tindria continuïtat amb la concessió dels tres canals privats de TV i la definitiva legalització de les emissores municipals.

En mig de tota aquesta polèmica, restaven encara pendents dos fets molt esperats: l'atorgament de tres concessions de televisió privada i la legalització definitiva de les emissores municipals, font inesgotable de controvèrsia, especialment quan es discutia el seu finançament.

### 6.2.4. Les emissores municipals

Com dèiem, des de la tardor de 1979, en què emetien ja les ràdios d'Arenys de Mar, Rubí i Esparraguera a Catalunya, el fenomen de les ràdios municipals no va fer sinó anar augmentant, alhora que les ràdios lliures anaven morint.

Tot i que ja comptaven amb el reconeixement que havia fet d'elles la LOT al 1987 i el Pla de 1989, la qüestió de les municipals es resolgué definitivament, i amb una forta polèmica prèvia, amb dues Lleis de 1991 i un Reial Decret de 1992. El 8 d'Abril de 1991 es feia pública la Llei Orgànica que regulava la publicitat electoral a les emissores municipals. Segons aquesta:

- no poden contractar-se espais de publicitat electoral en aquestes emissores
- els qui concorrin a unes eleccions municipals tindran dret durant la campanya a espais gratuïts de propaganda en les emissores municipals d'aquelles circunscripcions on presentin cadidatures
- les emissores municipals no distribuiran espais gratuïts per a propaganda electoral en eleccions distintes a les municipals.

Una altra Llei, no Orgànica, del mateix dia, regulava l'organització i control d'aquestes emissores i fixava tres normes bàsiques:

- les emissores municipals poden emetre simultàniament un mateix programa d'elaboració pròpia o no però en cap cas no poden formar part d'una cadena de ràdio
- serà el Ple de la Corporació Municipal qui exercirà el control sobre l'entitat gestora del servei públic
- aquestes emissores poden finançar-se amb l'aportació municipal i ingressos comercials propis (el punt que resultà més discutit).

Evidentment, les ràdios privades protestaren i l'Associació Espanyola de Radiodifusió Privada (433 emissores) emeté un comunicat que, entre d'altres raonaments, deia: **"El futur de la ràdio privada a Espanya està amenaçat. (...) La ràdio a Espanya pertany a la societat civil. Nasqué impulsada per la incipient burgesia modernitzadora de principis de segle i fou el franquisme el que començà a restringir la seva llibertat d'informació i a impedir amb disposicions tècniques el seu desenvolupament. (...) Ha realitzat (el sector privat) en els darrers anys un procés d'innovació tecnològica i reconversió professional, sense cap mena d'ajuts ni subvencions. Els radiodifusors privats no som enemics de la ràdio pública, però exigim igualtat en les condicions de treball"** (EL PAIS, 22-12-1990, P. 26). Però, en definitiva, no va passar res i, finalment, es publicà el Reial Decret de 23 d'Octubre de 1992. Aquesta normativa regulava l'atorgament de concessions d'emissores municipals (quan la competència concessional és de l'Estat) i l'assignació de freqüències, aprovació dels projectes tècnics i inspecció/sanció (tant si la competència és del Govern central com si és de les Comunitats Autònomes). Les concessions serien atorgades per deu anys, prorrogables per periodes d'igual durada i serien inscrites al Registre d'Empreses Radiofòniques. A partir de l'entrada en vigor d'aquest Reial Decret, els ajuntaments de Catalunya, Euskadi, Navarra, Galicia, Andalucía, Canarias i València po-

dien demanar ja als seus governs autonòmics una concessió. La resta d'ajuntaments l'haurien de demanar a la Direcció General de Telecomunicacions del Ministeri d'Obres Públiques i Transports. Es podien atorgar tantes emissores com municipis hi ha a Espanya (8.000). Per aquelles dates ja en funcionaven més de 500.

L'AERP i les ràdios lliures tornaren a protestar, a demanar una reflexió profunda sobre com s'estava reorganitzant el panorama radiofònic espanyol. Els radiodifusors privats qüestionaven, i ho segueixen fent, la doble via de finançament de les emissores municipals. Al respecte, diversos autors apunten la fragilitat de tal raonament i la possibilitat que existeixi un motiu més profund i ocult. **"Si es produís un increment espectacular de les ràdios municipals, aquestes haurien de competir amb una programació en cadena, que potencia les estrelles, els tractaments espectaculars i que disposa de gran quantitat de mitjans tècnics. (...) La major part d'estacions municipals són ubicades en poblacions petites i poc rendibles per a les estratègies empresarials que cerquen la màxima concentració de població, la qual cosa descarta d'entrada una lluita desaforada per aconseguir una part del pastís publicitari"** (FRANQUET 1991, 78). **"El doble finançament de les emissores municipals ha estat el cavall de batalla de l'AERP, tot i que el problema de fons és més gran i radica també en la possible erosió de l'audiència de les emissores privades, que hauran de reforçar la seva competència a través del complex circuit de centres locals, per a mantenir així la seva elevada quota de mercat"** (DIAZ NOSTY 1991, 82). Algunes emissores municipals, que destinen bona part de la seva programació a calcar fórmules musicals d'èxit (especialment els 40 Principales), fins al punt d'arribar a imitar l'estil dels seus *disc-jockeys*, no fan sinó donar arguments a les emissores privades que clamen contra elles. Es pot argumentar que, en un moment en què els Ajuntaments viuen dèficits importants, una programació basada en

els discos és, certament, més barata. El que fóra més discutible és si cal imitar fórmules conegudes quan, a l'hora que s'està desvirtuant l'objectiu de les municipals, s'està caient en el joc de les privades, tantes vegades criticades des del sector públic, però finalment imitades.

Per la seva banda, les ràdios lliures sempre han reclamat el seu dret a la lliure expressió (en un tipus d'empresa tan fortament regulada com és aquesta), no volen actuar des de la il.legalitat, però demanen el reconeixement oficial a les seves veus, plurals i diferents. Com apuntava el director de la ràdio lliure Onda Verde i president de l'Associació de Ràdios Comunitàries d'Espanya, Esteban Ibarra (1992, 110): **"Situar la reflexió en el camp de les tensions de l'equilibri, convivència o no, de la ràdio pública i comercial és obviar un debat en profunditat sobre la definició i abast del model de radiodifusió a Espanya, un debat que (...) hauria d'assumir altres (temes) com són l'estandardització del producte radiofònic i la uniformització cultural, la concentració de mitjans, els criteris d'ús i rendibilitat de l'espai radioelèctric com a bé comú, la participació ciutadana a la gestió i producció radiofònica, la gestió radiofònica de caràcter no-lucratiu..."** .

Acabem el periode amb dues mesures legislatives destacables. La primera és la Disposició Addicional Novena de la Llei de Pressupostos Generals de l'Estat per a 1991 que modificà l'Article 20 del R. D. Legislatiu de 27 de Juny de 1986 d'Inversions Estrangeres a Espanya que, recordem, fixava com a sectors afectats: el joc, tot el relacionat amb la defensa nacional, transport aeri, ràdio i TV i fixà en un 25% el màxim de participació que un estranger podia invertir en aquests àmbits. Amb la introducció de la disposició, aquests seguien essent considerats sectors amb regulació específica en matèria de dret d'establiment, *però no es podria aplicar a una persona resident en un dels Estats membres de la Comunitat Europea.* Aquesta excepció no

seria vàlida en el cas del comerç d'armes i la defensa nacional. També quedava sense efecte el Reglament de 1986 per *aquelles inversions estrangeres fetes a Espanya per residents en Estats membres de la CE.* Amb aquesta normativa, Espanya s'adaptava al Tractat de Roma i les directives i recomenacions fetes per la Comissió Europea. En el cas concret de la ràdio (o la TV), aquesta reforma obria les portes perquè un estranger pugués comprar, en la seva totalitat, una cadena ja existent o crear-ne una de nova.

