

Debat

Participants en la taula rodona: *Luis del Olmo* (president d'Onda Rambla Catalunya i director de «Protagonistas»); *Josep M. Girona* (sotsdirector de Ràdio Barcelona i professor de la UAB); *Salvador Solé* (advocat i president de l'Associació Catalana de Radiodifusió Privada); *Jordi Jordà* (director de COPE Catalunya); *Manuel Pereira* (professor de la UAB).

Moderador: *Lluís Rodríguez Pi* (cap dels serveis informatius de Ràdio Barcelona i professor de la UAB).

Lluís Rodríguez Pi: Jo voldria que responguessin d'una manera breu, si és possible, a una mateixa pregunta que, de fet, es desprèn prou d'aquesta ponència que acabem d'escoltar: té futur, la ràdio local? Particularment des del punt de vista de l'empresa privada, però crec que també caldria tenir present la ràdio pública.

Salvador Solé: El que s'ha pogut veure de la ponència és el fet següent: hi ha una invasió total i absoluta de l'esfera d'emissores públiques, siguin estatals (RNE), siguin autonòmiques, siguin emissores locals o municipals, amb vista a les emissores privades o en contra d'aquestes. En quin sentit? És molt clar. Les xifres de què la senyora Bonet ha parlat són significatives: de 300 freqüències i escaig que hi ha a Catalunya, de privades només n'hi ha 70; i, d'aquestes 70, la meitat, més o menys, pertanyen a cadenes estatals, en el sentit que no tenen l'àmbit geogràfic únicament i exclusivament cenyit a Catalunya, i l'altra meitat són les emissores pròpies de Catalunya, en el sentit que l'únic àmbit d'actuació i el centre directiu, en tots els sentits, estan radicats al Principat. Veient només aquestes xifres, ja es comprèn la veritable diferència, en tots els sentits, que hi ha en aquest moment en la qüestió radiofònica. La invasió de competències per tants organismes públics és un fet que cada vegada s'esdevé més per diferents circumstàncies que potser no és el moment d'analitzar. Seria totalment indispensable que es racionalitzés el mercat radiofònic, que es fixés molt clarament el paper que han de tenir la ràdio privada nacional, l'estatal, la pròpia de Catalunya, les

municipals... Quin és el paper que han de tenir en el sentit de quines actuacions han de fer perquè no vulnerin, no realitzin cap classe de competència deslleial amb vista al sector privat; i, basant-nos en això, aleshores, els qui tenim la possibilitat de tirar endavant aquestes emissores privades podem adoptar decisions per tal d'enfortir-les i fer-les més competitives en tots els sentits en el mercat radiofònic. Això vol dir, ni més ni menys, que seria necessari un respecte total i absolut a aquesta racionalització, de manera que hi hauria la possibilitat que aquelles ofertes programàtiques que ja duen a terme les emissores privades les públiques les deixessin de banda per la senzilla raó que, si això ho fa una emissora privada, òbviament, no ha de tenir cap mena d'interès i tampoc no ha de constituir cap servei públic.

A l'últim, les emissores privades: entenem que hi ha futur per a aquest tipus d'emissores locals i comarcals. Si no, evidentment, no ens hi posaríem. La prova està en el fet que hi ha una sèrie de cadenes, de grups d'emissores, que ha enumerat molt bé la ponent, i aquest tipus d'emissores ha de construir la base per al futur. La meua resposta, doncs, és afirmativa amb les connotacions que abans deia.

Manuel Pereira: Yo deseo que sí, que las emisoras locales tengan futuro y que sea saludable y venturoso, porque yo estoy absolutamente a favor de la pluralidad, y creo que prácticamente todas las personas, en todos los lugares, somos a la vez ciudadanos de muchas identidades y tenemos en momentos determinados, de forma coincidente o de forma consecutiva, intereses diversos. Y habrá días y hay personas que, porque desarrollan su actividad en un ámbito, digamos, internacional y se mueven mucho y están interesadas en lo que pasa en distintos países y saber lo que ocurre en otros sitios, les interesa y buscan esa información; pero esa misma persona el fin de semana lo pasará con su familia y querrá saber, y a lo mejor es una información local la que le interesa porque el fin de semana irá con su familia 40 kilómetros más allá donde tiene una segunda residencia y querrá saber si le va a hacer buen tiempo o mal tiempo. En esa medida, en esa pluralidad, yo espero que sí, que tenga un buen futuro, pero creo que dependerá de la cantidad de talento, de la capacidad de adaptarse a un mundo, a un ecosistema comunicativo que está en variación, que lo ha estado siempre, pero que en los últimos años y en un futuro inmediato, como no se nos escapa a nadie, va a variar todavía mucho más, porque van a intervenir nuevos medios de comunicación, no sé cómo llamarlos: si masivos o menos masivos. Pensad en Internet, pensad en otras cosas, que ya ahora

