proper físicament, també ho és emocionalment.

Cópulo explica que amb els oients de la ràdio s’estableix una relació emocional més gran que amb els telespectadors. Per als qui et veuen a la televisió ets un personatge, però per als qui et senten per la ràdio ets algú amb qui tenen una relació gairebé íntima, explica. Cópulo nota la diferència quan va pel

QÜESTIÓ DE CONFIANÇA

El novembre, el Centre d’Investigacions Sociològiques (CIS) va presentar les dades d’un estudi sobre les audiències dels diferents mitjans de comunicació d’Espanya. Una de les conclusions de l’estudi és que la ràdio és el mitjà que més confiança genera entre la ciutadania. Un 55% afirma tenir-hi “molta o força” confiança. La premsa estava en segon lloc, amb un 53,2%, i la televisió es quedava en un 41,2%. Lluny se situaven les xarxes socials, amb un 15%.

carrer. “Si em trobo algú que m’escolta per la ràdio, se m’acosta i parla amb mi. Si em mira per televisió només es vol fer una *selfie*”, assegura.

L'AU FÈNIX

Des que l'any 1979 The Buggles van popularitzar la cançó *Video killed the radio star*, el vídeo no ha acabat amb les estrelles de la ràdio, ni tampoc ho han fet Internet ni les xarxes socials. Des que va aparèixer el mitjà, fa més d'un segle, se n'ha vaticinat la mort més d'una vegada, però la ràdio sempre s'ha sabut adaptar als canvis, ressorgint cada cop de les seves cendres com l'au fènix.

Albert Malla, locutor i actor de doblatge, afirma que la clau de la supervivència del mitjà és la seva facilitat d'ús. És l'únic que et permet fer altres coses mentre en consumeixes els continguts. Pots escoltar la ràdio mentre condueixes, mentre cuines, mentre fas exercici, mentre llegeixes, mentre xateges... Cópulo hi inclou la capacitat que té per reaccionar ràpidament quan es produeix un succés d'interès públic. “Si tens veu i un telèfon, pots informar a través de la ràdio, mentre que a la televisió, si no tens una càmera, no fas res”, diu la periodista, que afegeix que també és el mitjà més barat i més ràpid.

Tot i així, des del seu naixement fins ara la ràdio ha canviat molt, tant des del punt de vista tecnològic i de continguts com pel que fa a la funció que té a la societat. Quan els aparells de ràdio eren de làmpades, ocupaven un lloc central a les

LA COMPANYIA QUE NECESSITEM

Què és la ràdio?

La ràdio és una criatura en un cotxe que fa tard a escola.

La ràdio és un sofregit a la cuina.

La ràdio és la dutxa ràpida del matí.

La ràdio és la cançó que emociona els fills.

La ràdio és el gol per l'escaire de diumenge a la tarda.

La ràdio és un “bona nit” abans d'anar a dormir i un “bon dia” quan ens despertem.

Què faríem sense la ràdio?

LA RÀDIO ÉS UN “BONA NIT” ABANS D'ANAR A DORMIR I UN “BON DIA” QUAN ENS DESPERTEM

Quan tens mals pensaments, la ràdio.

Quan estàs sol, la ràdio.

Quan ets independent, la ràdio.

Quan no pots dormir, la ràdio.

Quan necessites que et parlin, la ràdio.

Quan et trobes malament, la ràdio.

I, evidentment, quan vols informar-te, entretenir-te, escoltar, cantar i, si cal, ballar, la ràdio.

La ràdio ens parla a cau d'orella, ens fa pensar, ens fa indignar i, evidentment, ens fa estimar.

La ràdio és l'emoció que passa d'avis a fills i de fills a nets.



La ràdio, en el fons, és la companyia que necessitem perquè la ràdio és la vida.

I la vida sempre necessita algú que l'acompanyi.