### 6.2.5. El Pla Tècnic Nacional de 1993

La segona mesura legislativa que tanca aquest periode és el Reial Decret de 21 de Maig de 1993 que aprovà el Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en Ones Mitges (hectomètriques). La situació legal de les Ones Mitges es remuntava al Reial Decret de 1978. El temps transcorregut i el que dictava la pròpia LOT (la implantació dels diferents tipus de prestació de serveis de radiodifusió sonora quedava supeditada als respectius plans tècnics nacionals) obligà a una actualització. Una actualització que no es traduí en canvis ja que el Reial Decret mantenia la gestió directa per part de l'Ens Públic RTVE, a través de la seva societat RNE, i la indirecta, per part de les emissores ja autoritzades fins ara, a través de les concessions especificades a l'Annex, on consten també la freqüència i altres característiques tècniques. La major part d'aquestes emissores pertany a grans cadenes. La tònica imperant és, doncs, la continuïtat. Una continuïtat que també quedà palesa amb la Ressolució de 9 de Setembre de 1993 que renovava les concessions a les emissores d'FM (101) i OM (107). En el cas de l'FM només hi són aquelles la renovació de les quals és competència directa de l'Administració de l'Estat. En el cas de l'OM, són sempre competència directa de l'Estat, segons constava ja al punt 2.b de l'Article 26 de la LOT. Les concessions tornen a tenir una durada

de deu anys i caducaran gairebé totes al 2002, excepte algunes que ho faran al 2003.

Cada una de les normes, cada un dels repartiments d'aquests darrers anys ha estat com una pinzellada que ha anat dibuixant i contribuint a determinar com havia de quedar configurat el panorama radiodifusor espanyol, amb un cert continuïsme respecte a l'etapa anterior. Les concessions de 1979 i 1989 foren demostracions de poder en les quals es decidia qui podia tenir llicència, quins sectors, persones o empreses en sortirien beneficiats. I la llicència porta implícita altres elements igualment condicionants: una freqüència és també una potència de radiació i els diferents Plans han primat sempre el sector públic; una llicència és una qüestió empresarial i els Plans i diferents normatives no han fet sinó controlar quin ha de ser el seu funcionament, com i en quines condicions es pot transferir, quantes emissores pot tenir com a màxim un mateix concessionari, etc... i qualsevol moviment de l'accionariat i el capital ha de rebre una autorització prèvia.

La normativa ha convertit el sector públic en un sector menys dispers quant a gestió, més configurat com a grup de comunicació, un sector amb nous actors socials, les emissores autonòmiques i municipals, però ha construït les primeres a imatge de RNE, condemnant-les a repetir errors i patir dels mateixos mals. Un sector poderós quant a potència de radiació i nombre d'emissores i, per la mateixa raó, un sector de dimensions força superiors respecte a les altres ràdios públiques europees[1], fins al punt que la competència s'estableix ja entre elles mateixes.

[1] Al 1990, el sector públic espanyol tenia 178 emissores i, per exemple, França en tenia 59, Gran Bretanya 50, Itàlia 23, Portugal 14, Grècia 4, etc... (SÁNCHEZ-TABERNERO; DENTON; LOCHON *et al.* 1993, 68-69)

La mateixa normativa permeté l'entrada de nous actors al sector privat (trencament de l'oligopoli) per, a continuació, deixar les portes obertes a la concentració (retorn a l'oligopoli) i l'entrada de capital estranger, entre d'altres motius perquè, per créixer, les empreses ja no podien comptar, en molt de temps, amb nous repartiments. La neo-regulació, l'aparició de noves empreses radiofòniques, la forta representació del sector públic i l'aparició de tres canals privats de televisió (a més de les televisions autonòmiques), amb la conseqüent saturació del mercat publicitari, han deixat la ràdio (i la resta d'indústries culturals) a mercè del lliure mercat... i les normes del lliure mercat han fet la resta.

El panorama radiofònic espanyol consta d'un sector públic de dimensions considerables, un sector privat en vies de retorn a l'oligopoli i ni una sola veu alternativa, donat que la neo-regulació no ha contemplat les ràdios lliures i les municipals han perdut part del que era la seva essència original.

## 6.3. Panorama radiodifusor: el trencament de l'oligopoli esdevé un miratge

En el periode d'aquests quinze anys analitzats ara, va semblar que l'aparició de nous actors trencaria l'oligopoli heretat del franquisme. La veritat ha volgut ser una altra i en aquests pocs anys hi ha hagut més canvis que en els quaranta anteriors (evident i normal si pensem que la situació política, social, econòmica i cultural espanyola és ben distinta). Però el que semblava apuntar cap a una nova situació, un nou panorama ha resultat ser més del mateix, tot i que ara els noms hagin pogut canviar una mica. Si es fa un repàs hemerogràfic d'aquest periode, es pot observar que la quantitat de notícies referides no només a la ràdio sinó als mitjans, altres indústries culturals i les telecomunicacions en general ha anat *in crescendo*. Resulta una constant trobar editorials, comentaris, notícies, reportatges que donen testimoni de com-

pres, fusions, absorcions, d'emissores de ràdio entre sí, o de cadenes integrades dins grans grups de comunicació, problemes econòmics, ampliacions de capital, reduccions de plantilla, inversions en tecnologia, evolució de la publicitat i d'audiència, etc. Però aquesta informació és sovint només l'epidermis del que realment està succeint.

Un cop exposat el marc legal dins el qual han d'operar les emissores de ràdio, veiem ara quina ha estat l'evolució d'aquestes i serà prou fàcil extreure'n algunes conclusions, la primera i més evident de les quals és que més quantitat d'emissores no ha suposat diversitat de continguts o d'opinió sinó que aquesta quantitat ha quedat reduïda a poques veus. Més, però concentrat. On sí s'han observat canvis és en la política empresarial i gestora de la ràdio espanyola.

### 6.3.1. Emissores gestionades per l'Estat. Ràdios públiques (I)

Les emissores gestionades directament per l'Estat havien iniciat ja un procés de fusió que havia conduït al naixement de Radio Cadena Española, integrada per les antigues cadenes REM, CAR i CES. La tendència a la concentració continuaria i les emissores públiques entrarien a formar part d'un grup de comunicació: l'ens públic RTVE, regulat ja amb l'Estatut de 1980. Diferents mesures contribuiren a la formació del que avui és RNE. Es va començar, l'any 1984, obligant RCE a emetre simultàniament els Diaris Parlats de RNE i dedicant els equips informatius de la primera a la informació local i regional, essent alhora corresponsalies de RNE. La mesura, presa pels directius de les dues cadenes, partia de la base de considerar que l'àmbit de RNE és el de la ràdio pública a nivell nacional i el de RCE, el de la ràdio pública, però regional, provincial i local. Era també una mesura de racionalització de la gestió i contenció de costos, ja que no tenia sentit que les dues empreses

competissin en la producció de grans informatius nacionals, amb les despeses que això comportava.

Quatre anys després vindria la definitiva fusió entre les dues cadenes. L'objectiu seguia essent el mateix: millorar "l'oferta de radiodifusió pública i la gestió conjunta dels mitjans de comunicació que li són propis" (exposició inicial del R.D. de 20 de Juliol). La societat resultant fou Radio Nacional de España, S.A., nascuda amb un capital social d'1.875.000.000 de pessetes, representat per 1.875 accions nominatives d'un milió de pessetes cada una. La cadena passava a tenir quasi 3.500 treballadors i uns 80 centres de producció.

Tot i la fusió, es mantenia la possibilitat d'incloure publicitat i es va fer a través de Radio 5. La fusió tampoc representà, de moment, la pèrdua de cap lloc de treball, un cop els treballadors de RCE quedaren integrats.

Com empresa (societat anònima estatal), RNE:

- està regida pel Dret Privat (sense més excepcions que les que recollia l'Estatut de Ràdio i Televisió de 1980)
- té un capital social que és íntegrament estatal i no pot hipotecar-se, pignorar-se, gravar-se o cedir-se de cap manera (és un capital que pertany en la seva totalitat a RTVE i està representat per accions nominatives)
- queda com a societat gestora única per a la gestió directa del servei públic de radiodifusió espanyola
- el seu pressupost s'ha d'elaborar i gestionar sota el principi d'equilibri pressupostari i la comptabilitat s'ha d'ajustar a les normes legals aplicables a les societats estatals. Periòdicament, s'han de donar comptes de la gestió comptable a la Comissió Parlamentària del Congrés dels Diputats (creada per controlar les societats de l'ens)
- el règim de contractació de les Societats Anònimes estatals queda subjecte al Dret Privat i les relacions laborals queden subjectes a la legislació laboral (els treballadors poden accedir a una plaça fixa, previ concurs)

- com a mitjà de comunicació social de l'Estat, la seva activitat s'ha de basar en l'objectivitat, la veracitat, la imparcialitat de les informacions; la separació entre informacions i opinions, la identificació dels qui opinen i el seu dret a la lliure expressió; el respecte al pluralisme polític, religiós, social, cultural i lingüístic; el respecte a l'honor, la fama, la vida privada de les persones i tots els drets i llibertats reconeguts en la Constitució espanyola; la protecció als infants i als joves i el respecte dels valors d'igualtat.