juegan un papel para sectores de población quizás no demasiado importantes en nuestro entorno, pero que parece que tienen un futuro de interés para sectores importantes. De todas maneras, como se ha dicho esta mañana y es una postura en la que podemos coincidir muchos, nunca un medio nuevo, nunca la entrada de un nuevo agente ha anulado a los anteriores. Ha obligado a los anteriores, si tenían capacidad para ello, a adaptarse, a resituarse. La radio local, pública o privada, desde mi punto de vista debe tener talento, medios (financieros también) para adaptarse a esa variación, y entonces tendrá un futuro, naturalmente que sí. Si no tiene capacidad, si no tiene talento, si no se adapta a lo cambiante, obviamente, en un entorno competitivo como el que ya hay y como el que va a haber en mayor medida otros están deseando llevarse la tajada, aunque sea pequeña, que hoy se lleva la radio local. Y se la llevará si ellos son mejores.

Jordi Jordà: Sí que té futur, la ràdio, evidentment. La resposta, per part meva, és contundent: sí, és clar. La ràdio, en general, és un mitjà que està en una evolució constant i sempre hi ha estat. Podem veure que, en aquests últims anys, més que mai, segurament més que cap més mitjà. Aquesta evolució s'ha hagut de fer per necessitats de supervivència, evidentment. El mitjà ha canviat moltíssim, no solament el mitjà de comunicació en si, sinó l'àmbit empresarial i molts més factors que han fet que la ràdio s'adaptés ràpidament als paràmetres que l'envoltaven, i aquesta evolució li ha permès sobreviure, continuar i créixer. Evidentment, són molts paràmetres els que l'han feta evolucionar, i podem dir rotundament que sí, que la ràdio local té futur, però sempre que s'ajusti, que s'adapti a una sèrie d'evolucions que la mateixa societat porta i que qualsevol empresa de ràdio local (parlem de ràdio local privada) adapti i accepti i sàpiga veure a temps.

Veiem que les emissores locals varen néixer, pràcticament totes, com a emissores independents, eren fins i tot, podríem dir, *regnes de taifes*. La majoria obria a les vuit del matí i tancava a les dotze de la nit, feia la seva programació local i la feia amb poca gent de plantilla, poquíssima, i fins i tot amb molt de voluntariat, amb molta gent de la mateixa població, que estava en un grup de teatre, gent amb interessos i inquietuds culturals, que hi col·laborava i feia els seus programes; això va configurar la ràdio durant molts anys. Aquesta ràdio, doncs, és una ràdio històrica, és un punt de partida, però va evolucionar moltíssim, sobretot en aquests darrers temps, a partir del fet

que molts paràmetres han canviat, sobretot econòmics. Comença per haver-hi moltes més freqüències en diferents remeses de concessions. Això comporta que la publicitat es comenci a repartir molt més. Podem parlar en un principi d'una diversificació de la inversió publicitària: ja no anava a una emissora o dues, sinó que havia d'anar a moltes més, i d'aquesta diversificació podem dir que ha passat a una atomització, fins al punt que per a moltes agències i grans empreses, a l'hora de planificar campanyes, la ràdio és una mena de tema molt feixuc perquè precisament, si volen mirar cobertures, hi ha una atomització molt gran. Això ha comportat que el pastís publicitari es reduís molt cap a la ràdio o, si més no, que, essent el mateix, s'hagués de repartir moltíssim, amb la qual cosa a cada emissora li arribava molt menys. Això començava a crear-li problemes econòmics i la duia a haver-se d'integrar, volgués o no, dins de cadenes, sigui en cadenes estatals o en cadenes d'àmbit comarcal o, fins i tot, d'àmbit autonòmic. A Catalunya n'hi ha exemples de tota mena, des d'emissores que agrupen la seva programació a dues o tres emissores tot el dia o fins i tot algunes hores del dia per poder aprofitar els recursos. Això també comporta una evolució tecnològica que s'aplica ràpidament a la ràdio. L'adaptació de noves tecnologies, com poden ser ordinadors per a llançar la publicitat, per exemple, local, redueix substancialment el personal, redueix les despeses, per tant. Aquests problemes econòmics que començaven a tenir les emissores es van solucionar integrant-se en cadenes, cadenetes petites, cadenes grosses, i també amb una evolució tecnològica.