Jordi Basté

Periodista





LA RÀDIO ÉS LLIBERTAT

L'aparició de la televisió va fer tremolar les estructures. Els propietaris de les principals emissores nord-americanes es van reunir en la convenció del pesimismo. Tement pel negoci que tants beneficis els havia donat fins llavors, temien també per un mitjà que havia generat tantes il·lusions com oients acumulava. La imaginació era lliure perquè tot quedava reduït al so. Si una pantalla passava, doncs, a mostrar el contingut fins aleshores ocult, qui es resistiria a observar-lo? I amb el temps, qui podria superar les hores de

EN HAVER APRÈS A SUPERAR ELS ENTREBANCS DE 100 ANYS I TRENCAR LES CADENES, EN ANAR-SE FENT GRAN, LA RÀDIO ES VA FER LLIURE

tafaneria que permetrien conèixer amb detall la vida dels altres? Va ser llavors que Marshall McLuhan, el seu convidat de la resistència, els va etzibar la gran frase: "El mitjà és el missatge". Va ser per primera vegada. Com també molt abans i per primera vegada, les ones havien esdevingut l'esbós de l'encara llunyana globalització.

I així va ser com tots aquells cervells preocupats van tornar a casa entenenent que, si feien les coses bé, estaven salvats i podien protegir la que ja era la banda sonora de milions de vides. Amb el temps, la proliferació i la socialització dels progressius avenços tecnològics els anirien ajudant. I s'aplicaria una nova frase, menys ampul·losa i gens acadèmica, que potenciaria la proximitat i ajudaria a acostar l'actualitat a la immediatesa: "Si hi ha un telèfon a prop d'una notícia, la ràdio la pot transmetre a l'instant".

Han estat necessaris molts decennis per aconseguir que la imatge també es pugui difondre a través d'un petit giny guardat a la butxaca. Però ara aquest també permet accedir a la gran pluralitat radiofònica pel que fa a l'emissió tant en directe com en diferit, amb el nom que se li vulgui donar, amb creacions pròpies i opinions alienes. I seguir intervenint així, tot dialogant amb els periodistes, professionals o discjòqueis de torn. I transmetre les mateixes emocions de sempre, encara que passades pel sedàs del temps i adaptades a les circumstàncies que toquin sense cap problema ni limitació. Amb naturalitat, espontaneïtat i, fins i tot, una certa frivolitat. I és que, en haver après a superar els entrebancs de 100 anys i trencar les progressives cadenes, en anar-se fent gran, la ràdio es va fer lliure. I és aquesta llibertat que s'ha de protegir perquè pugui continuar sent vehicle d'expressió, fins i tot d'aquells que la voldrien limitar.

Josep Cuní

Periodista



cases que es podien permetre tenir-ne un. "Estaven en un altar", recorda Malla.

El creador del programa *Cocodril Club* evoca la seva infantesa. "De petit, la meua mare escoltava el consultori femení i el meu pare buscava programes censurats i els esports", recorda. Còppulo també associa els anys primerencs amb la ràdio. A casa seva estaven subscriptes a la revista *Ondas* i la ràdio sonava tothora. "Quan sortia del col·legi corria per escoltar el començament de *Tambor, tambor, tambor* o *Matilde, Perico y Periquín*, les radionovel·les del moment", explica la periodista.

COM LA SOCIETAT

Durant els anys cinquanta i seixanta i part de la dècada dels setanta, programes de ficció com aquests omplien les graelles de les principals emissores de ràdio, que tenien en nòmina un nombrós equip d'actors i actrius.

Juanita Soms és una de les actrius que va treballar a la ràdio d'aquella època. Es va incorporar a Ràdio Barcelona el 1962 i després va col·laborar a Ràdio Joventut, Radio Nacional de España i Radio Peninsular. Durant una dècada, va combinar les intervencions a la ràdio amb actuacions a la televisió i al teatre. A la ràdio, va participar en radionovel·les d'èxit com *¿Es usted buen detective?* i el seu popular personatge Taxi Key. També va fer de locutora en programes populars com *España para los españoles*, que presentava Matilde Almendros a Radio Nacional des de Barcelona. Soms defineix aquella ràdio com "un viure imaginat" capaç de crear mons fantàstics que enganxaven milions de persones.

"Durant molt de temps, la ràdio va ser l'eix de la comunicació social i pública i ara ja no és així", adverteix Rodríguez. Malla hi coincideix. Amb cinquanta anys de trajectòria al mitjà, aquest locutor recorda amb nostàlgia l'època en què hi havia "professionals amb bones veus i bona dicció, que, a més, ens feien feliços". Cita



El cantautor solsoní Roger Mas durant una transmissió de Solsona FM. Foto: Solsona FM

Josep Maria Bachs, José María Pallardó, Rafael Turia, Constantino Romero, Àngel Casas, Salvador Escamilla i Luis Arribas Castro com a referents “d’una ràdio que ja no existeix”.