Inicialment, la seva programació quedava de la següent manera (1989):

***Quadre 16. Oferta programàtica de RNE***

| EMISSORA | COBERTURA | ONA | PROGRAMACIO |
|---|---|---|---|
| Radio 1 | Cadena Nacional | OM | Generalista |
| Radio 2 | Cadena Nacional | FM | Música clàssica |
| Radio 3 | Cadena Nacional | FM | Per a gent jove |
| Radio 4 | Cadena Autonòmica | FM | Sense definir |
| Radio 5 | Emissores locals | OM | Generalista |
| R. Exterior | Emissions a l'estranger | OC | Generalista |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de GARCIA MATILLA 1989, 142*

La fusió, que entrà en vigor al Gener de 1989, arribava en un moment especialment delicat, cercant realment una bona gestió i reducció de costos. L'any 1989 l'entorn comunicatiu havia canviat: s'estaven formant grans grups; hi havia ja deu emissores autonòmiques i unes cinc-centes municipals en funcionament; estaven a punt d'aparèixer en escena 300 noves emissores en FM i tres nous canals de televisió privada; el procés de concentració al sector privat anava creixent però el mercat publicitari continuava essent el mateix. A més a més, feia cinc anys (es decidí a meitats de 1983 però entrà en vigor al Gener de 1984) que el Ministeri d'Hisenda, encapçalat llavors pel socialista Miguel Boyer, decidí **"...retirar la subvenció estatal (a RTVE) a l'explotació**

**de 7.000 milions de pessetes previstes als Pressupostos Generals de l'Estat. A partir de llavors, el Govern va mantenir les subvencions al capital, que disminuiren per altra banda acceleradament any rera any per culminar al 1988 en la molt simbòlica quantitat de 500 milions de pessetes"** (BUSTAMANTE; GIU 1988, 126). Així quedà la ràdio-televisió pública obligada a viure quasi en exclusiva de la publicitat, vulnerant el que estava previst a l'Estatut de 1980. Durant aquests cinc anys, RNE havia estat vivint, en bona part, dels recursos aportats per la publicitat de TVE i de la de Radio 4 i 5. Inevitablement, la crisi de la inversió publicitària televisiva, derivada de l'entrada en funcionament del tres canals privats, l'afectà. L'any 1991 Radio 5 només havia facturat 2.017 milions de pessetes, xifra insuficient per mantenir una plantilla de més de 3.000 persones. La manca de recursos obligà RNE a fer front a un seguit de mesures que, fins llavors, havien adoptat només les privades: baixes incentivades i jubilacions anticipades (al Març de 1992, ja s'hi havien acollit 427 treballadors i es preveia que la xifra arribaria fins a 2.000 al 1996) i també acomiadaments.

Les mesures de racionalització continuaren amb el Pla d'Implantació Territorial d'aquell mateix any 1991, en què es preveia que tinguessin una emissora pública les localitats de més de 60.000 habitants, així com les capitals de Comunitats Autònomes no coincidents amb una capital de província. Aquest Pla suposà el desmantallament d'una part de la xarxa de Radio 5 i tot Radio 4, excepte, temporalment, les emissores de Sevilla i Barcelona, encara que es preveia l'apertura de nous centres emissors a Pontevedra, Huesca, Mérida, Segovia i Santiago de Compostela (al 1992). El resultat fou: 1.800 milions d'estalvi, 120 treballadors acomiadats, a més de 154 treballadors fixos, reubicats en d'altres emissores de RNE, ocupant places vacants per baixa o jubilació anticipada i alliberant-ne algunes que eren cobertes per personal temporal. La situació, malgrat tot, no millorà i clogué l'any 1993 amb la signatura

amb el Govern del contracte-programa (el Consell de Ministres aprovà el R.D. el dia 2 de Juliol), mitjançant el qual el Ministeri d'Economia i Hisenda subvencionava RNE, l'Orquestra i Cors de RTVE i l'Institut de RTVE amb 31.804 milions de pessetes per a l'exercici d'aquell mateix any i preveia incloure 31.000 milions dins els Pressupostos Generals de 1994 per a compensar les pèrdues de 1992. El contracta li suposà per a RNE haver de dependre des d'aquell moment de l'assignació establerta al contracte-programa i perdre l'única font d'ingressos publicitària, donat que des del dia 1 de Juliol d'aquell any Radio 5 ja no podia admetre publicitat, per evitar el doble finançament. El contracte-programa tenia una condició: RTVE havia de liquidar el seu deute amb Retevisión, de 19.000 milions de pessetes, afegint cada any, fins a 1998, 3.000 milions a la seva quota de 13.500. Dins del mateix any, però a la tardor, RNE visqué una nova fase de reconversió que es traduí en la pèrdua de més de 1.300 llocs de treball (de 2.857 a 1.553) afectant 56 categories laborals diferents. A partir de llavors, les notícies sobre demandes dels treballadors i acomiadaments se succeiren.

L'adaptació que el consell d'administració aprovà, referent al personal de Radio Nacional de España queda reflectida al Quadre 17. En ell es pot observar com, tot i la reestructuració, continuava existint una forta divisió del treball i una quantitat gens menyspreable de categories (56).

Quant a la reestructuració prevista del personal dels centres territorials de Radio Nacional, inclosa al pla de reestructuració de RTVE, aprovat pel consell d'administració, és la que consta al Quadre 18. Una reducció del 53,48%. Més de la meitat d'aquest personal existent al 1993. La resultant de totes aquestes mesures de racionalització i concentració són les xarxes amb què RNE divideix actualment la seva oferta programàtica.

***Quadre 17. Pla d'adaptació del personal de RNE***

| Categoria | Actual | Previst | Categoria | Actual | Previst |
|---|---|---|---|---|---|
| Actors | 3 | 0 | Muntadors sincronitzadors | 15 | 1 |
| Auxiliars administratius | 7 | 0 | Oficials administració | 310 | 127 |
| Aux. règim intern | 17 | 8 | Oficials documentació | 36 | 12 |
| Ajudants d'oficis | 25 | 9 | Oficials electricistes | 4 | 5 |
| Aj. de producció | 13 | 3 | Oficials ofici | 12 | 11 |
| Aj. de programació | 60 | 8 | Of. tècnics electrònics | 95 | 10 |
| Aj. de relacions públiques | 3 | 0 | Operadors efectes esp. | 5 | 1 |
| Cantor cor | 1 | 0 | Op. télex i teletip | 11 | 0 |
| Bidells | 11 | 1 | Operadors ordinadors | 3 | 0 |
| Deliniants | 1 | 2 | Ordenances | 67 | 18 |
| Deliniants projectistes | 3 | 1 | Productors coordinadors | 31 | 14 |
| Directius | 54 | 54 | Profes. mitjans complem. | 5 | 2 |
| Documentalistes | 56 | 26 | Profes. sup. complement. | 11 | 3 |
| Encarregats equips oficis | 3 | 1 | Profes. tècnics grau mig | 8 | 4 |
| Enc. tècnics antenistes | 1 | 2 | Profes. tècnics superiors | 2 | 0 |
| Enc. tècnics electricistes | 7 | 2 | Programadors | 85 | 23 |
| Enc. tècnics electrònics | 49 | 29 | Realitzadors | 31 | 12 |
| Esp.music.sincron.muntat. | 5 | 1 | Recepcionistes | 1 | 0 |
| Especialistes so i control | 513 | 360 | Redactors | 515 | 394 |
| Esp. presa de so | 45 | 15 | Redactors en cap | 5 | 1 |
| Guardeses | 2 | 0 | Telefonistes | 16 | 0 |
| Enginyers sup. telecom. | 6 | 4 | Traductors | 6 | 2 |
| Enginyers tècnics telecom. | 18 | 22 | Tècnics antenistes | 8 | 4 |
| Caps administració | 109 | 79 | Tècnics arxius i docum. | 9 | 9 |
| Caps superiors adminis. | 4 | 3 | Tècnics electricistes | 9 | 5 |
| Netejadors | 25 | 0 | Tècnics electrònics | 111 | 87 |
| Locutors comentaristes | 347 | 178 | Tècnics de so | 1 | 0 |
| Locutors presentadors | 1 | 0 | **TOTALS** | 2857 | 1553 |
| Locutors | 56 | 0 | **REDUCCIÓ** | 1304 | |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN, núm. 112, Octubre de 1993*