Josep M. Girona: En l'era digital a la qual anem de dret immediatament, crec que la ràdio local, com l'entendem ara mateix, pot continuar amb dificultats. Ara bé, estic totalment d'acord amb el que ha dit el doctor Pereira en el sentit que la ràdio ha demostrat des de sempre la seva habilitat per a adaptar-se als canvis tecnològics que s'han anat acomplint en el decurs de la seva història recent. Per tant, crec que la ràdio local s'adaptarà a aquests canvis que albirem, però que no sabem tampoc exactament com seran, i que té no solament un gran futur, sinó que té un paper molt important a exercir en alguns aspectes que jo crec que cap més mitjà de comunicació no pot aconseguir, com ara ser al costat de l'entorn més proper que serveix. La ràdio local és l'única manera d'accedir en temps real i de manera directa a la informació de primera mà o a la retransmissió d'esdeveniments esportius. Crec que en això pot estar el futur de la ràdio local.

Luis del Olmo: El futuro de una radio local... Eso depende del patrón. Si una radio local tiene un patrón como, por poner un ejemplo, y no estoy mirando a nadie, la Diputación Provincial, que pone 1.000 millones de pesetas en favor de esa radio local y luego viene el Ayuntamiento y le da 200 millones de pesetas, esa radio local no tiene problemas! Esa radio local puede permitirse el lujo de tener corresponsales en toda Catalunya, en toda España y en todo el mundo. Naturalmente, no es el caso de la inmensa mayoría de las radios locales. Una radio local, la radio local de esa mi segunda patria que es Roda de Berà... El otro día el alcalde me decía «qué posibilidades hay de montar una radio local y subsistir». Roda de Berà es un pueblo de 800 habitantes, y hay muchas localidades con 800 y 1.500 habitantes que tienen su emisora y quieren subsistir. No pueden subsistir porque en diez minutos, contando lo que ha pasado en las reuniones del ayuntamiento, los domingos retransmitiendo el partido del equipo del pueblo y cuatro entrevistas al alcalde, dos concejales y al tendero de turno, ya se acabó. Y luego, ¿qué hacen con el resto de las veinticuatro horas? ¿Poner música? ¿Hacer la competencia a los 40 Principales? No es ese el futuro. Al final esa radio local tiene que llegar a unos acuerdos con una radio de la autonomía, con una radio nacional incluso, si quiere tener perfectamente informados a los oyentes con conexiones y con reporteros en París, en Londres, en Moscú, en Nueva York. Es decir, una radio local depende de su patrón. Si tiene un buen patrón, con el costado bien respaldado y con un talonario abundante, no tiene problemas. Pero, si no es así, no tiene más remedio que compartir esa radio local con una radio del resto de la autonomía, del resto de España, y estar al corriente de lo que sucede, si efectivamente en América se dan un beso en la boca el señor Netanyahu y el señor Arafat. Si quieren tener un programa con los mejores humoristas, esos humoristas cobran mucho dinero; esa radio local no se puede permitir el lujo de pagar a esos humoristas, a esos tertulianos, tertulianos que pueden ser periodistas, que pueden ser historiadores, que pueden ser abogados. Una radio local no se puede permitir el lujo de tener la radio de los sueños de esos oyentes. O sea, va en función, en definitiva, del patrón. Hoy es muy difícil montar una radio local sin posibilidad de que se estrellen. Se han estrellado muchas radios locales, otras están aguantando el tirón, y la gente se pregunta: «Bueno, esta radio de nuestra ciudad, de nuestro pueblo, se permite el lujo de gastarse, de entretener del presupuesto tres o cuatro millones de pesetas.» ¿Son tan necesarias esas radios locales cuando la radio local de Roda de

Berà tiene que competir con treinta emisoras, la inmensa mayoría de Catalunya o del resto de España? Eso es un futuro de locos. La radio local, por humilde que sea, me da la impresión de que o tiene un buen presupuesto o, de lo contrario, fenece.