Aquest mitjà de comunicació ha evolucionat com ho ha fet la societat. “La ràdio

de quan era petita era molt rica, però també era una ràdio amb veus engolades, poc democràtica i en què les dones tenien un paper molt secundari”, explica Còppulo. D’aquí a uns anys, la memòria individual i col·lectiva dels joves d’ara no serà la mateixa que la de les generacions anteriors. En qualsevol cas, és molt probable que

el record sonor dels continguts que ara consumeixen, sigui en el format que sigui, continuï ocupant un lloc privilegiat en els seus cors. Ç

CONVOAPP

L’agenda de rodes de premsa del camp de Tarragona

www.convoaptgn.com

Descarrega-la aquí



Android



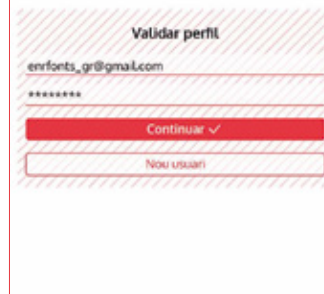
iOS

Més informació a:

Col·legi de Periodistes de Catalunya
Demarcació de Tarragona

Q-5856081-D

secretaria-tarragona@periodistes.cat



Amb el suport de:

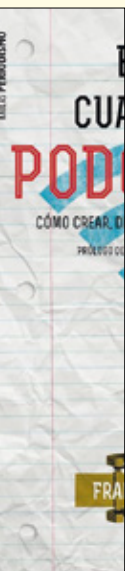
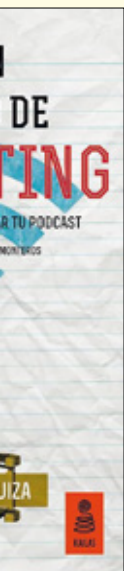


VIATGE ESCRIT AL MÓN DE LA VEU

Guia per a una immersió literària al món de la ràdio

TEXT JOAN PALOMÉS

Hi ha llibres que ens parlen dels orígens de la ràdio, dels seus pioners, i n'hi ha d'altres que també es refereixen a aspectes com el paper fonamental, però invisible, de la dona, de les emissores que van marcar el ritme de la història, del vessant clandestí i insurgent de la ràdio, de la propaganda a les ones, de la necessària reinvençió d'un mitjà tantes vegades bandejat o dels professionals de referència. En aquestes pàgines us oferim un recull de llibres que parlen de la veu, el so i la paraula i que podreu trobar al Centre de Documentació Montserrat Roig del Col·legi de Periodistes.



DONES A LES ONES. LA HISTÒRIA DE LA RÀDIO A CATALUNYA EN LA VEU DE LES DONES.

Elvira Altés
Pagès Editors, 2020.
408 pàgines.

La història de la ràdio a Catalunya des d'una perspectiva de gènere que explica la contribució real de les dones al naixement, la construcció i la consolidació de la ràdio. El llibre està organitzat en ordre cronològic i els capítols esdevenen dècades del segle XX, cosa que permet explicar el context polític i socioeconòmic en què es movien actrius, locutores, secretàries, tècniques, guionistes, editores i periodistes, protagonistes invisibles de l'ahir i l'avui de la ràdio.

RÀDIO BARCELONA. 70 ANYS D'HISTÒRIA (1924-1994).

Rosa Franquet
Col·lecció Vaixells de Paper (Col·legi de Periodistes/Diputació de Barcelona), 1994.
144 pàgines.

La primera emissora regular de ràdio de l'Estat espanyol va ser, el 1924, EAJ-1 Ràdio Barcelona, situada, els primers anys, a la cúpula de l'Hotel Colón i, després, al carrer Casp. El llibre recorre els primers setanta anys de la seva existència. Una exhaustiva aproximació al seu paper en els esdeveniments històrics, a les seves programacions al llarg dels temps –del radioteatre a la radiofórmula, passant pels serials– i a la seva ingent nòmina de professionals.

