

L'ESPAI RADIOFÒNIC EN LA SOCIETAT I EL TERRITORI DE CATALUNYA. EL CONCURS DE LES FM

Dolors Comas d'Argemir

Consellera del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i catedràtica d'Antropologia Social de la Universitat Rovira i Virgili

La ràdio és un mitjà de comunicació amb una àmplia difusió i acceptació a Catalunya. L'oferta radiofònica és quantitativament alta i diversificada. La suma de ràdios públiques i privades acumula una audiència que correspon al 56,2 % de la mitjana de la població major de catorze anys i l'any 2006 el sector va moure prop de 120 milions d'euros.¹ Es tracta, doncs, d'un sector dinàmic i amb força incidència en l'espai públic de comunicació.

L'any 2008 va estar marcat per un esdeveniment de força transcendència: el concurs per a la concessió de 83 freqüències d'emissores comercials en freqüència modulada (FM), quasi la meitat del total de freqüències de FM existents per a la ràdio comercial. El concurs era, doncs, una fita important en la configuració del mapa radiofònic de Catalunya. I, efectivament, no passà desapercebut. Una àmplia concurrència d'ofertes (1.288 en total) per a un nombre limitat de freqüències (83) donà lloc a una polèmica important en els mitjans de comunicació quan se'n van conèixer els resultats. El que aquí s'exposa és una crònica dels principals factors que intervingueren en el desenvolupament del concurs i en la polèmica que generà. No es tracta d'uns fets puntuals que s'esgoten en ells mateixos, sinó que són l'expressió de la situació dels mitjans de comunicació, del paper que tenen en l'esfera pública i de la seva implantació en la societat i el territori de Catalunya.

1. Les dades d'audiència són del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (gener-desembre 2008). Les d'activitat econòmica les proporciona el Govern de la Generalitat en l'informe *El sector de la ràdio a Catalunya i la política del Govern*.

L'OFERTA RADIOFÒNICA A CATALUNYA. EL MARC PREVI DEL CONCURS CONCESSIONAL

150

SOCIETAT CATALANA 2009

El sector radiofònic de Catalunya és força complex a causa dels condicionants històrics i de la manca d'una política estable de comunicació. Hi ha emissores públiques i emissores comercials, que conviuen amb ràdios comunitàries o socials (un sector no regulat avui) i amb ràdios que emeten sense títol habilitant competint amb deslleialtat amb les que s'ajusten a la legalitat. L'àmbit d'aquestes emissores és també variable: espanyol, nacional i local. Algunes formen part de poderoses cadenes i altres poden ser petites empreses o agrupacions comunitàries amb circumstàncies molt diverses. Tot plegat forma un sistema amb moltes contradiccions, molt dinàmic, això sí, i força saturat pel que fa a la competència per les audiències i pel mercat publicitari. La manca de mecanismes reguladors estables i la insuficient eficàcia de les actuacions de les administracions han donat lloc a aquest magma en el qual han de conviure situacions tan diferents i en el qual trobem tant l'oportunisme i la manca de responsabilitat d'alguns operadors com la vulnerabilitat i la precarietat d'altres.

L'eix del desenvolupament de la ràdio a Catalunya és la FM, ja que la seva implantació suposa una forta extensió del sector radiofònic.² La inflexió es produeix l'any 1979. Amb anterioritat, les ràdios emetien en ona mitjana (OM), amb concessions antigues que es remuntaven a la Segona República o bé als anys de la dictadura franquista. D'acord amb l'informe 1/2007 del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), titulat *L'oferta radiofònica comercial a Catalunya*,³ els principals vectors dels canvis que s'han produït en els darrers trenta anys són els següents:

- 1) La introducció i extensió de les ràdios municipals, que fins a l'any 1991 emeten sense reconeixement legal. La primera fou l'emissora d'Arenys de Mar, la qual arrenca l'any 1979 i obre el camí a la ràdio pública local, que l'any 2007 compta a Catalunya amb 212 emissores en funcionament.⁴

2. A diferència de les freqüències d'OM, que tenen cobertures molt àmplies i l'adjudicació de les quals és competència de l'Estat, les freqüències de FM tenen cobertures reduïdes, cosa que permet la presència d'una diversitat més gran d'operadors. Paral·lelament, per cobrir territoris àmplis, les emissores han de disposar de diverses freqüències. La competència per a les adjudicacions de les FM correspon a la Generalitat.

3. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2007b).

4. El *Llibre blanc de la ràdio local pública* indica a la pàgina 23 que l'any 2007 hi havia a Catalunya 212 ràdios locals públiques. El nombre d'ajuntaments amb una freqüència concedida és, en canvi, més elevat, ja que és de 256 (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2009).

- 2) L'inici dels processos d'adjudicació d'emissores comercials de FM, en què per primera vegada intervé la Generalitat de Catalunya, que és qui convoca i resol els concursos per a l'adjudicació de les freqüències que s'inclouen en els plans tècnics aprovats pel Govern de l'Estat. El primer és de l'any 1979 i el segueixen els del 1989, 1998 i 2006. Aquest darrer Pla Tècnic planifica les freqüències que són objecte del concurs convocat l'any 2007 i que es resol el 2008. Es tracta, doncs, del quart procés d'adjudicació, i per primera vegada a Espanya, no és un govern qui el du a terme, sinó una autoritat reguladora independent, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.⁵ El nombre de freqüències que surten a concurs és de 83, que s'afegeixen a les 95 que ja havien estat adjudicades en concursos anteriors.
- 3) El naixement i desenvolupament, a partir del 1983-1984, d'un nou sector públic nacional, les emissores de la Generalitat, que compten amb quatre programes: Catalunya Ràdio, Catalunya Música, Catalunya Informació i iCat fm (substituint Catalunya Cultura). El nombre de freqüències que ocupen és força elevat (216), però moltes són d'escassa rellevància comercial i el que permeten és que la ràdio pública nacional arribi a la pràctica totalitat del territori català. A mitjan anys noranta neix COMRàdio, a partir de la constitució del Consorci de Comunicació Local, que utilitza 22 freqüències i suposa una nova expansió de la ràdio pública local.⁶ Fins al 1983 el sector públic només estava representat per Ràdio Nacional d'Espanya (RNE). Les emissores de l'Estat utilitzen 85 freqüències (75 de FM i 9 d'OM) i emeten cinc programes: Radio 1, Radio Clásica, Radio 3, Ràdio 4 i Radio 5 Todo Noticias. Ràdio 4 emet exclusivament a Catalunya i ho fa totalment en català.
- 4) L'estabilització de l'OM. Des de l'any 1978 no n'ha augmentat el nombre de freqüències: 10 emissores públiques (9 de RNE i 1 de COMRàdio) i 12 de privades.

5. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) és un organisme regulador del sistema audiovisual i com a tal realitza tasques de supervisió i control sobre les ràdios i les televisions que són competència de la Generalitat de Catalunya (les d'àmbit autonòmic i local). Fou creat per la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Una llei posterior, la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya amplia les competències del CAC i la seva capacitat sancionadora.

6. COMRàdio és una ràdio de gestió municipal de l'Ajuntament de Barcelona. També és una marca que identifica els continguts radiofònics produïts pel Consorci de Comunicació Local. El Consorci agrupa nombrosos ajuntaments que emeten els programes de la marca COMRàdio en les seves emissores municipals; en trien uns quants que integren en la programació. Concretament, el producte COM s'emeta a través de 22 freqüències de FM i 114 emissores consorciades. També disposa d'una freqüència en OM.