Lluís Rodríguez Pi: Crec que és bastant clar que cal un reordenament del sector de la radiodifusió local. Ara convindria saber com s'ha de fer i, cosa que a mi em sembla que és més important, qui l'ha de fer, qui l'ha de liderar.

Salvador Solé: Una de les qüestions que he dit molt clarament és que els empresaris privats de ràdio a Catalunya necessitem de manera urgent, de manera immediata, aquesta racionalització del mercat radiofònic. Això, òbviament, ha de consistir en una reducció de les emissores públiques, en una clarificació de la tasca programàtica que han de realitzar aquestes emissores públiques; i, a la vegada, ha de venir també del fet que els titulars de les emissores privades tinguin intenció i voluntat, naturalment, de tirar endavant. Normalment, no es vol tirar endavant si no es veu el futur més immediat d'una manera clara: si el cel no és blau, ningú no fa absolutament res. En aquest aspecte, si aquesta clarificació no s'esdevé, és difícil que la ràdio privada a Catalunya, local i comarcal, tiri endavant.

Josep M. Girona: Jo la primera pregunta que em faig és què s'entén per ràdio local. I per mi ràdio local és aquella emissora que és capaç d'estar imbricada amb el públic al qual s'adreça. Una altra cosa diferent és la propietat dels mitjans, i aquest és el debat en el qual sembla que tots estem amb ganes d'entrar. I el que és molt clar és que a la ponència que ha fet la Montse Bonet queda molt evident que hi ha més de 300 freqüències a tot Catalunya que són públiques i que n'hi ha quasi 80 que són privades. I aquesta és la mare dels ous. Però crec que discutir ara què és una emissora local és el punt bàsic, què s'entén per una emissora local. I per això torno a reivindicar que l'emissora local és qualsevol emissora que estigui implicada en la societat que serveix, amb independència que aquesta emissora sigui local, sigui independent, sigui privada, estigui encadenada o no ho estigui.

Manuel Pereira: Yo creo que la personalidad jurídica de propiedad no es suficiente. Para mí sería totalmente insatisfactorio que, porque la sede central de tal emisora radica en una calle de Barcelo-

na, pues esto es local de Barcelona, o porque radica en una calle de tal otra población catalana o de otro sitio. Para mí, una emisora cuya sede central radique, qué sé yo, en Sevilla, que resulta que trabaja en cadena durante diez horas, pero durante otras catorce y además las de mayor interés para la audiencia porque las pusiera en manos de iniciativas locales, de sus directivos y los comunicadores que tiene contratados en tal pueblo, en tal localidad donde tiene esa frecuencia; si esas personas son capaces, con su libertad para crear su programación, de hacer una programación cercana, imbricada como decía Girona, esto para mí será una emisora local. Mientras que perfectamente me puedo imaginar a gente llenándose la boca de retórica haciendo una emisora, privada o municipal, pero de una población pequeña y hablando de local por aquí y local por allá, para luego darme a lo mejor música *disco* el 80 % de su tiempo. Esto para mí no es local. El carácter de lo local y la iniciativa de lo local y de lo comarcal para mí no deben confundirse con la iniciativa jurídica. Si, en todo caso, y parece bastante lógico y normal por la composición de la mesa, nos toca más hablar de la radio privada, pues hablemos, pero hablemos con conciencia de que sus competidores son, desde luego, indiferentes a dónde radica la personalidad jurídica de los propietarios de la emisora.