BARCELONA, CAPITAL DE LA RÀDIO.

Susanna Tavera, Armand Balsebre i Josep Lluís Martín (eds.)
Memorial Democràtic, 2020.
436 pàgines.

Els anys vint i trenta del segle XX van ser dècades tumultuoses farcides de canvis i transformacions. Aquest llibre de Memorial Democràtic se cenyeix a aquesta franja

de temps per mostrar-nos el paper protagonista, neuràlgic, de Ràdio Barcelona, Ràdio Catalana i Ràdio Associació de Catalunya. Altaveus massius i populars dels canvis culturals, econòmics i polítics en els anys compresos entre el 1924 i el 1939.

ONES LLIURES, LLAVOR DE LA RADIODIFUSIÓ A L'HOSPITALET.

Francisco Javier Rodríguez
Néctar Editorial, 2019.
108 pàgines.

La història de Francesc Casbas és també la de la ràdio a l'Hospitalet. Aquest pioner de la ràdio local i del periodisme independent va fundar amb un grup de joves al seu domicili, tot just acabada la dictadura, Ràdio Estel, precursora de Ràdio l'Hospitalet. El llibre narra la trajectòria de la primera emissora local de la ciutat a través d'aquest visionari poc convencional que estimava amb bogeria la ràdio. Cada capítol l'encapçala el títol d'una cançó que ens trasllada a l'època on succeeix la història de Ràdio Estel.

VOCES EN LAS SOMBRAS. UNA HISTORIA DE LAS RADIOS CLANDESTINAS.

Luis Zaragoza
Ediciones Cátedra, 2016.
440 pàgines.

ELS LLIBRES D'ELVIRA ALTÉS O SÍLVIA ESPINOSA S'ENDINSEN EN LA HISTÒRIA DE LA RÀDIO DES D'UNA PERSPECTIVA DE GÈNERE

Un recull de vuitanta anys de guerres civils, revoltes, revolucions i contrarevolucions, dictadures, lluites i resistències amb un fil conductor: la presència de la ràdio i el seu paper en aquests esdeveniments. Des de Radio España Independiente (“La Pirenaica”), escoltada furtivament en el silenci de les llars espanyoles, fins a Radio Sandino, veu de la revolució nica-

ragüència contra Somoza; des de Veú de la Tempesta –més coneguda com a Ràdio Fatah–, contra l'ocupació sionista, fins a Ràdio Solidarnosc, la veu del sindicat polonès. Una història, doncs, de les ràdios clandestines.

DONES DE RÀDIO. LES PRIMERES LOCUTORES DE CATALUNYA.

Sílvia Espinosa
Albertí Editor, 2014.
175 pàgines.

ANTONI BASSAS, LLUÍS URPI O JOSEP MARIA ADELL ENS MOSTREN, A PARTIR DE LA SEVA EXPERIÈNCIA, LA RÀDIO PER DINS

A banda del treball de recerca a les heme-roteques, l'autora aporta més de cinquanta entrevistes a professionals, familiars i experts per rescatar de l'oblit les biografies de les primeres periodistes i locutores que van contribuir a fer de la ràdio un mitjà de masses i de comunicació popular. Maria Cinta Balagué, la primera locutora de ràdio a Catalunya, encapçala la llista i la prolífica Maria Matilde Almendros la conclou. Entremig, una vintena de professionals que formen part de la història de la ràdio d'aquest país.

EL GRAN CUADERNO DE PODCASTING.

Francisco Izuzquiza
Kailas Editorial, 2019.
304 pàgines.

L'autor apel·la a la col·laboració de quaranta reconeguts podcasters per bastir un manual imprescindible per a qui vulgui acostar-se a aquesta activitat en expansió i per als usuaris més avançats, que hi trobaran plantejaments tècnics i especialitzats: quines plataformes són més idònies? Com se'n pot obtenir retorn econòmic? Quin programari cal? Quin pressupost és necessari? Com sorgeixen les idees per elaborar els guions? Quin futur té el pòdcast?