- 5) La incertesa en el desenvolupament del *digital audio broadcasting* (DAB), la ràdio digital, planificada fonamentalment per al sector privat. La poca disponibilitat de receptors i les dificultats tècniques i econòmiques de la nova xarxa n'han frenat el procés d'implantació.
- 6) L'existència de ràdios en funcionament que no s'han regulat. Es calcula que n'hi ha unes 150 i se'n poden distingir dos grups. Hi ha, per una banda, les emissores sense ànim de lucre o del tercer sector social (associatives, educatives, institucionals, lliures, comunitàries, de la immigració, religioses). La Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya les reconeix, però no s'ha desplegat la regulació corresponent i es troben en una situació al·legal que les fa vulnerables. Per una altra banda, hi ha les ràdios pirates. Són ràdios comercials que no tenen títol habilitant. L'Associació Catalana de Radiodifusió Privada ha fet diverses actuacions per denunciar aquesta situació, que perjudica objectivament les emissores que sí en tenen.
- 7) La creixent difusió de la ràdio per Internet, de manera exclusiva o complementària a les emissores que emeten en OM o en FM. L'Observatori de la Ràdio a Catalunya calcula que el 2007 es podia accedir a 295 ràdios per Internet. En aquest mitjà es pot escoltar la ràdio directament o fent una tria a la carta del que es vol. També són possibles les descàrregues, els fòrums, els xats o els blocs.

El desenvolupament i l'expansió de la ràdio s'ha concentrat, doncs, en la FM. El creixement més significatiu en termes quantitius ha estat el de les freqüències per a emissores públiques institucionals, que engloben les emissores de l'Estat, les emissores de la Generalitat, COMRàdio i les ràdios municipals.

Les ràdios privades han tingut un creixement més limitat, en termes de lògica de mercat i a partir dels processos d'adjudicació que havien posat a disposició 95 freqüències per a la seva explotació comercial. L'anomenat Pla Pilot suposà un notable increment per la via dels fets del nombre de freqüències explotades per les ràdios comercials. Bona part de l'enrenou provocat per la resolució del darrer concurs no s'entendria sense l'existència d'aquest factor.

El Pla Pilot el va posar en marxa el Govern de la Generalitat el bienni 2001-2002 i s'oficialitzà a partir del conveni signat el 14 de novembre de l'any 2003 entre la Generalitat de Catalunya i l'Associació Catalana de Radiodifusió Privada. La finalitat era propiciar una modificació del Pla Tècnic Nacional a partir de demostrar que era possible ampliar el nombre de freqüències disponibles i la cobertura de la FM en el territori català. Les freqüències que inclogué el conveni es van distribuir entre les empreses emissores, en quantitats varia-

bles. Aquestes assignacions de freqüències, que no van seguir un procediment de concurs públic, no atorgaven cap dret permanent als qui les explotaven. La major part de les freqüències del Pla Pilot són les que foren convocades per a la seva adjudicació en el darrer concurs. Eren freqüències de nova planificació, però estaven ocupades i emetien des de feia cinc o sis anys. Aquests són els fets. Més endavant en fem la valoració, relacionant-ho tot amb els esdeveniments associats al concurs.

RADIOGRAFIA DE LES EMPRESES DE RÀDIO COMERCIAL

Les empreses de ràdio del sector privat són de diferent dimensió i abast en la cobertura del mercat. La majoria són d'implantació espanyola, amb grups de comunicació significatius com PRISA,⁷ COPE,⁸ Planeta,⁹ Vocento,¹⁰ Unidad Editorial,¹¹ Zeta, Intereconomía i Radio Blanca. Algunes de les societats que els integren poden tenir seu a Catalunya. Unes altres empreses són d'àmbit català (Godó,¹² TeleTaxi,¹³ Flaix¹⁴ i Estel¹⁵) i hi ha un tercer grup de freqüències, el més reduït, explotat per grups o empreses de caràcter supracomarcal o local (Gum FM, Segre Ràdio, Imagina Ràdio, Ràdio Marina, Ràdio Vic, Ràdio Aran).

Les diferències en magnitud i potència econòmica entre les empreses de ràdio són considerables i estan relacionades amb la dimensió del mercat de la comunicació en què intervenen. L'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*, elaborat pel CAC, presenta dades molt interessants sobre les dimensions empresarials, basades en una mostra de trenta-cinc societats, que reproduïm en la taula 1. Val la pena fixar-se, sobretot, en els ingressos d'explotació i el nombre de treballadors de les diferents empreses.

7. Pel que fa a l'explotació de la ràdio comercial, el grup PRISA està format per diverses societats, com ara Sociedad Española de Radiodifusión, SA; Antena 3 de Radio, SA; Radio España de Barcelona, SA; Ona Catalana, SA; Ondas, SA, i Avante Radio, SA.

8. Del grup COPE en formen part Radio Popular, SA, Cadena de Ondas Populares Españolas; Radio 13 de Catalunya, SAU, i Editorial Catalana de Televisión y Radio, SA.

9. En el grup Planeta s'inclouen societats com Uniprex, SAU; Unión Ibérica de Radio, SA, i RKOR Ràdio, SLU.

10. A Catalunya, Vocento està representat per les societats Onda Rambla Radio, SL, i Onda Ramblas, SA, participades per Luis del Olmo Marote.

11. El grup espanyol Recoletos ha estat adquirit pel grup italià RCS MediaGroup a través de la seva filial espanyola Unidad Editorial, SA.

12. En el grup Godó s'inclou la societat que explota les ràdios Radiocat XXI, SLU.

13. El grup TeleTaxi és de Justo Molinero i està format per dues societats, Radio TeleTaxi FM de Radiodifusión, SA, i RM Radio, SA.

14. El grup Flaix està constituït per diverses persones físiques i jurídiques. Es va presentar al concurs des de la societat Sistema Català de Radiodifusió, SL.

15. El grup Estel està format per les societats Ens de Comunicacions, SL, i Fundació Missatge Humà i Cristià.

TAULA 1. Dades i indicadors comptables bàsics (en euros) de les empreses de ràdio comercial. Període 2006-2007