***Quadre 18. Reestructuració del personal dels centres territorials de RNE***

| TREBALLADORS DELS CENTRES TERRITORIALS DE RNE | | |
|---|---|---|
| *CENTRE TERRITORIAL* | *PREVISTOS* | *ACTUALS (1993)* |
| Sevilla | 31 | 88 |
| Zaragoza | 20 | 51 |
| Oviedo | 17 | 48 |
| Palma de Mallorca | 17 | 32 |
| Sta. Cruz de Tenerife | 22 | 66 |
| Santander | 17 | 40 |
| Toledo | 20 | 22 |
| Valladolid | 24 | 32 |
| Barcelona | 86 | 195 |
| Cáceres | 18 | 34 |
| La Coruña | 25 | 54 |
| Murcia | 20 | 36 |
| Pamplona | 17 | 29 |
| Vitoria | 20 | 41 |
| Logroño | 17 | 29 |
| València | 23 | 50 |
| TOTAL | 394* | 847 |

** A les xifres sobre el nombre de treballadors previstos, cal afegir, a cada centre, un director*

*FONT: Elaboració pròpia a partir de NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN, núm. 114, Novembre de 1993*

**Radio 5**. El Pla de 1978 significà la desaparició de Radio Peninsular, (xarxa, que no empresa, diferenciada de RNE, que admetia publicitat i gaudia de certa autonomia programàtica), excepte dues emissores que aconseguiren una adjudicació provisional per dos anys (Pla de 1978): eren Radio Peninsular de Madrid i Barcelona. Aquesta darrera, però, es mantingué fins a l'any 1984, operant sota l'indicatiu de Radio 5, tot i que hauria d'haver tancat molt abans, segons estava ja previst. Aquell any es va decidir la seva clausura, després d'alguns intents anteriors frustrats. Els diaris del moment recolliren la controvèrsia. Radio 5 era "l'emissora pública dels castellano-parlants de

Catalunya". Segons argumentaven els professionals que hi treballaven, RNE tenia a Catalunya tres emissores d'àmbit nacional (Radio 1 amb 75 minuts diaris d'emissió en català, Radio 2 i Radio 3) i una emissora regional en català (Radio 4, 24 hores en català). I Radio 5 era una alternativa: 20 hores de programació diària dedicades als castellano-parlants residents a Catalunya i la seva realitat i problemàtiques específiques. La pugna era professional i no pas laboral ja que estaven assegurats els llocs de treball (235), ja fos amb la incorporació a d'altres emissores de l'Estat, de l'ens a Catalunya, acollint-se a una indemnització o optant per la jubilació anticipada.

El Reial Decret que regulava la fusió entre les dues societats, RNE i RCE, preveia que la societat resultant podia realitzar una oferta radiofònica amb els següents serveis (Punt 1, Article 7): a) servei d'**Ona Curta** per a l'exterior, b) servei d'**Ona Mitja**, organitzat en una cadena nacional i una altra que podia desdoblar-se en àmbits territorials inferiors, en la mesura que ho permetés la disponibilitat de freqüències, c) servei de **Freqüència Modulada**, organitzat en dues cadenes nacionals i una tercera cadena a cada Comunitat Autònoma que permetés cobertures autonòmiques o locals i, en tot cas, alguns centres emissors que emetessin el programa nacional d'OM en la banda d'FM per a millorar l'audiència en determinades ciutats.

El resultat són les programacions exposades als Quadres 15 i 16, on Radio 5 assumí aquella possibilitat del servei d'OM desdoblat en territoris inferiors, absorbint antigues emissores OM de la RCE ja desapareguda i, en alguns casos, emetent també en FM. Com a conseqüència de la crisi i posterior pla de reestructuració de 1991, algunes emissores de Radio 5 (24), majoritàriament de petites localitats, foren tancades al Juliol. En alguns casos, s'arribà a un acord perquè aquestes emissores clausurades esdevinguessin municipals. La primera fou, al Febrer de 1992, l'emissora municipal de Sama de Langreo (Asturias), que després de la seva programació connectava amb

els informatius de RNE i la programació de Radio 5. Així succeí també, (Abril 1992), per exemple entre d'altres localitats, a Tortosa (Tarragona), on la nova emissora municipal podria fer ús, mitjançant un conveni de dos anys, de les que havien estat instal.lacions de Radio 5 en aquella localitat i podria igualment emetre la programació de qualsevol de les cadenes de RNE, un cop finalitzada la seva programació pròpia. Al Juny del mateix any l'emissora d'Utiel (València) esdevenia també municipal. En aquest cas, s'arribà a l'acord que a canvi de l'ús de les instal.lacions, RNE demanava la construcció de dos repetidors per a rebre els senyals de Radio 2 i Radio 3.

El canvi més important es produí quan, després de tants anys d'oferir una programació generalista, basada sobretot en la diversió i l'entreteniment, Radio 5 fou convertida, l'Abril de 1994, en Radio 5 Todo Noticias, una emissora *all-news*, de cobertura estatal, amb 63 emissores.

**Radio 4**. L'altra canal polèmic de RNE ha estat Radio 4. El seu antecedent és Ràdio 4 de Barcelona, nascuda al 1976, amb el privilegi de ser la primera emissora que emetia íntegrament en català, des de 1936. Després aparegué Radio Catro, que ho va fer en gallec, i Radio 4 a València, Madrid, Euskadi, etc... Així es repartí per la geografia espanyola, funcionant amb una cobertura territorial que coincidia amb la de les Comunitats Autònomes, tal i com ja es contemplava al pla de fusió de 1988. En aquelles Comunitats Autònomes que ja disposaven de mitjans propis, Radio 4 tenia un percentatge de producció pròpia més elevat (especialment si són comunitats amb dues llengües) **"el que vol dir que Radio 4 suposa una descentralització informativa i que competeix com a canal autonòmic amb els altres canals autonòmics nascuts a l'empara dels Estatuts d'Autonomia"** (PEÑAFIEL 1992, 99). I vol dir, igualment, que aquesta descentralització la fa una ràdio més cara.

Dos anys després, el pla de reestructuració de 24 de Juliol de 1991, que ja havia marcat Radio 5, l'afectà igualment i al Juliol foren tancats tots els centres emissors, excepte els de Sevilla (que va emetre durant l'Expo) i Barcelona (convertida en la Ràdio Olímpica). Quant als centres emissors clausurats (24), passaren a ser reemissors de RNE. Radio 4 de Barcelona ha seguit un curiós camí: a les darreries de 1994, RNE signà un conveni amb el Consorci de Comunicació Local (entitat que agrupa la Diputació de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Area Metropolitana de Barcelona i l'EMUC, associació d'Emissores Municipals de Catalunya), mitjançant el qual es garantia la continuïtat de l'emissora que, a més, passava a ser capçalera informativa de moltes emissores municipals catalanes. Radio 4 a Barcelona inicià una programació generalista, basada en el fitxatge d'estrelles.