Jordi Jordà: Jo voldria matisar, ara que diferenciem què és la ràdio local pública i la ràdio local privada, que, mentre feia la meua exposició, pensava en la ràdio local privada, ja que el títol de la ponència és «La ràdio privada: el pes de la iniciativa local i comarcal». Si ampliem el tema a una ràdio local, sigui del tipus que sigui, sigui quin sigui el propietari, evidentment el camp s'obre d'una altra manera. Jo he parlat de la ràdio local privada en la mesura que aquestes emissores d'iniciativa privada, que han nascut a poblacions més o menys petites, han cobert amb la seva freqüència aquella població i la comarca com a màxim i s'han hagut d'associar amb una cadena o integrar-s'hi per a poder sobreviure. Aleshores, pensava sempre en aquesta ràdio local, i hi penso com una ràdio local, amb el benentès empresarial. Ara bé, si parlem d'emissores municipals, ja és una altra cosa.

Quan es feia la presentació del llibre al migdia, s'han donat unes dades estadístiques, i en recordo perfectament una que m'ha cridat molt l'atenció: les emissores municipals de Catalunya fan el 64 % de la seva programació musical i en un percentatge molt elevat de la resta d'hores repeteixen emissores tipus Catalunya Ràdio, RAC 105 o la propiciada per la Diputació de Barcelona. Aleshores, de ràdio

local en tenen poquíssim; potser igual que les privades, però les privades tenen una altra feina, que és sobreviure.

Luis del Olmo: Si la radio local mira a su ombligo, no tiene futuro; pero, si efectivamente la radio local hace su información y comparte su radio con una radio autonómica y una radio nacional, no tiene por qué tener problemas. Porque, en este momento, ofertas de la radio catalana para servir información y entretenimiento al resto de las emisoras locales, alejadas de Barcelona, en cualquier punto de Catalunya, están a unos costos aptos para todas las emisoras, y lo mismo digo en el resto de la comunidad española. El futuro de la radio local no puede pasar por mirar a su propio ombligo y decir: «Yo soy muy macho y las veinticuatro horas las realizo, las organizo, las presento y las coordino yo.» Ahí se estrellan, porque al final volvemos a lo mismo: terminan colocando veinte horas de programación musical, y para mí una programación musical no es radio. Una cosa es hilo musical, con todos los respetos, y otra cosa es la radio, donde la palabra es la protagonista, la solemne protagonista.

Lluís Rodríguez Pi: En les primeres intervencions, tothom, tal vegada menys el senyor Del Olmo, que ha introduït algun altre matís, seriosos matisos, sobre la ràdio local, tothom coincideix a dir que sí, que la ràdio local té futur. Però jo voldria saber quina opinió tenen vostès sobre per què l'empresa privada no ha tingut interès en la ràdio local fins ara.

Luis del Olmo: ¿La radio privada no tiene interés en lo local? Ya lo creo que sí. La radio privada tiene interés en unos determinados horarios de la radio local, y el que no lo entienda así es que es muy bruto. Es decir, puedes tener una cadena retransmitiendo para toda Europa, pero, como tengas el micrófono en Tarragona, tú sabes (y si no lo entiendes así luego te das el batacazo) que a Tarragona hay que darle, en proporción a su número de habitantes, dos, tres, cuatro o cinco horas con el fin de que quede servida perfectamente la información de Tarragona, el entretenimiento de Tarragona, el pulso de Tarragona. Yo creo que la radio privada está interesada en que la radio local tenga su tiempo y tenga su foro; si no, desde luego, se estrella, seguro.

Jordi Jordà: Em penso que sí, que realment la ràdio privada té interès en la ràdio local. De fet, no sé si vols dir si les grans cadenes tenen interès en la ràdio local en plantejar el tema tal com anava, però

sí que em penso que el capital, l'empresari i les grans cadenes tenen interès en la ràdio local. De fet, moltes ràdios locals van néixer per iniciatives privades de gent del lloc; no parlem ja històricament, que van ser pràcticament totes així, sinó fins i tot recentment; amb les concessions d'aquests darrers anys, la major part d'emissores han nascut d'empresaris locals que hi han invertit, i algunes han funcionat i unes altres no i s'han acabat integrant en grans cadenes. Però les grans cadenes, les quals interessa una cobertura geogràfica, tenen interès en la ràdio local, en primer lloc, perquè està implantada en aquell lloc i té una cobertura en aquella zona per a poder oferir més difusió a les grans marques a l'hora de publicitar, per exemple, o poder tenir més audiència; però, en segon lloc, per a poder fer durant una part del dia programació local precisament per a sintonitzar amb l'audiència. És a dir, la gent d'aquella zona escoltarà la cadena en la mesura que durant unes hores concretes li hi parlin de coses locals.