	<i>Grup (al qual pertany o està vinculada)</i>	<i>Any</i>	<i>Ingressos d'explotació</i>	<i>Actiu</i>	<i>Fons propis</i>	<i>Ocupats</i>	<i>Despeses de personal</i>
Cobertura nacional							
Ens de Comunicacions, SL	Estel	2007	64.413	73.703	66.066	n. d.	15.920
Flaix FM, SA	Flaix	2006	657.520	386.989	9.358	11	171.056
Grup Flaix	Flaix	2007	2.459.782	12.985.002	3.330.990	27	1.080.103
Ràdio El Masnou – Maresme, SAU	Godó	2006	187.713	416.549	386.489	0	0
Ràdio Flaixbac, SA	Flaix	2006	495.938	466.412	42.931	11	325.838
Ràdio i Televisió Sant Celoni, SLU	Godó	2007	30.810	143.692	139.211	0	0
Radio TeleTaxi FM de Radiodifusión, SA	TeleTaxi	2007	3.804.150	3.400.306	1.858.123	21	1.049.144
Radiocast XXI, SLU	Godó	2007	8.924.455	3.448.881	-307.672	90	2.969.431
RM Radio, SA	TeleTaxi	2007	2.545.605	2.274.461	1.849.826	11	517.787
Cadena espanyola (empreses amb seu a Madrid)							
Antena 3 de Radio, SA	PRISA	2006	30.619.000	46.644.000	25.799.000	106	3.625.000
Avante Radio, SA	PRISA	2006	22.000	934.000	925.000	0	0
Radio Popular, SA, Cadena de Ondas Populares Españolas	COPE	2006	98.370.141	85.877.733	60.519.981	846	36.621.785
Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SAU	PRISA	2007	11.720	155.603	152.588	0	0
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	PRISA	2007	249.624.000	205.017.000	58.691.000	891	51.309.000
Uniprex, SAU	Planeta	2007	102.275.000	121.701.000	62.793.000	612	23.483.000
Zeta Rock and Gol, SL	Zeta	2006	1.185.984	3.145.697	2.546.354	0	0
Cadena espanyola (empreses amb seu a Catalunya)							
Bergadana de Ràdio i Televisió, SLU	PRISA	2006	58.890	108.000	-250.905	n. d.	406
Club de Ràdio Terrassa, SA	Radio Blanca	2007	776.071	1.993.403	1.722.875	8	505.330
Editorial Catalana de Televisió y Radio, SA	COPE	2007	54.091	454.715	357.239	0	0
Gironina de Ràdio, SAU	PRISA	2006	153.380	183.864	-1.211.635	5	116.110
Ona Catalana, SA	PRISA	2006	2.240.000	6.810.000	-11.517.000	52	1.519.000
Onda Rambla Radio, SL	Vocento	2007	91.956	1.719.922	1.665.863	0	0
Onda Ramblas, SA	Vocento	2007	6.068.841	6.698.420	4.984.105	51	1.883.466
Ondas, SAU	PRISA	2006	27.000	348.000	211.000	0	0
Radio 13 de Catalunya, SAU	COPE	2007	1.811.791	3.754.524	2.699.939	22	849.724
Radio Club 25, SA	Radio Blanca	2006	2.639.836	2.172.129	843.265	36	944.585
Ràdio Costa Brava, SAU	PRISA	2006	33.195	113.611	-97.476	0	0
Radio España de Barcelona, SA	PRISA	2007	3.754.000	2.927.000	1.804.000	25	1.320.000
Ràdio La Cerdanya, SAU	PRISA	2006	70.767	117.506	18.374	2	40.435
Ràdio Salut, SA	Unidad Editorial	2006	1.601.929	1.015.516	745.007	17	525.168
RKOR Ràdio, SLU	Planeta	2006	910.000	1.704.000	1.241.000	0	0
Cobertura local, comarcal o supracomarcal							
Aranesa de Ràdio i Televisió, SAU	Independent	2006	42.600	86.262	84.552	0	0
Ràdio Ciutat de Manresa, SL	Ràdio i Televisió de Manresa	2006	133.812	459.863	246.488	n. d.	196
Ràdio Marina, SA	Independent	2007	567.683	536.304	480.252	9	269.873
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Segre	2006	625.520	417.926	295.903	15	447.833

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2009).

En termes generals, les empreses de dimensió més gran formen part de cadenes de ràdio espanyoles i que tenen la seu a Madrid. Per sobre de totes les altres empreses destaca la SER (Sociedad Española de Radiodifusión, SA), del grup PRISA, que té uns ingressos d'exploració anuals de 249,6 milions d'euros i una plantilla de 891 treballadors. La segueixen a força distància Uniprex, SAU, del grup Planeta, amb uns ingressos d'exploració de 102 milions d'euros i 612 treballadors, i Radio Popular, SA, del grup COPE, que s'acosta als 100 milions d'euros anuals d'ingressos i té 846 treballadors. Antena 3 de Radio, SA (també del grup PRISA), compta amb 30 milions en ingressos d'exploració i 106 treballadors. Les empreses d'àmbit espanyol que tenen la seu a Catalunya estan molt per sota en dimensions respecte de les anteriors, ja que no n'hi ha cap que superi els 5 milions d'euros d'ingressos d'exploració, excepte Onda Ramblas, SA, que arriba als 6,1 milions d'euros d'ingressos i té 51 treballadors.

Les ràdios de cobertura nacional catalana tenen en Radiocat XXI, del grup Godó, l'empresa amb més ingressos d'exploració anuals, que s'eleva a 8,9 milions d'euros, amb 90 treballadors. La segueixen Radio TeleTaxi i RM Radio, SA, pertanyents a un mateix grup, amb 3,8 milions i 2,5 milions d'euros en ingressos d'exploració i 21 i 11 treballadors, respectivament.

Les dimensions reduïdes del mercat que tenen les empreses de cobertura local, comarcal o supracomarcal es tradueixen en ingressos que en cap cas no superen el milió d'euros anuals i en plantilles que no arriben als 30 treballadors. En la mostra analitzada, el grup Segre se situa en primer lloc, amb uns ingressos d'exploració de 0,6 milions d'euros i 15 treballadors.

Es tracta en tots els casos d'empreses sanejades, amb un nivell baix d'endeutament i una liquiditat elevada. Si es té en compte, d'altra banda, la proporció existent entre els ingressos d'exploració i el nombre de treballadors, es constata, lògicament, que a les empreses de ràdio de menor dimensió, com són les de caràcter local, hi tenen un pes relatiu més gran les despeses de personal. Entre les grans empreses destaca la situació de la COPE, per tenir la proporció més desfavorable entre nombre de treballadors i ingressos. COPE compta amb 846 treballadors, mentre que Planeta, amb uns ingressos d'exploració equivalents, en té 612.

En la taula 2 es mostra que la rendibilitat econòmica (expressada en termes de rotació dels actius) i els resultats de l'exploració (percentatge de beneficis sobre la xifra de negoci) tenen els valors més elevats entre les cadenes espanyoles que tenen la seu a Madrid i, també, entre les empreses de cobertura local, comarcal o supracomarcal, és a dir, entre les empreses de dimensions més grans i les empreses de dimensions més reduïdes. Aquesta és una dada

TAULA 2. Indicadors de rendibilitat econòmica i resultats de l'explotació

Àmbit de les empreses	Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació / actiu)		Beneficis sobre xifra de negoci	
	2006	2007	2006	2007
Cobertura nacional	0,71	0,81	-9,6	-3,7
Cadena espanyola (empreses amb seu a Madrid)	1,00	1,04	19,4	20,4
Cadena espanyola (empreses amb seu a Catalunya)	0,57	0,67	-33,9	-4,7
Cobertura local, comarcal o supracomarcal	0,94	0,91	17,8	6,7

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2009).

156 interessant que destaca l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*, i hi observarem que els mercats de dimensió reduïda no impedeixen o dificulten la viabilitat econòmica de les empreses de ràdio.

Una de les tendències que volem destacar dels darrers anys ha estat la concentració creixent, i una de les expressions n'és la integració en cadenes. Com a conseqüència d'aquest procés, a Catalunya el percentatge d'emissores vinculades a cadenes ha passat del 83 % l'any 1998 al 95 % l'any 2002 (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2007b, p. 39), de manera que les emissores privades independents que resten (7 en total) passen a ser pràcticament testimonials i tenen un abast local (4) o supracomarcal (3). Aquesta tendència està acompanyada per una altra forma de concentració: la integració empresarial en grups multimèdia basats en la convergència entre mitjans de comunicació, telecomunicacions i indústries. És un procés comú tant a les empreses d'àmbit espanyol com a les d'àmbit català, que comença a desenvolupar-se a una escala més reduïda, la supracomarcal i, fins i tot, la local.