**Radio 3**. La polèmica amb aquesta xarxa ha estat una qüestió purament programàtica. Radio 3 nasqué com el Tercer Canal de RNE, el canal cultural. Però la seva programació, emesa en FM, ha experimentat algunes variacions. Radio 3 havia prestat sempre gran atenció als moviments d'avantguarda, als grups experimentals, a tota mena de moviments socials, culturals, literaris, artístics i a les minories juvenils. A meitats de l'any 1990 el consell d'administració de RTVE decidí que la cadena (45 emissores) es convertiria en una ràdio musical (bàsicament *pop* i *rock*) i admetria publicitat. La idea era convertir Radio 3 en una emissora comercial, competitiva i adreçada a la gent jove, prenent com a model la programació de la britànica BBC1. Essencialment, quedà definida com una emissora, podríem dir que temàtica, musical adreçada a la gent jove (música sense classificar, que pot anar del *pop*, al *new age*, o al *country*, passant per d'altres modalitats), de set del matí a 8 del vespre, amb programes especialitzats, de les vuit del vespre en endavant. Els seus treballadors també mostraren les seves discrepàncies.

Les altres emissores, amb problemes però sense tanta polèmica, de moment, són:

**Radio 1**. Amb 49 centres emissors, emet en OM (en alguns llocs dobla la programació en FM) una programació totalment generalista, d'àmbit nacional, amb algunes petites desconnexions locals, especialment pels informatius. Es, sense dubte, la cadena que disposa d'una millor cobertura territorial a Espanya.

**Radio 2**. Nasqué al 1957 a Madrid com a Segon Canal de RNE, el musical, i fou la primera emissora espanyola en FM. Emet, a través de 45 centres emissors, una programació especialitzada monogràfica basada en la música clàssica. Radio 2 ha estat, a més, productora i promotora de documents sonors únics que han enriquit la fonoteca de RNE fins a convertir-la en una de les més importants. L'Abril de 1993 Radio 2 inicià una nova programació que provocà una gran polèmica, entre d'altres punts perquè incloïa informació i desapareixien dos programes especialitzats. La nova programació contemplava també quatre grans blocs en directe de dues hores i adequar els continguts als horaris d'emissió (per exemple, la música contemporània d'avantguarda quedava relegada a les 10 de la nit, quan abans s'emetia a les 6 de la tarda, per considerar que és minoritària). Aquell mateix mes d'Abril, cent intel.lectuals, associacions de compositors i intèrprets, periodistes i artistes espanyols signaren un manifest en què es reclamava, per a l'emissora, el màxim rigor i pluralitat cultural, una millora de la qualitat tècnica, que es mantingués lluny de les pugnes per aconseguir audiència (donat que és un servei públic) i es manifestaven contraris al retall pressupostari que patia l'emissora, que havia passat de 107 milions de pessetes a 57. Entre d'altres motius, el canvi programàtic, en introduir informació i retallar hores

d'emissió músical, podia suposar que els intèprets i autors contemporanis (sobretot si encara eren vius[1]) perdessin ingressos per drets d'autor.

**Radio Exterior de España**. Va començar a emetre al 1977. El seu abast és intercontinental. Amb el seu Servei Mundial, la finalitat de REE és: oferir als espanyols residents a l'estranger, en castellà i d'altres llengües oficials a Espanya, informació i temes d'actualitat, a través de notícies, reportatges, cròniques de corresponsals, comentaris, resums de la premsa i d'altres programes. El Servei Mundial emet des d'Arganda (Madrid) i Noblejas (Toledo) per Amèrica, Europa, Africa, el Magrib, Orient Mitjà, Austràlia, Japó i Filipinas. L'Abril de 1993, posà en marxa el Servei Iberoamericà, des de Cariaci de Pococí (Costa Rica). El Servei emet dotze hores al dia amb una estructura programàtica similar a la del Servei Mundial. Les seves emissions poden ser rebudes a tots els països d'Amèrica Central, nord de Sudamèrica, el Carib i sud d'Estats Units.

La ràdio pública, en definitiva, fou inclosa dins un grup, l'ens públic RTVE, i, com a conseqüència de les mesures neo-liberals del Govern socialista, empesa, com TVE, a dependre de la publicitat, del lliure mercat. Entrà, llavors, en el joc de la competència, el *prime-time* i la diversificació programàtica, basada en programacions més estàndar que no pas alternatives. El seu comportament és cada cop més similar al de les emissores privades, però la competitivitat no s'estableix només amb elles sinó també amb les pròpies autonòmiques. Concentració, racionalització, gestió moderna i eficaç, reducció de costos i plantilles... entren a formar part del seu procés normal de desenvolupament. Racionalitzar i modernitzar la gestió de RNE (com la de tot l'ens

[1] L'Article 26 de la Llei de Propietat Intel.lectual de 1987 estableix que: "Els drets d'explotació de l'obra duraran tota la vida real de l'autor i seixanta anys després de la seva mort".

RTVE) no és tasca fàcil, quan s'arrosseguen tant anys de funcionariat i situacions privilegiades, en què no s'ha conegut la competència real ni els acomiadaments. Les ràdios autonòmiques nasqueren amb una estructura organitzativa idèntica i han acabat arrossegant els mateixos problemes que el seu model. Es va voler fer una reconversió i una concentració garantint tots els llocs de treball i assegurant que res no canviaria. El panorama comunicatiu format al llarg dels anys '80 s'ha encarregat de treure-li la raó. **"De fet, passat el temps, es comprova el greu error que es va cometre amb la decisió de la fusió, en lloc de convertir directament els canals de Radiocadena Española en emissores autonòmiques i locals previs acords amb les autoritats corresponents. El resultat ha estat una sobredotació de la plantilla de RNE, que ha incrementat els problemes per a resoldre la crisi que ve patint RTVE"** (CEBRIAN HERREROS 1992, 218).

D'altra banda, no hem d'oblidar que la gestió de la ràdio pública es configura, en bona mesura, segons el Govern de torn (i de moment portem més de dotze anys amb el mateix). Si per una banda, lluita per una bona gestió, basada en la racionalització, bon aprofitament dels recursos (materials i humans) i la reducció de despeses, per l'altra, sempre és pendent de qui la dirigirà i quines són les seves consignes polítiques. Lluny de preocupar-se pel que s'ha de fer en el present, els diferents equips semblen més preocupats per criticar la gestió anterior i assegurar que els problemes que es viuen ara són una herència.

### 6.3.2. Emissores gestionades per les Comunitats Autònomes. Ràdio públiques (II)

Els ens públics autonòmics neixen amb la mateixa estructura que té RTVE. I les ràdios autonòmiques seguiran més o menys el mateix camí. Tenen

una doble via de finançament: subvenció consignada als Pressupostos Generals i publicitat. Les excepcions són Onda Madrid, que rep un crèdit públic (DÍAZ MANCISIDOR 1994, 243), i les emissores Canal Sur Radio que, de moment, no admeten publicitat. Les seves programacions són molt similars. I també tenen, junt amb les televisions autonòmiques, importants dèficits.

#### 6.3.2.1. Euskadi

Les seves emissores són ***Euskadi Irratia***, ***Radio Euskadi***, ***Radio Vitoria*** i ***Euskadi Gaztea***. El seu objectiu, igual que totes les societats que depenen de l'ens públic Euskal Irratia Telebista, és "la promoció de la cultura i la llengua basca, establint a efectes de la utilització de l'euskera, els principis bàsics de programació, tenint present la necessitat d'equilibri a nivell d'oferta global d'emissions radiotelevisives en llengua basca a la Comunitat Autònoma" (Article 3.h., Llei de 20 de Maig de 1982, de creació de l'ens EITB). Carmen Peñafiel explica la complexitat i possibilitats d'Eusko Irratia (1992, 66): inicialment, el Pla General comprenia dues xarxes en FM i estéreo, que cobrien la pràctica totalitat de la comunitat i oferia dos programes diferents en FM a Bilbao i San Sebastián i un centre d'emissió i producció de difusió local i provincial per Vitoria i Alava, en FM i OM. Al Juny de 1989, el Govern de Vitoria i el Ministeri de Transports, Turisme i Comunicacions signaren un conveni pel qual Radio Euskadi podria disposar de sis freqüències d'OM. I el 21 de Març de 1990 Eusko Irratia ocupà l'FM amb una nova programació, sota el nom d'Euskadi Gaztea (Euskadi jove). La xarxa tècnica fou creada pel govern autonòmic.

**Euskadi Irratia** (Programa 1 d'Eusko Irratia), fundada al Maig de 1982, emet en FM i OM, en euskera, 24 hores al dia, una programació generalista, per a

tota la comunitat, on destaquen els espais informatius i també la música. El seu centre de producció és a San Sebastián.