Manuel Pereira: En este sentido diría que la clave es la cobertura de la emisora. Obviamente, una señal electromagnética en transmisión hertziana de onda media, con potencia suficiente para cubrir toda Catalunya o la mitad de Catalunya, no se puede permitir dar informaciones locales de Santa Coloma de Gramenet, ¿verdad? Ahora bien, como la radio y más las FM tienen coberturas mucho más localizadas, mucho más delimitadas en el espacio, esa versatilidad de que hablaba antes, tecnológica, hace perfectamente posible y pausable que durante una hora estemos escuchando información de ámbito internacional, de ámbito estatal y de ámbito autonómico y luego, durante la siguiente media hora, haya una desconexión y la emisora de FM que cubre una comarca o que cubre una población relativamente importante les dé la información que tienen cerca, incluso les dé entretenimiento. En ese sentido, no sé si lo he entendido bien, pero difiero de lo que decía Luis del Olmo hace un momento. Yo entiendo que no son los habitantes de la zona a la que se está emitiendo, sean más o sean menos, los que tienen que marcar el tiempo dedicado a eso. En todo caso, el criterio para que la desconexión sea más amplia o menos amplia debe estar relacionada, entiendo, con el caudal informativo que prevén los planificadores, los programadores, que tiene capacidad de llenar con interés para la audiencia. Hay preocupación de aprovechar el tiempo local, quizás en horas no demasiado lucidas... Perfectamente puedo pensar que salga al mercado alguien con iniciativa y que prefiera dedicar

las horas extraordinarias de la radio, que son las de la mañana, las que convocan más gente al otro lado de los transistores, a información local; pero, naturalmente, a la persona que vive, yo qué sé, en Olot, con toda mi simpatía para las personas de Olot, también le interesa saber lo que ocurre en la Unión Europea. Son tan europeos como los que vivimos en Barcelona o en cualquier lado y, por tanto, si hay una información sobre la Unión Europea, a ellos también hay que servírsela. ¿Que se les sirve en conexión con no sé quién? Pues me parece muy lógico y no me escandaliza nada, y, para mí, no rebaja su carácter de emisora local.

Josep M. Girona: A la ponència s'ha sentit que hi va haver un intent de Cadena 13 que no va acabar de fructificar, i que també Ràdio Associació en temps de la República al final no va poder acabar de funcionar. El desinterès del sector privat a Catalunya jo crec que sí que existeix, malgrat moltes excepcions (les emissores que abans hem sentit, el que fa Luis del Olmo aquí a Catalunya, per exemple). Però jo em penso que, en general, aquí a Catalunya sí que hi ha un cert desinterès de l'empresari privat a invertir en ràdio privada. Jo crec que això és causat per dos elements. Un primer element és el procés anormal que ha viscut la ràdio en la seva curta experiència. Durant el franquisme hi va haver una centralització de la informació; durant la República la ràdio era considerada un mitjà subversiu capaç d'arrossegar moltes persones, i això el franquisme ho va veure i, per tant, el que va fer va ser concentrar els mitjans, sobretot no pas a la perifèria; per aquest motiu van funcionar les grans cadenes. I això fa que, arribat el període democràtic, hi hagi unes grans cadenes que funcionen, que funcionen molt bé; i a més aquí cal afegir-hi una gran quantitat de freqüències que constantment van sortint: més de 300 freqüències públiques que hi ha a Catalunya contra quasi 80 de privades. O sigui, unes grans cadenes que funcionen i que, bàsicament, totes funcionen molt bé, i, al costat, un sector públic molt potent amb més de 300 freqüències (municipals, autonòmiques, de caràcter estatal). S'ha d'estar una mica sonat per a invertir diners i per a entrar en aquest mercat.