La integració en cadenes i la formació de grups empresarials forts han estat acompanyades per la penetració de grups espanyols en el mercat radiofònic de Catalunya i l'afebliment consegüent del sector privat autòcton. En aquest context, l'increment del nombre de freqüències, bàsicament per la via del Pla Pilot, va suposar una certa expansió de les cadenes privades d'àmbit català.

El Govern de la Generalitat va fer dos intents de potenciar cadenes privades catalanes, tots dos fallits, ja que s'acabaren integrant en grups espanyols. La primera iniciativa, que prové de l'any 1983, fou Cadena 13, que passà majoritàriament a mans de la COPE, que la va comprar l'any 1993. El segon intent fou el d'Ona Catalana, que es va crear per participar en el procés concessional de l'any 1998, inicià les seves emissions regulars l'any 2000 i fou venuda a la

cadena SER, que més endavant la va fusionar. Aquesta venda es materialitzà l'any 2006.

A més de Cadena 13 i d'Ona Catalana, hi ha altres casos d'integració en cadenes espanyoles. La ruptura de l'acord entre Onda Cero i Onda Rambla va comportar que aquesta darrera passés a una nova cadena espanyola (Punto Radio) del grup Vocento. Planeta i Zeta són exemples de concentració basats en grups multimèdia. L'entrada de cadenes com Radio Marca o Intereconomía a través de concessionaris autòctons és una altra expressió d'aquesta tendència. El cas més recent és el de Club de Ràdio Terrassa, una emissora amb forta tradició local creada l'any 1932, el capital majoritari de la qual va passar a mans, l'any 2006, del grup Radio Blanca, especialitzat en música (KissFM).

157

EL CONCURS D'ADJUDICACIÓ DESPERTA FORTES EXPECTATIVES

El marc regulador vigent genera una situació paradoxal que explica moltes de les actituds i pràctiques dels actors que participen en el sistema de radiodifusió. Es tracta de la contradicció entre un disseny legal basat en la idea que totes les ràdios són un servei públic i la «realitat» d'un sector privat que respon a una lògica purament comercial.

Es considera, doncs, que l'explotació de freqüències per emetre ràdio comercial suposa fer ús de les ones radioelèctriques, que són de domini públic, i, d'acord amb la legislació vigent en matèria de contractes, cal adjudicar-les mitjançant un concurs públic. El concurs fou convocat pel CAC, un cop aprovat el Pla Tècnic Nacional del Govern de l'Estat, que va planificar un total de 105 freqüències disponibles, 22 de les quals es van reservar per al sistema públic local.¹⁶ Així, doncs, es van destinar 83 freqüències per a les ràdios comercials, que són les que van ser objecte de la convocatòria.

Les concessions tenen un doble valor: econòmic i d'accés a l'esfera pública. Aquestes 83 freqüències, distribuïdes per tot Catalunya, tenien un valor secundari en termes de mercat, ja que no n'hi havia cap a Barcelona i molt poques a l'àrea metropolitana, però suposaven una possible ampliació i consolidació de les emissores existents i, també, la possible penetració de nous actors

16. Els plans tècnics estableixen que els governs autonòmics puguin reservar part de les freqüències planificades per a la prestació del servei públic de radiodifusió local. A partir d'aquesta possibilitat, el Govern de Catalunya reservà 22 freqüències per a l'ampliació de la xarxa pública local.

en el panorama radiofònic català. A més, hi havia la consciència que difícilment hi hauria a mitjà termini un altre concurs amb un nombre tan elevat de freqüències disponibles. Tot plegat féu que les empreses emissores tinguessin un alt interès a participar-hi i obtenir-ne alguna adjudicació. Tant és així que es van presentar 1.288 propostes per accedir a les 83 freqüències convocades; se'n van valorar 1.279, ja que algunes van quedar-ne excloses, i van ser 74 les empreses que van participar en aquest procediment competitiu. S'hi van presentar les que s'integraren en el Pla Pilot, amb l'aspiració d'obtenir l'adjudicació de les freqüències que ocupaven i d'incrementar-les. I s'hi van presentar també moltes altres empreses. La magnitud de les xifres és ben indicadora de les expectatives que va despertar el concurs. La tensió latent mentre es desenvolupava el procés es va traduir en el silenci dels licitadors dins de l'àmbit públic, que no és incompatible amb el fet que s'anessin interessant pel desenvolupament i el compliment dels terminis. La trobada d'un micròfon ocult a la sala de plens del CAC suposà arribar a actuacions extremes per part de qui va fer les escoltes il·legals i fou una mostra més de la tensió latent i dels forts interessos que es jugaven en aquesta adjudicació.

El concurs es va desenvolupar d'acord amb totes les normes que ha de seguir l'Administració pública en un procediment com aquest: publicació del plec de clàusules, amb especificació dels criteris de valoració i ponderació atribuïda; treballs de la mesa de contractació; valoració tècnica de les ofertes, i decisió de l'adjudicació per part de l'òrgan de contractació corresponent, que tingué lloc el 7 de novembre del 2008, dia en què es féu pública. Cal dir que el procediment, tal com està regulat, i tal com es va seguir, està basat en la transparència, la publicitat i la competitivitat. Transparència perquè els criteris de valoració que es van aplicar són els definits en el plec de clàusules, sense marges per a l'arbitrarietat. Publicitat perquè tot el procediment es va fer públic i es van seguir les tramitacions corresponents en temps i forma. I competitivitat perquè per guanyar adjudicacions no n'hi havia prou amb presentar un bon projecte: calia quedar en el primer lloc de cada freqüència per a la qual es concursava. Era una mena d'examen amb limitació de places: una tan sols per a cadascuna de les freqüències convocades.¹⁷

Quan es van fer públics els resultats, hi hagué tota mena de reaccions. La satisfacció dels qui havien obtingut noves freqüències va quedar en tot cas minimitzada per la forta crispació amb què van reaccionar els qui no es van

17. Tant el plec de clàusules com els resultats del concurs per a l'adjudicació d'emissores de ràdio en freqüència modulada poden consultar-se en el web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya <www.cac.cat>.

veure afavorits per l'adjudicació, que s'expressaven a través dels seus mitjans de comunicació. A més, es van fer arribar tota mena d'amenaçes i insults als consellers i conselleres del CAC i també als seus treballadors i treballadores. La seu del CAC va ser atacada. Una manifestació, convocada per Ciutadans, va expressar la disconformitat pel fet que determinades emissores (COPE, especialment) no haguessin resultat guanyadores.

EL PLA PILOT, NOVAMENT

Moltes de les valoracions discrepant que es van fer del concurs van estar contaminades per l'existència del Pla Pilot i el supòsit que les freqüències que ocupaven les emissores que s'hi integraven eren «seves» i, per tant, el concurs només havia de validar aquesta ocupació. Un supòsit que no es correspon en absolut amb el fet que es tractava d'un ús temporal i provisional i que de cap manera el fet d'haver-les ocupat atorgava cap dret ni cap expectativa de dret.