**Radio Euskadi** (Programa 2 d'Eusko Irratia) nasqué com emissora bilíngüe i amb una programació generalista en FM. El projecte fracassà al 1986 quan, sota la direcció general de José María Gorordo, es transformà en una ràdio comercial, amb programació ràdio-fórmula (alternant informatius i música, una notícia per cada dos discos, a més de 20 butlletins horaris i quatre informatius en hores punta) i amb una presència de l'euskera cada cop més residual (PEÑAFIEL 1992, 67 i 310). Tres anys després, s'ha tornat a la programació generalista a les emissores de Bilbao i Vitoria, amb un reforçament dels espais informatius, culturals i esportius. La presència de l'euskera segueix essent insignificant. Emet també en OM. La seva cobertura abasta tot Euskadi.

**Radio Vitoria**. Emet en OM per a tot Alava. Aquesta emissora, la decana d'Alava (1934), fou durant molts anys associada de la SER fins que al 1981 el Govern basc la comprà a la seva propietària, la Caja de Ahorros de Alava. Al 1983 es desvinculà de la cadena i entrà a formar part de l'ens, emetent conjuntament una part de la programació amb Radio Euskadi, com segueix fent actualment (butlletins horaris, informatius principals i dos magazines). Per la seva banda, **Gasteiz Irratia** (Radio Vitoria) en FM, emet també per a tot Alava, però una programació de tipus fórmula musical adreçada a la gent jove.

**Euskadi Gaztea**. Emet en FM una ràdio-fórmula musical (l'oferta és doble: en castellà i en euskera) dedicada a la música jove i com alternativa als programes de tipus 40 Principales o llistes d'èxits (PEÑAFIEL 1992, 67).

#### 6.3.2.1. Catalunya

Actualment compta amb quatre ofertes programàtiques, quatre cadenes que depenen de la Corporació Catalana de RTV. Totes elles emeten en FM, íntegrament en català, les 24 hores del dia, fent així la seva aportació al

procés de normalització lingüística (Llei de Normalització Lingüística de 1983). La Llei de 30 de Maig de 1983, que creava l'ens públic, ja exposava a l'Article 14 que els principis inspiradors de la programació de la CCRTV són, entre d'altres, el respecte a la llibertat d'expressió, al pluralisme polític, social, cultural, religiós i lingüístic i la promoció de la llengua i cultura catalanes.

La xarxa tècnica fou creada pel govern autonòmic, com igualment, el 24 de Desembre de 1993, el Parlament català aprovà el projecte de llei de creació del Centre de Telecomunicacions de la Generalitat, entitat de dret públic amb personalitat jurídica pròpia i regida per l'ordenament jurídic privat. El Centre inclou la xarxa tècnica de la CCRTV i les seves empreses filials (TV i ràdio), el personal tècnic que treballa en aquestes empreses, les xarxes de la Policia Autonòmica, els Bombers i Protecció Civil, la Direcció General de Carreteres, Medi Ambient, Ferrocarrils Catalans de la Generalitat, l'Entitat Autònoma de Jocs i Apostes, Sanitat, la Junta d'Aigües i el Cos d'Agents Rurals. Destaquen entre les seves funcions: gestionar els serveis i sistemes de telecomunicació (els que corresponen a la Generalitat); implantar, explotar, coordinar i supervisar els sistemes i serveis de telecomunicació que l'Administració catalana necessiti; fer la planificació tècnica, implantació, operació i manteniment dels sistemes de telecomunicacions; assessorament tècnic en relació a les telecomunicacions corporatives i formació de personal tècnic, etc... La nova entitat preveu finançar-se mitjançant els recursos derivats de la seva activitat, els productes, rendes o increments del patrimoni, les subvencions de la Generalitat o d'altri, donacions d'altres administracions, particulars, etc. El Centre de Telecomunicacions no té control parlamentari ni consell assessor.

**Catalunya Ràdio**. Fou la pionera. Començà a emetre al Juny de 1983. La seva cobertura abasta tot el territori català. La seva és una programació generalista, més del tipus mosaic que de blocs, i ofereix informatius, esports, magazines i

programes especialitzats (cinema, cuina, literatura, música *pop*, *rock* i folclòrica catalana, etc...).

**Ràdio Associació de Catalunya**. Coneguda com RAC-105. Es l'antiga emissora en OM que l'Associació Nacional de Radiodifusió obtingué de la Generalitat, un cop trencades les seves relacions amb Unión Radio (quan aquesta comprà Ràdio Barcelona) i funcionà en règim de cooperativa. Inicià les emissions al 1929, amb l'indicatiu EAJ-15. Era l'única emissora que funcionava quan les tropes franquistes entraren a Barcelona i, tàctica del vencedor, la van expoliar i convertir en Radio España de Barcelona (Veure apartat 5.3.2.3.). El 2 d'Abril de 1984 tornava a emetre, ara en FM, gràcies a la cessió que la cooperativa féu a la Generalitat dels dret d'explotació. La seva és una ràdio-fórmula musical per a gent jove però adulta (pop per adults).

**Catalunya Música**. Tercer canal, creat al Maig de 1987. Ofereix una programació especialitzada monogràfica basada en la música clàssica.

**Catalunya Informació**. Quart i últim canal, començà a emetre l'11 de Setembre de 1991. Obtingué les freqüències d'emissió llogant canals principals d'una societat de fil musical, Radio Ambiente Musical, S.A. a Reus, Girona i Barcelona (tres llicències que la Generalitat havia concedit aquell mateix any, entre les 28 que li corresponien del Pla de 1989). Es tracta d'una emissora *all-news*, que emet informació les 24 hores del dia.

### 6.3.2.3. Andalusia

La ràdio andalusa és integrada a l'ens públic Radio Televisión de Andalucía (RTVA), creat amb la Llei de 9 de Desembre de 1987, seguint la mateixa línia que els altres ens autonòmics, és a dir, seguint el model de RTVE. Les seves emissores són Canal Sur 1 i Canal Sur 2. Ambdues emeten en FM, les 24 hores del dia. Compten amb els següents centres de producció: regional, a

Sevilla i Málaga; provincial, a Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva i Jaén; local, a Jerez de la Frontera i Algeciras. La seva xarxa tècnica és pròpia.

**Canal Sur 1**. Començà a emetre a finals de 1988, tot i que, igual que succeí amb Canal Sur 2, les dates variaren segons el centre de producció. Ofereix una ràdio-fórmula musical per a gent jove, que va des de la música més ràpida, fins a la de tipus mig i lent, des de la música dels '60 fins als temes rítmics i ballables, com són ara el *rap*, el *rock*, el *funky*, *disco* (PEÑAFIEL 1992, 79).
**Canal Sur 2**. Començà a emetre a finals de 1989. Ofereix una programació de tipus generalista (informació, esports, magazines, actualitat andalusa, música popular i andalusa...).

#### 6.3.2.4. Galicia

La Llei d'11 de Juliol de 1984 creà l'ens públic Radio-Televisión de Galicia, una de les societats del qual és Radio Galicia. En aquest cas, com en els casos basc i català, la ràdio gallega (com la televisió) neix per promoure i difondre la cultura i llengües autòctones, defensar la identitat gallega i respectar el pluralisme polític, religiós, social, cultural i lingüístic (Art. 16 de la Llei). La seva xarxa tècnica fou creada pel govern autonòmic.

**Radio Galega**. Neix al 1985. Emet en FM, en gallec i cobreix tot l'àmbit territorial. La seva és una programació de tipus generalista, basada especialment en els informatius, els esports, els magazines (el que més sobresurt) i la música, fonamentalment discos d'èxit í programes especialitzats de música clàssica, hispanoamericana, *jazz* i floclore gallec (PEÑAFIEL 1992, 320).

#### 6.3.2.5. Madrid

La ràdio autonòmica madrilenya depèn de l'ens públic Radio Televisión Madrid, creat amb la Llei de 30 de Juny de 1984. La seva emissora de ràdio empra la xarxa de Retevisión.