Luis del Olmo: Quiero comentar algo de lo que se habló esta mañana en esta misma mesa y quería denunciar con toda la energía por competencia desleal... Y estoy ahora salvando a los profesionales... Nada tengo contra Josep Cuní, al contrario, y todos los trabajadores de la COM. Josep Cuní es uno de los comunicadores

más importantes de Cataluña y de todo el territorio español. Sí tengo en contra como empresario y como comunicador y como hombre de radio el nacimiento de esta cadena. Esta cadena que está denunciada por la Associació Catalana de Radiodifusió Privada, que está denunciada por la Asociación Española de Radio Privada, que está denunciada por la Asociación de la Radio Privada Europea, que está denunciada por la Asociación de la Radio Privada Mundial... Yo sé que mis palabras no van a servir absolutamente para nada porque contra mi palabra probablemente tenga más poder el presidente de la Diputación Provincial, que de mi dinero y del de ustedes está manteniendo a una emisora llamada la COM. La denuncio con toda la energía, e insisto como ciudadano, como oyente, como profesional y como empresario. Ojalá mis palabras no caigan en el vacío. Hoy me hubiera gustado que en esta mesa hubiera algún compañero representante de la COM. No he tenido suerte en esta ocasión. Simplemente, que quede ahí.

Lluís Rodríguez Pi: Si no hi ha ningú a la taula que vulgui defensar els interessos de la COM o, pel cap baix, el punt de vista de la COM, pregunto: hi ha algú de la COM a la sala que vulgui prendre la paraula? Si hi és i ho vol, que ho faci.

Intervencions

Des del públic es demana a Luis del Olmo que expliciti els motius pels quals denuncia tan enèrgicament COMRàdio. Del Olmo respon citant la Llei de 8 d'abril del 1991 i lliga aquest tema amb el dels grans grups de comunicació, que creu que van contra la llibertat d'expressió. Insisteix que com a empresari i professional no entén el naixement i l'existència de COMRàdio, ja que creu que el dial de Barcelona no és mancat d'emissores, ni en FM ni en OM, i no creu que hi hagi autèntica necessitat que la ciutat tingui la seva emissora municipal.

Es reprèn la qüestió del servei públic. Manuel Pereira defensa la riquesa del sistema mixt públic/privat a tot Espanya, i demana que no sempre s'acabi parlant malament de les municipals i que es parli també malament de Catalunya Ràdio o Ràdio 4. Potser, creu, el que es qüestiona no és pas COMRàdio, sinó el caràcter públic del mateix servei. En un altre aspecte, Pereira planteja el tema de la relació entre empresari, professional i audiència. Una ràdio local ben feta, segons ell, consisteix en el fet que l'empresari sàpiga ser empresari d'un mitjà

de comunicació i sàpiga respectar la independència i l'autonomia dels professionals que hi treballen; que els directius —siguin professionals del periodisme o de la comunicació— siguin capaços de posar-se al davant, jugar-se la feina quan l'empresari, els accionistes o unes altres forces pressionin per condicionar el tractament de temes.

Tots els membres de la taula afirmen que no són contraris a l'existència del servei públic, però amb algunes matisacions:

— A Luis del Olmo no li fa gràcia que Catalunya Ràdio tingui publicitat, però Catalunya Ràdio és aprovada pel Parlament agradi o no—, i COMRàdio, no.

— Salvador Solé creu que les emissores públiques han d'existir. Però amb el temps s'han desvirtuat alguns dels motius pels quals van néixer. El que les emissores privades rebutgen és que el servei públic tingui un finançament doble. Amb independència dels continguts, l'eix bàsic de la discussió entre públiques i privades és el seu finançament, no pas la seva existència.

— Josep M. Girona està a favor de l'existència d'emissores públiques, però no pas del fet que siguin incapaces d'aclarir quina és exactament la seva oferta, puguin arribar a competir entre elles, competeixin directament amb les privades i tinguin un finançament doble.

Quant al tema de la regressió del mercat publicitari i la seva fragmentació cada cop major, hi ha dues posicions:

— Manuel Pereira no creu que sigui un joc de suma zero. Creu que una bona emissora d'un lloc petit, si té de veritat públic escoltant-la, ha de ser capaç de crear anunciants nous, tot i que amb una certa limitació. Matisa, però, que ell es referix al fet discutible que les tendències econòmiques generals es puguin baixar a una realitat concreta i que això sigui d'aplicació a una emissora petita. Són nivells de generalització diferents. Ell parla en aquest terme més abstracte.