Les freqüències integrades en el Pla Pilot, que tenen caràcter de prova tècnica, i són transitòries per definició, van emanar de la iniciativa del Govern de la Generalitat i es van distribuir per a l'explotació comercial mitjançant un procediment opac, sense concurrència d'ofertes ni empara legal. Efectivament, el 14 de novembre de l'any 2003 el Govern de la Generalitat (concretament la Secretaria de Comunicació del Departament de la Presidència) signa un conveni amb l'Associació Catalana de Radiodifusió Privada per tal de posar en marxa l'ús d'unes freqüències noves i analitzar-ne el comportament en qualitat de proves pilot. El conveni estableix que l'explotació d'aquestes freqüències la facin aquelles emissores proposades per l'Associació i que comptin amb el vistiplau (una figura ben estranya i difícilment comprensible) del Departament de la Presidència. No hi va haver concurrència, ni publicitat ni valoració, sinó un repartiment fet per les mateixes empreses des de l'entitat que les agrupava i que exclouia aquelles que no en formaven part: un procediment inèdit en el marc jurídic espanyol i fora de qualsevol cobertura legal.

Per què el Govern de la Generalitat, llavors de Convergència i Unió, va optar per aquest procediment tan irregular i per què ho va fer mitjançant un conveni signat tan sols dos dies abans de les eleccions autonòmiques, just el divendres abans, l'últim dia hàbil abans de les eleccions? Tanta pressa hi havia? Què motivava deixar-ho ja tot lligat i distribuït al gust de les mateixes empreses amb interessos directes en el negoci de la radiodifusió? No discuteixo la

legitimitat que el Govern posés en marxa les proves pilot, però per què no es van distribuir les freqüències de manera pública i transparent, com estableix la Llei? Llanço les preguntes, perquè crec que són pertinents; però no vull contestar-les, perquè les respostes ja serien judicis d'intencions. Però sí cal dir que la manera d'abordar la realització del Pla Pilot per part del Govern de la Generalitat fou objecte de fortes crítiques al Parlament de Catalunya per part dels grups de l'oposició, en el que serien els últims episodis de la legislatura i d'un Govern que havia durat vint-i-tres anys. Per cert, va haver-hi crítica política però no crítica mediàtica. No deixa de ser paradoxal (i significatiu) que un procediment tan excepcional i irregular com el que es va seguir no tingués pràcticament impacte en els mitjans i, en canvi, sí l'hagi tingut un procediment reglat, convocat amb tots els requisits d'un concurs públic i que es regeix per la normativa de l'audiovisual i de la contractació.

El CAC no podia limitar-se en la resolució del concurs a donar cobertura legal al repartiment del 2003. Hauria estat falsejar el concurs, evidentment. En una compareixença al Parlament de Catalunya, l'aleshores president del CAC, Josep Maria Carbonell, va dir amb tota claredat: «Fer això hauria estat el mateix que reconèixer que les empreses presents en el negoci de la radiodifusió i agrupades entorn d'un determinat càrtel —i aquí utilitzo l'expressió en el sentit que li dóna el dret de la competència— tenien dret a repartir-se entre elles les noves freqüències sense pràcticament cap mena de control administratiu, de forma aliena a qualsevol paràmetre legal i sense la prèvia valoració i aplicació dels principis propis de la regulació dels mitjans de comunicació en una democràcia».¹⁸

El cas és que amb l'ocupació de les freqüències pilot les emissores no adquirien cap dret, i el mateix conveni així ho especifica: «La participació d'una empresa emissora en la prova pilot no li atorgarà cap mena de dret en el concurs que es convoqui per atorgar les concessions de les freqüències objecte de la prova» (punt 6.2 del conveni). Malgrat això, que és ben clar i terminant, les empreses que van participar en el Pla Pilot tenien el convenciment que el concurs no faria més que ratificar l'ús que ja feien de les freqüències, com van proclamar alguns després de conèixer les adjudicacions. Insisteixo que aquesta suposició no tenia cap fonament legal, ja que les freqüències del Pla Pilot no havien estat atorgades legalment a ningú. I una prova ben evident és que calia participar en un concurs públic per a la seva adjudicació. I que les empreses hi van participar. I que no sols van optar per les freqüències que cadascuna

18. «Sessió núm. 25. Comissió de Política Cultural», *Diari de Sessions del Parlament de Catalunya* (19 novembre 2008), p. 5.

ocupava en les proves pilot, sinó també per altres que ocupaven altres emissores, i que, per tant, no tenien cap inconvenient a prendre'ls-les.

En resum, el concurs es va fer amb tots els requisits d'un procediment administratiu d'aquesta naturalesa. Ara bé, el cert és que l'existència de les proves pilot i el fet que s'haguessin d'adjudicar freqüències que s'estaven utilitzant van condicionar el concurs, però, tal com va indicar el president del CAC al Parlament, no el van condicionar ni des del punt de vista de la definició dels criteris d'adjudicació ni a l'hora de valorar les diferents propostes presentades. El van condicionar en el moment en què, per part de tercers, se'n van valorar els resultats.

LES VALORACIONS POSTERIORS DEL CONCURS: ENTRE LES RAONS LÒGIQUES I LES PARADOXES

161

Els dies posteriors a la resolució del concurs van estar marcats per una forta crítica dels resultats, que ocupà pàgines i pàgines de diaris i també informacions, debats i tertúlies en ràdios i en televisions. Algunes de les reaccions són força lògiques; d'altres, he de dir, causen perplexitat si es coneixen totes les dimensions que van intervenir en el concurs.

És lògic que hi hagués descontents. Tants, almenys, com empreses que no van aconseguir adjudicacions o no tantes com es pensaven. Recordem la proporció: 1.279 propostes per a 83 freqüències; 1.196 propostes, doncs, perdedores. La particularitat respecte d'altres concursos organitzats per l'Administració és que, en aquest cas, els qui hi participaven tenen mitjans de comunicació i els van fer servir com a altaveu per expressar les seves discrepàncies i descontentament. En aquesta situació no es troben les empreses constructores o les de serveis, per exemple, que de la mateixa manera poden quedar descontentes en processos similars. Diaris, ràdios i televisions, doncs, es feren ressò del concurs. I van explicar les coses des de la seva percepció, sovint condicionada pel fet d'estar directament implicats en el procés. I el que he pogut observar és que, en les informacions i interpretacions fetes per alguns mitjans de comunicació, hi hagué inexactituds i també tergiversacions, veritats a mitges i absències importants.

La primera paradoxa és la insistència amb què es va dir que el CAC havia «retirat concessions o llicències», quan el que es feia era adjudicar-ne de noves a partir d'un concurs. És un argument que es va esgrimir per a diversos casos, però sobretot per al cas de la COPE. Es va insistir una vegada i una altra, des dels mitjans, que la COPE deixaria de tenir veu a Lleida i a Girona i es va

qualificar com un atemptat contra la llibertat d'expressió. Aquest argument estava acompanyat, a més, per consideracions ideologicopolítiques, esgrimides per alguns mitjans espanyols i també per alguns polítics, basades en una suposada persecució sistemàtica que hi havia a Catalunya contra l'emissora de la Conferència Episcopal.¹⁹

Enfront d'aquests arguments, cal assenyalar, un cop més, que en el concurs no es va retirar cap concessió a ningú. No es podia fer perquè s'atorgaven unes freqüències de nova planificació, que havien format part del Pla Pilot, això sí, però que no s'havien atribuït legalment a ningú. D'altra banda, a Girona la COPE té, i continua tenint, en règim de concessió una ràdio generalista, mentre que la que ocupava en el Pla Pilot i no va guanyar en el concurs era l'emissora musical Cadena 100. No es quedava, doncs, «sense veu», sinó sense música, en tot cas. A Lleida, en canvi, la situació és la inversa, cosa que no impedeix, si l'empresa ho considera oportú, convertir l'actual emissora musical en una de generalista.²⁰ La suposada persecució tampoc no està sustentada. Per guanyar adjudicacions calia quedar en primer lloc, i altres emissores van passar davant de la COPE en la puntuació obtinguda. És evident que no es podia alterar aquesta circumstància. Cal partir que no és això el que es pretenia... I, finalment, com una mostra que el CAC actua d'acord amb els paràmetres legals i no per fílies o fòbies, resulta que, pocs mesos abans de la resolució del concurs (maig del 2008), el CAC havia renovat quatre concessions de la COPE a Catalunya, dues a Barcelona (100.0 i 102.0), una a Manresa (92.7) i una a Tarragona (93.5).²¹ És ben significatiu que aquest fet fos silenciats pels qui acusaven el CAC de persecució contra la COPE. Un silenci interessat, per cert, perquè aquestes renovacions de concessions invaliden immediatament la teoria de la persecució.