LA MEMÒRIA NECESSÀRIA

Els periodistes, tan amants de l'efímer, tendim a negligir el fet de documentar les nostres pròpies accions. Acostumats a prendre nota del que fan o diuen els altres, i convençuts que la nostra veu és la mitjancera del passat de l'altra gent, ens oblidem que les nostres pròpies accions també formen part de la història. Sens dubte, no es poden entendre els darrers 150 anys sense entendre com han nascut, treballat i crescut tots els mitjans de comunicació de massa. Sense nosaltres i sense els nostres mitjans, la societat actual –per bé o per mal– seria molt

ÉS CLAU QUE PERIODISTES I HISTORIADORS COL·LABOREM PER PRESERVAR AQUEST PATRIMONI AMB REFLEXIONS I ANÀLISIS

diferent del que és, i és per això que recordar i reconstruir els processos que han fet els mitjans i els periodistes del passat és especialment important per entendre'ns a nosaltres mateixos i el que representem.

En el cas del nostre país, això és especialment important. Els mitjans no només són aliats al tarannà d'una nació, sinó que, a més, ajuden a configurar-la perquè en són, al mateix temps, un dels pilars i també un reflex d'allò que és aquella societat. Fixem-nos en algunes dates:

El 1924 neix Ràdio Barcelona, pràcticament un any després del començament de la dictadura de Primo de Rivera, i dos anys després una maniobra oficial comporta que Unió Radio, una corporació emparada pel Govern, comenci a apoderar-se del control de la ràdio. Més tard, el 1930, sorgeix Ràdio As-

sociació, impulsada per dissidents de Ràdio Barcelona, just quan la dictadura ha caigut i l'oposició republicana albira el canvi de règim. Però el 1939 les emissores catalanes són confiscades pel règim, sota l'hegemonia de Radio Nacional de España.

Després s'estén la llarga nit del franquisme amb l'aparició de les ràdios locals, que sovint queden relativament fora del seu control asfixiant o que utilitzen les esclatxes que alguns sectors de l'Església, els més compromesos amb el país, permeten.

Amb la mort del dictador arriba l'eclipsió de les ràdios lliures, el renaixement de RAC o l'aparició de Catalunya Ràdio. I ara, la transformació digital, els pòdcasts fets fora de les emissores convencionals, la convivència entre periodistes i creadors audiovisuals... A través de la ràdio podem explicar el país i és clau que periodistes i historiadors col·laborem per tal de preservar aquest patrimoni, no només en forma de documents sonors, sinó també amb reflexions i anàlisis d'aquest passat del qual som els principals protagonistes.

Enric Calpena

Periodista i historiador



BON DIA. SÓN LES VUIT!

Antoni Bassas
Ediciones Destino, 2018.
352 pàgines.

Una classe magistral de periodisme radiofònic: desvela tècniques, trucs i argücies que Antoni Bassas utilitzava en les seves entrevistes. Durant catorze anys (1995–2008) va llevar els seus oients amb aquell ja mític “Bon dia. Són les vuit!”, des dels micròfons d'*El matí de Catalunya Ràdio*, l'espai més escoltat de la franja matinal. Una crònica de la vida política del país. Un llibre imprescindible per a aquells que estimen la ràdio.

LAS CARTAS DE ELENA FRANCIS. UNA EDUCACIÓN SENTIMENTAL BAJO EL FRANQUISMO.

Armand Balsebre i Rosario Fontova
Ediciones Càtedra, 2018.
512 pàgines.

El consultorio de Elena Francis –un personatge de ficció– va ser un programa radiofònic emès entre el 1950 i el 1984 que va esdevenir un fenomen de masses. Dia rere dia, una locutora responia els neguits exposats en les cartes que les dones enviaven. I els consells s'ajustaven a l'adoctrinament del nacionalcatolicisme imperant. El 2005 es van trobar més d'un milió de cartes en un magatzem abandonat i se'n van poder rescatar més de cent mil. L'estudi se centra en la correspondència –les cartes originals i les respostes– del consultori. Un veritable retrat de la dictadura.

ORÍGENES DE LA RADIO EN ESPAÑA (2 VOL.).

Manuel Fernández Sande
Editorial Fragua, 2005.
712 pàgines.