— Josep M. Girona apel·la a la seva experiència diària per contradir aquesta afirmació (tot i el matís introduït per M. Pereira) i hi afegeix que la gran competència no és únicament entre emissores, siguin públiques o privades, sinó també amb les televisions —també siguin públiques o privades—, les quals han reventat el mercat amb descomptes espectaculars.

— Jordi Jordà està d'acord amb J. M. Girona i discrepa de M. Pereira; i hi afegeix que un altre element important és la diversificació d'emissores, el fet que hi ha més freqüències i que aviat, segons sembla, n'hi haurà més (en FM). També recorda que, quan es menciona el finançament doble del servei públic, es podria parlar de finançament triple ja que parlariem de pressupostos públics, publicitat i publicitat institucional —que moltes vegades només va a les ràdios públiques.

S'aclareixen alguns aspectes que s'han prestat a confusió sobre el tema de les municipals i la connexió en xarxa i la manera legal d'aconseguir una freqüència. Alguns membres de la taula insisteixen en la llei escrita, en els passos necessaris a fer per a aconseguir l'emissora i en quins criteris es basa la Generalitat per a concedir una llicència de ràdio o no (temes de què ja s'ha tractat, per exemple, a la ponència «El marc legal: gestió de l'espectre» quant a què significa «concessió», com es fan els repartiments estatalment i autonòmicament i el tema de l'arbitrarietat en les concessions). Sobre aquest punt, Salvador Solé demana que la Generalitat de Catalunya, que és qui té competència en matèria d'atorgament de freqüències en FM, hi pugui arribar a tenir competència plena i total, no pas parcial. Es discuteix també sobre la conveniència o no que la llicència sigui per a un professional i no pas per a algú de fora del sector, amb els pros i contres que això comportaria.

El moderador demana una intervenció final a tall de resum, la idea amb la qual ells tancarien la taula.

— Salvador Solé destaca la necessitat de clarificar el sector públic respecte del privat, una racionalització en l'accepció més àmplia. També destaca la necessitat que aquells aspectes temàtics de programació que realitzen les diferents empreses privades no siguin fetes per les públiques, en el sentit que el suposat servei públic ja no hi és, amb tot el que això pot redundar en l'estalvi de l'organisme respectiu. I que la llengua vehicular sigui el català en tots els camps de la comunicació, fins i tot el publicitari.

— Manuel Pereira destaca que és un error associar local a propietat jurídica de caràcter independent en una sola firma radicada en una població concreta. També és imprescindible articular la independència dels professionals que han de fer la ràdio per tal d'oferir productes amb un cert nivell de qualitat, i amb talent i capacitat de treball per a adaptar-se a un ecosistema comunicatiu canviant. Finalment, remarca la necessitat de la pluralitat, que, per ell, vol dir que

hi ha hagi un futur amb iniciativa privada i pública, ràdios que tinguin el 80 % de local i el 20 % de no local i a l'inrevés, etcètera.

— Jordi Jordà recorda que la ràdio continuarà tenint un pes específic quant a ràdio local i comarcal. I té futur sempre que sàpiga anar adaptant-se als canvis del sector. La ràdio local té una funció molt concreta que haurà d'alternar-se, segurament, amb la seva integració a grans grups. El seu futur no consisteix a estar sola, sinó integrada. Quant a la ràdio local pública, cal planificar-ne una mica el paper i el funcionament.

— Josep M. Girona insisteix que ràdio local, per ell, és tota aquella que està implicada en el teixit social amb independència de l'epítet, de l'adjectiu que hi posem darrere, i que, a més, té seguiment. Un prec: que la iniciativa pública racionalitzi la seva oferta. I una defensa: la dels bons professionals, siguin de la pública o de la privada.

—Luis del Olmo afirma que, per al bon futur de la ràdio, cal respectar la llei i que la ràdio local pugui conviure amb la nacional, la pública i la privada. Insisteix en la necessitat de respectar la llei perquè els professionals i, sobretot, l'audiència en surtin beneficiats.