La segona paradoxa també està relacionada amb la indignació d'alguns licitadors per «perdre» l'emissora que havien ocupat en el Pla Pilot, quan els qui es queixen per aquest motiu no sols van presentar-se per a les freqüències que utilitzaven del Pla Pilot sinó també per a moltes altres. Per tant, no volien perdre les que consideraven pròpies, però sí que els altres perdessin les seves i quedar-se-les ells. Una veritable exhibició de fariseisme empresarial, que ja hem estat comentant, és el cas de la COPE: no sols es va presentar a les freqüències que utilitzava a Lleida i a Girona sinó que també ho va fer a trenta més. I empreses licitadores lligades a grups que han fet bandera de la defensa de

19. Els correus electrònics i trucades de queixa que van arribar al CAC en aquest sentit acusaven els consellers de «lliberticides», «feixistes» i «contraris a la llibertat d'expressió».

20. El canvi de tipologia d'emissora suposa, en tot cas, un canvi en les condicions del contracte de l'adjudicació que el CAC hauria d'autoritzar.

21. Acords 66/2008, 67/2008, 68/2008 i 69/2008, de 13 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

la COPE es van presentar competint amb aquesta emissora per unes mateixes freqüències. Què haurien dit si n'haguessin guanyat alguna? Paradoxal. I així succeeix amb molts altres casos. Onda Ramblas, per exemple, va presentar ofertes per a 33 freqüències que no ocupava en el Pla Pilot, a més de 2 que sí ocupava. La SER va presentar-se per a 25 freqüències que no ocupava en el Pla Pilot. Flaix, a 20 en les mateixes circumstàncies. I així podríem anar enumerant casos i més casos. El concurs era un procés competitiu i és totalment legítim que les empreses es presentessin a tantes opcions com aspiraven a guanyar. Però el que és contradictori és jugar una mateixa partida amb dos jocs de cartes: el de conservar les freqüències utilitzades i el d'arrabassar les utilitzades per altres.

La tercera paradoxa és que ningú no esmenta l'existència d'un plec de clàusules. Ningú. Com si no tingués importància, quan la té tota. Sí que se'n fa esment en les valoracions posteriors, però de manera molt secundària, i segur que és un element essencial en els recursos que es presentaran contra la resolució del CAC. Però no apareix en les valoracions inicials. El fet que les puntuacions atorgades siguin ajustades o no a les propostes presentades no esdevé un factor rellevant en el debat públic. Aquest es concentrava en quins havien guanyat i quins no, en si eren empreses grans o petites, en si s'havia afavorit emissores catòliques o s'havia deixat d'afavorir d'altres, en si s'havia discriminat les empreses espanyoles, en si no havien comptat els mèrits personals i a favor del país d'algun licitador... Llegint o escoltant informacions, debats i valoracions de les adjudicacions es treu la impressió que el concurs repartia emissores com qui reparteix cartes (marcades) en un joc; com si els barems d'un plec de clàusules no comptessin.

En els mitjans de comunicació espanyols, la cultura de la regulació és en una fase incipient d'implantació. Era la primera vegada a Espanya que un concurs per a l'adjudicació de títols habilitants no el convocava un Govern, sinó una autoritat reguladora independent. Aquest tipus d'organisme ha estat creat a tots els països d'Europa (i Espanya n'és una excepció, que no l'honora) justament perquè es considera que la comunicació audiovisual té una incidència tan gran en l'esfera pública democràtica que no pot estar subjecta a les actuacions dels governs ni als seus canvis. Institucions com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya actuen amb independència de la lògica partidista i dels interessos empresarials. És una innovació a Catalunya, no existeix a Espanya i és difícil d'assimilar, i fins i tot d'acceptar, per a alguna de les empreses de comunicació, ja que tradicionalment han tractat amb els governs. A més, hi ha l'antecedent del Pla Pilot, gestionat d'una manera molt especial entre el Govern i les empreses emissores justament per a la distribució i l'assignació de freqüències, les mateixes que foren objecte del concurs. Probablement tots

aquests factors tenen a veure amb el fet que es donés poca importància al plec de clàusules ja en el mateix inici de tot el procés, malgrat que es va acceptar explícitament. És significatiu que, quan es va convocar el concurs i es va publicar el plec de clàusules que el regia, no hi hagués cap recurs presentat pels qui després s'han queixat, ni cap mena de qüestionament públic ni cap debat sobre els continguts. De les valoracions fetes del concurs *a posteriori* es dedueix que alguns dels que hi participaren no li atorgaren un valor determinant. Cal preguntar-se aleshores què tenia valor per a ells, quina havia de ser la base de les adjudicacions: s'havien d'atorgar «per ser qui eren» o s'havia de garantir el principi de la igualtat, fent possible la incorporació de nous actors?

La quarta paradoxa és que en les informacions sobre el concurs es dona una invisibilitat pràcticament total respecte a l'entrada de nous actors de caràcter local i supracomarcal i, en canvi, aquest ha estat un dels resultats interessants del concurs, ja que innova el panorama radiofònic català i pot contribuir a consolidar grups multimèdia d'abast local o supracomarcal que puguin competir amb les grans empreses i les cadenes implantades a Catalunya. Efectivament, 18 freqüències han estat assignades en el concurs a petites o mitjanes empreses, moltes d'elles noves com a empreses emissores, que podran explotar ràdios comercials i que, a més, disposen d'alguna concessió de televisió local o de premsa comarcal o supracomarcal. Aquest era un element de valoració en el plec de clàusules del concurs i ha fet possible la irrupció d'aquests nous actors. Per posar-ne alguns exemples: Publicacions del Penedès, que ha obtingut una freqüència a Sant Pere de Ribes - Montgròs (100.9), té un diari, *El 3 de Vuit*, i una concessió de televisió local; Edicions Intercomarcals, que ha guanyat una freqüència a Manresa-Buñolvent (106.8), porta el diari *Regió7* i té una concessió de televisió local; Ràdio Terraferma de Lleida, que ha obtingut tres freqüències a la província de Lleida, ja té una ràdio en explotació, premsa escrita (*Segre*) i també quatre concessions de televisió local, i La Veu de l'Ebre, que ha obtingut la freqüència 103.9 de Tortosa-Collredó, publica un setmanari d'àmbit ebrenc, explota una ràdio i té una concessió de televisió local. Hi ha altres casos com aquests que també han guanyat freqüències en el concurs.