**Onda Madrid**. Començà a emetre al Febrer de 1985. Està formada també per una cadena d'emissores locals associades i conjuntament ofereixen, en FM, una programació local, circumscrita a la Comunitat de Madrid. Cada emissora té una titularitat pròpia i cada municipi es responsabilitza dels costos d'emissió (personal, equip tècnic...). Aquestes emissores disposen d'una línia microfònica fixa, de punt a punt, amb Onda Madrid, la qual proporciona la programació durant 24 hores, en estéreo. Cada emissora es reserva unes hores de desconnexió, emprant el seu propi indicatiu, amb una programació pròpia però que segueix les directrius generals de la cadena, a més de funcionar com a corresponsal del seu municipi (PEÑAFIEL 1992, 75-76). Ofereix una única programació generalista, però, per això mateix, destaca l'excessiu tractament musical (*Op. cit.*, 318).

#### 6.3.2.6. València

L'ens públic Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) nasqué amb la Llei de 4 de Juliol de 1984. I seguint amb la línia de les Comunitats Autònomes amb llengua pròpia, els mitjans inclosos en aquest ens es basaren en els principis de promoció i protecció de la llengua pròpia de la Comunitat Valenciana, el respecte al pluralisme polític, social, religiós, cultural i lingüístic, el valor de la igualtat, etc.. (Article 2 de la Llei). La seva emissora de ràdio empra la xarxa de Retevisión.

**Canal 9**. Començà a emetre a finals de 1989. Emet en FM, en valencià, 24 hores al dia. En una primera etapa (fins a 1990) oferia una programació de tipus generalista però amb una marcada presència del gènere musical. Posteriorment, es decidí reduir la quantitat de música (PEÑAFIEL 1992, 81). Disposa d'una emissora a cada capital de província.

#### 6.3.2.7. Murcia

L'ens públic Radio Televisión Murciana aparegué amb la Llei d'11 de Novembre de 1988. La xarxa tècnica és pròpia.

**Onda Regional Murcia**. Funciona des de Desembre de 1990. Emet en FM, una programació generalista. Té punts emissors a Murcia, Cartagena, Jumilla, Ricote, Yecla, Lorca, Mazarrón i Aguilas, cobrint així tota la regió.

#### 6.3.2.8. La FORTA

La FORTA, Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autonòmiques, fou creada formalment el 5 d'Abril de 1989. Nasqué com a associació sense ànim de lucre i té personalitat jurídica pròpia. Els seus objectius bàsics són (FORTA, 1989):

- associar els organismes o entitats de Ràdio i Televisió autonòmiques
- respectar la personalitat, naturalesa i independència de cada una de les Entitats que la formen
- cooperar i ajudar-se en temes com els drets de propietat intel.lectual, retransmissions esportives i culturals; connexions d'emissió, recepció de servei de notícies i transmissions; intercanvi de programes i serveis; participació de les organitzacions professionals nacionals i internacionals de ràdio i televisió, etc...
- afavorir una àmplia comunicació i diàleg entre els socis

- que la presa de decisions sigui conjunta i participativa
- d'altres objectius són: aconseguir els millors programes estrangers i productes interns competitius; aconseguir estalviar mitjançant les compres conjuntes, les corresponsalies compartides i l'intercanvi de notícies, que permet no haver d'establir delegacions (a finals de 1990, la FORTA engegà el Centre Tècnic que ofereix serveis de comunicació i intercanvi entre els socis de materials. L'intercanvi es fa a través d'una xarxa terrena en estrella, combinada amb un satèl.lit), etc...

La seva estructura és (FORTA 1989, 3):

- *Presidència.* Màxim òrgan representatiu, és rotatòria, cada sis mesos, entre els directors dels diferents ens públics associats
- *Junta General.* Màxim òrgan directiu. Estableix els plans i directrius d'actuació. Està format pels directors dels ens públics associats
- *Comitè Executiu.* Màxim òrgan executiu. Desenvolupa els plans operatius, d'acord amb les directrius marcades per la Junta General. Està format, segons els temes que es tractin, pels directors de ràdio o els de televisió
- *Secretaria General.* Organ executiu. Coordina i canalitza tota la informació entre les Comissions de Treball i els òrgans directius de la Federació i executa els plans operatius dissenyats pel Comitè Executiu
- *Comissions de Treball.* Cada Comissió està formada per un representant de cadascun dels socis de la Federació i elaboren propostes, mantenen el flux d'informació entre els socis... Entre d'altres, hi ha la Comissió d'Audiència, de Comercialització, de Compra de Drets, Financera, d'Informatius, Jurídica, de Programes, Tècnica, etc...

Una de les decisions més polèmiques presa per la FORTA fou la contractació de paquets de publicitat conjunts per a TV. La proposta entrà en

vigor al Febrer de 1992 i significava unificar la política comercial, obrir les franges horàries de *prime-time* (migdia, 21:00 a 22:30hs. i 24:00 a 00:30hs.) per emetre un paquet publicitari comú i, en conseqüència, aconseguir una rebaixa per a les firmes contractants. Immediatament, Antena 3 TV presentà una demanda contra la FORTA per "competència deslleial" en la contractació publicitària. Antena 3 TV considerava il.lícita la cessió a la FORTA, per part dels canals autonòmics, de la gestió de publicitat. Un mes després, el resultat de la demanda fou desfavorable a Antena 3 TV.

Quant a la ràdio, la FORTA disposa d'un sistema múltiplex perquè les emissores puguin intercanviar-se informació de les seves respectives comunitats. La qüestió idiomàtica (emissores basques, catalanes, gallegues i valencianes) fa que, en ocasions no es puguin intercanviar documents sonors o s'hagin de traduir les informacions.

### 6.3.3. Emissores de gestió indirecta. El sector privat

Fins al 1978, el panorama radiofònic espanyol es definí pel seu caràcter marcadament oligopolístic. El sector privat es composava de pocs actors: SER, R. España de Barcelona, Rueda de Emisoras Rato, Compañía de Radio Intercontinental, Radio Popular i unes quantes emissores, la major part de les quals ja estava o acabaria associada a una gran cadena (R. Huesca, de la Caja de Ahorros; R. Santander, de Propulsora Montañesa; R. Zaragoza, de la Compañía Aragonesa de Radio; Cultural Radio, de Cultural Radio España; els patronats de Ràdio Móra d'Ebre, Ràdio Olot, els Ràdio Club com el de Terrassa o Manresa, etc...). El Pla Tècnic de 1979 significà l'inici d'un seguit de canvis, que són els que defineixen el sector radiofònic privat en aquesta etapa: trencament temporal de l'oligopoli, moviment creixent de concentració, creació de grans cadenes de ràdio en base a la integració de ràdios locals,

aparició (o supervivència) d'unes poques cadenes independents d'àmbit local o autonòmic. Les grans protagonistes d'aquests anys són les cadenes, que per la via del creixement extern han inclòs a la seva òrbita d'actuació moltes emissores locals, la qual cosa explica que un major nombre de ràdios (concessions de 1979 i 1989) s'hagi traduït en una reducció de la pluralitat de veus. Aquesta mateixa estratègia explica la forta mobilitat que hi ha hagut en els darrers anys en aquest sector, mobilitat que respon a la necessitat de créixer i, si no es fan més concessions, el creixement s'ha de fer comptant amb el que ja existeix.

L'altre tret definitori del sector privat en aquesta època és el nou marc de competència en el qual es mou. Un marc definit per l'aparició i creixement de grans grups de comunicació. No importa si les cadenes no pertanyen a un grup, ja que igualment els tenen en el seu horitzó, són el seu nou competidor i els moviments i canvis s'expliquen a partir de la seva irrupció amb força a l'ecosistema comunicatiu.

La ràdio privada de les dècades dels '80 i '90 traspassa fronteres, s'alïa amb i es deixa participar per capital estranger, es concentra, diversifica la seva oferta programàtica, malgrat que aquesta sigui força homogènia quant a continguts.