Aquests dos volums aborden els inicis de la radiodifusió espanyola i, també, la configuració del mercat radiofònic. El primer volum abraça el període comprès entre el 1916 i el 1925, és a dir, quan tenen lloc el descobriment de la ràdio, les primeres emissions, el desenvolupament

del marc jurídic i la primera etapa de Radio Ibérica. D'altra banda, el segon volum comença amb la irrupció d'Unió Radio, mitjançant Ràdio Barcelona, en el mercat espanyol, i la competència que va mantenir amb Radio Ibérica, la rivalitat i l'enemistat entre tots dos fundadors i la posterior compra i desaparició d'aquesta última emissora.

A MICRÒFON TANCAT. UNA VISIÓ PERSONAL DE LA RÀDIO EN CATALÀ.

Lluís Urpí
Pòrtic Edicions, 2012.
224 pàgines.

Quan l'autor va escriure el llibre ja tenia més de vint-i-cinc anys d'experiència a Catalunya Ràdio, temps suficient per oferir-nos les anècdotes més reveladores amb personatges com Mikimoto, Toni Clapés, Ernest Lluch, Jordi Basté, Andreu Buena-fuente, Joaquim Maria Puyal, Montserrat Minobis, Júlia Otero i tants altres. A més, s'hi explica el dia a dia d'una ràdio per dins, com es decideix la primera notícia i les interioritats de l'ofici, tot plegat amb un estil crític i amè.

LA RÀDIO. MITJÀ, RECURSOS I GÈNERES.

Daniel Torras
UOC, 2018.
158 pàgines.

Més que un manual, és un compendi rigorosament destriat de treballs teòrics de diversos autors, una anàlisi acadèmica



sobre la naturalesa de la ràdio i un conjunt de material pràctic, i alhora bàsic i essencial, per a tothom que faci ràdio i que vulgui entendre millor el mitjà. Una guia necessària, doncs, per abordar l'ofici radiofònic. Al final de cada capítol se citen les publicacions de referència dels temes tractats.

LA HISTÒRIA DE FRANCESC CASBAS, UN PIONER DE LA RÀDIO LOCAL, ÉS TAMBÉ LA DE LA RÀDIO A L'HOSPITALET

RÀDIO 4, 40 ANYS EN CATALÀ (1976-2016).

Josep Maria Adell Barbier
Nautilus, 2016.
313 pàgines.

“Una crònica particular i terapèutica de tots els anys de feina i de lluita”, així defineix el llibre el mateix autor. El periodista Josep M. Adell va treballar a l'emissora des de la fundació, el 1976, fins

FRANCISCO IZUZQUIZA OFEREIX UN MANUAL IMPRESCINDIBLE PER ACOSTAR-NOS AL MÓN DELS PÒDCASTS

a la seva jubilació. Aquesta és la història de la primera ràdio pública que va emetre en llengua catalana després de la Guerra Civil. Una història plena d'èxits –sobretot durant la Transició i els primers anys de la democràcia– i, alhora, en pugna constant per la seva supervivència. Ç

Gràcies als col·laboradors que fan possible la publicació d'aquest número de la revista Capçalera



— · COM ENS VEU... SARA PORRAS · —



PRO de PROfessional

A Sabadell Professional som on hi ha els millors PROfessionals

Perquè treballem en PRO dels PROfessionals com tu per oferir-te solucions financeres pensades per als professionals del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Innovem constantment la nostra oferta de productes i serveis per ajudar-te a aconseguir els teus objectius i protegir els teus interessos

I, a més, comptem amb un equip de gestors especialitzats preparats per acompanyar-te i per donar resposta a les teves inquietuds i necessitats financeres.

Podríem omplir aquest anunci amb arguments i ofertes difícils de rebutjar, però preferim començar a treballar. Per això et convidem a contactar amb nosaltres i un gestor t'explicarà amb detall els avantatges que tenim per a tu.

T'estem esperant.



A ASISA sabem com cuidar-te



ASISA SALUD

L'assegurança de salut més completa amb:

- Ampli quadre mèdic
- Gran xarxa hospitalària
- Avançats mitjans de diagnòstic i tractament

ASISA DENTAL

L'assegurança dental més completa amb:

- Més de 50 clíniques ASISA Dental
- Més de 1.700 especialistes de referència
- Avançades tecnologies de diagnòstic i tractament

Amb ASISA LIVE tingues accés a videoconsultes en directe amb especialistes on i quan tu decideixis.



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

asisa.es

asisa+