És evident que cadascun d'aquests nous adjudicatariis ha informat, en els seus mitjans, del resultat del concurs i n'ha fet les seves valoracions, però són mitjans d'un abast reduït i segurament la seva incidència ha estat amortida pel soroll dels mitjans més potents. El cas és que els grans grups mediàtics han tractat en les seves informacions sobre els grans grups mediàtics i només sobre aquests. Les omissions poden provenir de la sorpresa o de la no-comprensió del significat i la situació d'aquests nous actors; però també de no analitzar com queda el mapa radiofònic a Catalunya després del concurs.

Una última consideració és que alguns grups mediàtics espanyols han expressat públicament en diferents ocasions la seva opinió contrària a la creació del Consell de Mitjans Audiovisuals i al projecte de llei preparat pel Govern espanyol, que ha estat aturat durant anys per la dificultat de tirar-lo endavant, a causa justament d'aquesta oposició frontal dels grans grups de comunicació i també per la dificultat d'incloure en el consens el principal partit de l'oposició, el Partit Popular, el qual també s'ha mostrat contrari a la creació d'un organisme regulador. En aquest debat, el CAC és utilitzat com un exemple a seguir pels qui demanden que Espanya generi una regulació a l'europea i no sigui una excepció i és utilitzat com a contraexemple pels qui desitjarien una regulació de baixa intensitat. Aquesta última actitud no és innocent o desinteressada, sinó que permet continuar com fins ara, amb un sistema que impedeix la incorporació de nous actors i que no fa respectar les obligacions legals o concessionals. És evident que la disconformitat respecte dels resultats del concurs que han mostrat les empreses que hi van participar reflecteix, en primer lloc, la contrarietat per no assolir més espai en l'esfera pública mediàtica i per l'afectació dels seus interessos i guanys. Però cal no descartar que l'elevat volum i acritud amb què s'ha expressat aquesta disconformitat sembli haver-se modulad perquè se senti des de la Moncloa i tingui efecte en la futura llei de l'audiovisual que es vol aprovar i en l'afebliment de les atribucions que es puguin atorgar a la prevista autoritat reguladora. Aquesta afirmació és, de fet, una hipòtesi. Les declaracions en contra de l'existència d'un CAC espanyol no són cap hipòtesi: són ben reals.

EL POSTCONCURS: EL MAPA RADIOFÒNIC COMERCIAL DE CATALUNYA

La resolució del concurs es va fer pública el 7 de novembre del 2008 i la relació d'adjudicacions pot ser consultada al web del Consell de l'Audiovisual. El que vull presentar en aquest apartat és com queda l'oferta radiofònica a Catalunya pel que fa a dos aspectes: les empreses emissores i la tipologia de programacions.

Pel que fa a les empreses emissores, el concurs ha tingut com a resultat l'enfortiment dels grups d'àmbit català, que han obtingut els increments de freqüències més importants. Cal destacar, també, la incorporació de nous actors vinculats a grups multimèdia d'abast local, comarcal o supracomarcal, cosa que pot contribuir a enfortir el sector de la comunicació des de la base de petites i mitjanes empreses arrelades a l'entorn immediat. Finalment, s'ha produït un creixement moderat de les cadenes d'àmbit espanyol. Vegem-ho en la taula 3.

TAULA 3. Freqüències del sector radiofònic privat. Desembre del 2008

Àmbit	Grup o empresa	Total d'emissores		
		Abans del concurs	Adjudicacions	Total
Espanyol	PRISA	37	9	46
	Planeta	6	8	14
	COPE	8	—	8
	Vocento	8	—	8
	Radio Blanca	1	—	1
	Zeta	1	—	1
	Unidad Editorial	1	—	1
	Intereconomía	1	—	1
	Total espanyoles	63	17	80
Català	Godó	14	17	31
	Flaix	4	12	16
	TeleTaxi	3	12	15
	Estel	4	7	11
	Total catalanes	25	48	73
Local	Segre	1	3	4
	La Manyana	—	3	3
	Gum FM	2	—	2
	Ràdio Marina	1	1	2
	Mola FM	—	2	2
	Montserrat Ràdio	—	1	1
	Edicions Intercomarcals	—	1	1
	Costa Brava TV Ràdio	—	1	1
	Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat	—	1	1
	El 3 de Vuit Ràdio	—	1	1
	El 9 Nou Ràdio	—	1	1
	La Veu de l'Ebre	1	1	2
	Ràdio Aran	1	—	1
	Ràdio Vic	1	—	1
	Bon Dia Ràdio	—	1	1
	Pròxima FM	—	1	1
Total locals	7	18	25	
TOTAL	95	83	178	

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2009).

Tal com podem observar, només dues empreses d'àmbit espanyol, PRISA i PlanetaDeAgostini, obtenen adjudicacions en el concurs.

- El grup PRISA consolida el seu lideratge entre les ràdios comercials, ja que és el que disposa de més emissores, 46. És el grup empresarial que ofereix més varietat de productes radiofònics. Té dues cadenes generalistes (Cadena SER i Ona FM) i cinc de musicals (Los 40 Principales, Cadena Dial, M80, Máxima FM i Radiolé).
- El grup Planeta passa a tenir 14 emissores després del concurs, cosa que li suposa un increment notable i situar-se en cinquè lloc en nombre de freqüències. Emet un programa generalista (Onda Cero) i un de musical (Europa FM).
- El grup COPE té una cadena generalista (COPE) i una altra d'especialitzada en música (Cadena 100). Té un total de 8 emissores a Catalunya.
- Vocento té la cadena generalista Onda Rambla - Punto Radio, que a Catalunya està representada per les empreses propietat de Luis del Olmo Marote, amb 8 emissores.
- Radio Blanca és un grup amb participació majoritària en la societat Club de Ràdio Terrassa i ofereix el programa musical KissFM.
- Unidad Editorial té una cadena especialitzada en informació esportiva, Radio Marca.
- Zeta ofereix la cadena temàtica Rock & Gol.
- Intereconomía s'emet des de l'emissora Ràdio Ciutat de Manresa.

Les ràdios catalanes de titularitat privada es consoliden en quatre grups que emeten 7 cadenes, 1 de generalista i 6 de musicals. El concurs significa una clara millora en la implantació d'aquestes emissores.

- El grup Godó experimenta un notable increment de freqüències, ja que n'obté 17 en el concurs, amb la qual cosa passa a tenir-ne 31 i es consolida en el segon lloc entre les cadenes privades. La seva activitat radiofònica se centra en una cadena generalista (RAC1) i en una altra de musical (RAC105).
- El grup Flaix té dues cadenes especialitzades en música, Flaix i Flaixbac. L'increment que experimenta en el concurs fa que se situï en tercer lloc en nombre d'emissores, ja que passa de tenir-ne 4 a 16.
- El grup TeleTaxi és de l'empresari Justo Molinero. Passa de tenir 3 emissores a tenir-ne 15; experimenta, doncs, un creixement important que la situa en quart lloc. Emet dues cadenes musicals, Radio TeleTaxi i Radio RM.

- La cadena Estel ofereix una cadena musical i hi intercala continguts religiosos. Ràdio Estel passa a tenir 11 emissores.

L'increment d'emissores locals és la novetat del concurs. Els nous actors en el panorama radiofònic català formen part de grups de comunicació autòctons d'abast comarcal o supracomarcal, que s'afegeixen als grups i empreses de ràdio locals que ja existien i que eren minoritaris. Han passat de 7 emissores a 18 i estan distribuïdes per tot el territori català. Efectivament, a Lleida hi trobem el grup Segre, La Manyana i Bon Dia Ràdio;²² als Pirineus, Ràdio Aran, Pròxima FM, Gum FM i Mola;²³ a Girona, Ràdio Marina, Costa Brava TV Ràdio i ECAP (Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat);²⁴ a la Catalunya Central, Ràdio Vic, El 9 Nou Ràdio, Montserrat Ràdio i Edicions Intercomarcals;²⁵ a la província de Barcelona, cal afegir-hi Mola FM (Terrassa) i El 3 de Vuit Ràdio (Sant Pere de Ribes - Montgròs), i a les Terres de l'Ebre, finalment, hi trobem La Veu de l'Ebre i Imagina Ràdio.

Respecte al tipus de programació, després del concurs s'accentua la presència predominant de les emissores especialitzades en música, que passen a ser més nombroses que les generalistes. Efectivament, les emissores musicals augmenten de 41 a 96 i les generalistes, que eren 51, passen a ser 79. A més, hi ha dues emissores especialitzades en esports.

En la programació generalista de les emissores comercials es poden distingir tres tipus de situacions. Una és la de les cadenes espanyoles, que combinen la programació conjunta per a tot el territori estatal amb les desconexions locals, que varien en la quantitat de temps que s'hi destina: l'any 2005 era d'un 31,7 % a Punto Radio, un 27,5 % a la COPE, un 23,8 % a la SER i un temps indeterminat (que pot anar entre l'11 % i el 18 %) en el cas d'Onda Cero. Predomina la informació, amb tendència a decreïxer; l'infoentreteniment, amb magazins de llarga durada que faciliten la identificació i fidelitzen audiències, i els programes esportius. L'oferta específica local de les cadenes es fa des de les emissions en desconexió, que inclouen informació i també magazins de caràcter local. La segona situació és el cas de RAC1, que emet íntegrament en català i dóna prioritat a l'infoentreteniment, l'esport i l'humor, d'acord amb

22. El grup Segre es va presentar al concurs com a Ràdio Terraferma de Lleida, SA; La Manyana, com a Llegeix, Escriu i Escolta Català, SL, i Bon Dia Ràdio és l'emissora que oferí el grup Simalro, SL.

23. La titular de Ràdio Aran és Aranesa de Ràdio i Televisió, SAU; Gum FM és de Catalana i Aranesa de Telecomunicacions, SLU, i Pròxima FM és l'emissora que obtingué Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL.

24. Costa Brava TV Ràdio es va presentar al concurs com a D-9 Comunicació, SL.

25. Ràdio Vic és de la societat Osonenca de Ràdio i Televisió, SAU; El 9 Nou Ràdio pertany a Premsa d'Osona, SA, i Montserrat Ràdio es presentà al concurs des de la societat La Seva Llar El Seu Món, SL.

una programació única que emet per totes les seves emissores, sense desconexions locals. I la tercera situació és la de les emissores locals de caràcter generalista, que començaran a emetre un cop s'executin les adjudicacions. És el cas de Montserrat Ràdio (Manresa), Edicions Intercomarcals (Manresa), Costa Brava TV Ràdio (Castell d'Aro), ECAP (Girona), El 3 de Vuit Ràdio (Vilafraanca) i El 9 Nou Ràdio (Vic).

Entre les programacions temàtiques predominen les radiofórmules musicals, tant en les emissores d'àmbit espanyol com català i local. Tal com hem dit, les adjudicacions del concurs han incrementat aquest tipus d'emissores especialitzades, que tenen audiències elevades i un interès comercial rellevant per a les empreses. Moltes inclouen en la programació informatius i magazins de tipus local. L'altre tipus d'emissores temàtiques existents en el sector privat de les ràdios són les esportives, que es concentren en les cadenes Radio Marca i Rock & Gol.

I fins aquí arriba la crònica del concurs per a l'adjudicació d'emissores de FM, amb els fets que el sustentaren i les paradoxes de les reaccions posteriors. Actualment s'ha iniciat una altra etapa, que és la de fer efectives les adjudicacions un cop es resolguin els tràmits corresponents i, paral·lelament, la dels processos judicials com a fruit dels recursos que hagin presentat els licitadors en el seu dret d'impugnar la resolució.

NOTA FINAL

De la realització del concurs d'adjudicació d'emissores de FM, se'n poden extreure algunes reflexions, a tall de comentari final.

Es constata que la diferència entre Catalunya i la resta d'Espanya pel que fa a la intensitat reguladora influeix que als operadors els costi d'assumir aquest fet. La Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya estableix mecanismes de regulació exigents, propis d'una democràcia avançada, entre aquests l'existència d'un organisme independent com el CAC, que trenca amb la vella lògica d'entendre's amb els governs. Els operadors estan acostumats a actuar en un marc desregulat i les reaccions posteriors al concurs, que he presentat en forma de paradoxes, en són una mostra. No pretenc amb això responsabilitzar sols les empreses emissores. Determinades actuacions de l'Administració pública han donat peu a aquesta situació i a les actituds que ha generat. El mateix Pla Pilot, que pretenia establir un període de proves limitat a sis mesos i que va acabar tenint sis anys de duració, n'és un exemple concret, ja que va contribuir a crear les expectatives d'uns drets que, en reali-

tat, no es tenien. El mateix fet que no s'adapti la legislació espanyola a les exigències actuals en matèria audiovisual és un altre aspecte que dóna peu, també, que les empreses més fortes es trobin més còmodes i intentin mantenir la situació d'una regulació de baixa intensitat.

Cal reconèixer, finalment, que el concurs d'adjudicació de les freqüències de FM ha tingut com a resultat un elevat grau de pluralisme i de diversitat pel que fa a les empreses emissores, que té la seva expressió en la configuració del mapa radiofònic de Catalunya. I això ha estat així com a fruit de l'aplicació d'un plec de clàusules que ha fet possible que grans empreses sòlidament implantades en el sector hagin guanyat freqüències, però que també n'hagin pogut guanyar petites i mitjanes empreses de ràdio i que hagin pogut entrar nous actors. De la mateixa manera, ha fet possible el reforçament de les cadenes i emissores d'àmbit català, local i supracomarcal. Els resultats no són fruit, doncs, d'orientacions polítiques, ideològiques o empresarials, sinó d'unes actuacions basades en un procés rigorós, transparent i competitiu, que s'ha conduït i s'ha executat des de la independència i l'aplicació dels principis marcats per la legislació.

Bibliografia

- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2007a). *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2005*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- (2007b). *Informe 1/2007. L'oferta radiofònica comercial a Catalunya*. Text mecanoscrit. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- (2009). *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- FEDERACIÓ DE RÀDIOS LOCALS DE CATALUNYA (2008). *Llibre blanc de la ràdio local pública*. Barcelona: Federació de Ràdios Locals de Catalunya; Generalitat de Catalunya; Consell de l'Audiovisual de Catalunya; Consorci Local i Comarcal de Comunicació; Associació Catalana de Municipis i Comarques; Federació de Municipis de Catalunya; COM-Ràdio.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ (2007). *El sector de la ràdio a Catalunya i la política del Govern*. Text mecanoscrit.
- OBSERVATORI DE LA RÀDIO A CATALUNYA (2008). *Informe sobre la ràdio a Catalunya 2006-2007*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Observatori de la Ràdio a Catalunya.
- «Sessió núm. 25. Comissió de Política Cultural». *Diari de Sessions del Parlament de Catalunya* [Barcelona: Parlament de Catalunya] (19 novembre 2008).