La neo-regulació, la presència dels grups han despertat la ràdio espanyola d'una llarga letargia, en la qual es movia com una empresa d'estructura familiar, de direcció paternalista, basada en l'obtenció de guanys ràpids, una manca continuada de reinversió en el propi mitjà i immersa en un mercat dominat per la rendibilitat política, per la qual cosa no existia autèntica competència. De moment no li calia gaire més. Fins que aparegueren les ràdios i televisions autonòmiques, 300 noves emissores en FM i tres canals privats de televisió. Ara ja eren més a repartir-se el mateix mercat. Un cop canviades les normes i amb nous participants en la competició, la ràdio no podia continuar actuant de la mateixa manera, havia de canviar la seva estructura empresarial,

havia de pensar a reinvertir en ella mateixa, havia de millorar l'adequació producte-públic (programa-audiència), havia de tenir molt present que ja existia competència i aquesta era intra-mitjà i inter-mitjans. Un dels nous competidors tenia una talla més elevada (els grups). Havia de tendir, en definitiva, cap a una gestió moderna, fonamentada en la racionalització i les tècniques de direcció i marketing. Per primera vegada, en molt de temps, havia de competir realment segons les regles del mercat. Es la ràdio que es mou i desenvolupa en un entorn multimediàtic. Es la ràdio que no només lluita per un tros de mercat sinó que també lluita per no ser absorbida. I l'absorció no només la poden fer grups nacionals sinó també estrangers, que encara són més forts. El que està en joc, segons alguns, és la seva supervivència. Per d'altres, la ràdio s'exposa a quedar com un mitjà residual.

Explicar què ha passat darrerament al sector privat obliga a unir les històries de les diferents cadenes i emissores privades. La iniciativa d'una empeny les altres; la feblesa d'una desperta l'interès de les altres; les grans es mengen les petites i deixen unes poques independents d'incert futur. Tot sovint l'ascensió d'una cadena s'explica a través de la caiguda d'una altra. I, encara més, explicar què ha passat darrerament al sector radiofònic privat obliga a tenir present els grups.

#### 6.3.3.1. El naixement de noves emissores trenca l'oligopoli

L'any 1982 començaren a sentir-se veus noves al dial radiofònic espanyol. Naixien les noves cadenes, algunes ambicioses com Antena 3 i Radio 80, d'altres més modestes com les regionals Cadena 13 o Radio Color. Antena 3 de Radio nasqué amb 54 emissores, 23 per concessió directa i la resta per associació. En el cas d'aquesta nova cadena radiofònica resulta interessant observar qui hi havia darrera i en què basà la seva estructura. Antena 3 fou

una gran operació muntada per crear un grup de ràdio, des de la premsa, amb els ulls posats i les ambicions posats a la televisió.

Antena 3 de Radio s'inscriví al Registre a l'Octubre de 1981 i començà a emetre al Maig de 1982. **"En la constitució de la societat intervénen Javier de Godó Muntañola, com apoderat de la companyia Antena 3, S.A., domiciliada a Barcelona, Antonio Asensio Pizarro, Manuel Martín Ferrand, Rafael Jiménez de Parga i Mariano Armero Alcántara"** (FRANQUET 1988, 90). El capital social de partida d'Antena 3 fou de 50 milions de pessetes, que s'ampliaren a 300 l'Abril de 1984, a 500 milions, al Juny del mateix any i a 700, al Novembre també de 1984 (*Op.cit.*, P. 90). Aquestes eren les persones que hi havia al darrera, una bona i representativa mostra del sector editorial del moment: *La Vanguardia*, el grup Zeta i Europa Press. I així es presentava a la premsa la sortida de la nova cadena, sense amagar objectius futurs (PEREZ ORNIA 1982, 66): **"El capital social d'Antena 3 per a les emissores de ràdio és de 200 milions de pessetes i uns altres tants per a les futures emissores de televisió. Les seves inversions mitges per a les instal.lacions i equips tècnics puja a una mitja de 10 milions de pessetes per emissora (35 milions a les emissores de Madrid i, quan hi hagi l'autorització, de Barcelona). Es a dir, uns 500 milions de pessetes, als quals se sumen uns 300 milions anuals en costos de producció"**. A més, estava previst que emetés les 24 hores del dia, en so estereofònic, amb butlletins cada hora i en cadena la meitat del temps, ocupant una mitja de cinc persones per emissora, exceptuant l'emissora de Madrid que comptaria amb uns 40 treballadors. El seu codi ideològic era: respectar la Constitució, defensar la sobirania del poble i el desenvolupament dels drets humans, defensar la unitat política d'Espanya i de la seva diversitat lingüística i cultural, defensar la Monarquia parlamentària, defensar l'economia de mercat i el progrés social.

Antena 3 Radio muntà la seva estructura basant-se en l'associació amb emissores regionals, que tenien darrera, en molts casos, empreses editores regionals: Antena 3 de Radio Galicia, S.A., Antonio Caballé Sesé, Talleres de Imprenta, S.A. (*La Vanguardia*, capçalera del grup Godó), Prensa Española, S.A. (*Abc*), Europa-Press, S.A., El Mundo Deportivo, S.A. (del grup Godó), Telepublicaciones, S.A., La Voz de Galicia, S.A., Cadena de Prensa y Radio, S.A., Radio Profesional, S.A., Antonio Asensio Pizarro (president del Grupo Z), Asociación de la Prensa de Oviedo, Diario de León, S.A., Euroradio, S.A., Radio y TV de Extremadura, S.A., Radiofonía Principal, S.A., Red de Emisoras de Castilla La Mancha, S.A., *Ultima Hora* (diari del grup Serra, Palma de Mallorca). Era una gran cadena, formada per la suma de cadenes més petites d'implantació regional. Naixia ja amb força i mitjans moderns un competidor perillós.

1982 fou també l'any en què la COPE, "vella" cadena, inicià un pla de reestructuració (primera que assumia aquesta responsabilitat) que, entre d'altres elements, inclogué les primeres emissions en cadena, començant pels programes esportius, per continuar en anys posteriors amb informatius i magazines. Fins llavors, havien estat considerats grans encerts de la cadena els seus circuits regionals a Galicia i Euskadi. La capçalera del circuit gallec, Radio Popular de Vigo, havia estat la primera que va emprar l'idioma propi dins la seva programació habitual. Els informatius i programes bascos destacaven pel seu tractament i anàlisi de l'actualitat de la comunitat autònoma. Per contra, les emissions en cadena són emissions centralitzades des de Madrid i és un fet que resten hores de programació local de producció i temàtica pròpia.
Un altre dels punts importants que es plantejà la cadena fou millorar la seva cobertura, especialment en localitats importants. Un dels seus punts febles i d'on s'esperava aconseguir millor resposta de l'audiència era Catalunya i, més

concretament, Barcelona, on la COPE no comptava amb una emissora pròpia en OM. El primer pas fou associar-se, l'any 1983, amb R. Miramar per tal que aquesta emetés la seva programació generalista. I aquell mateix any, la COPE fitxà Luís del Olmo. Aquest professional de la ràdio abandonava així RNE i no van faltar veus que auguraren la fi de la seva carrera, entre d'altres coses perquè la potència d'emissió de RNE respecte de la COPE no admetia comparació. Però la veritat fou diferent. Del Olmo va dur la COPE a cotes d'audiència importants i la va deixar en mala situació quan va entrar a Onda Cero. Segons explica L. Díaz (1992, 426 i 437): **"L'autor de la perestroika d'aquesta cadena d'emissores de l'Església és el pare Gago (...). En una intel.ligent estratègia del pare Gago, la cadena, que exhibia fins llavors un paper local i parroquial, s'apropia de gran part de l'audiència de la ràdio pública després de l'arribada d'Alejo García, Encarna Sánchez i, especialment, Luís del Olmo"**. La COPE (o el pare Gago) semblava tenir molt clar que la via del "localisme" no era la millor per competir en aquelles noves circumstàncies i que una forma de créixer era aconseguir les coses i persones que tenia un altre i que havia estat formant durant anys. Perquè, en definitiva, el que es va fer fou anar a buscar una persona de fora que sabés "lidiar" amb tots els canvis. I aquesta persona fou Eugenio Galdón, antic militant d'UCD, nomenat al 1981 director del gabinet del llavors president Calvo Sotelo, home de confiança de la cúpula del partit i relacionat amb l'Opus Dei. Després de les eleccions d'Octubre de 1982, Galdón diversificà les seves tasques fins que fou nomenat director de la COPE (DÍAZ 1992, 426). I la primera cosa que va fer, partint de la consideració que el que fa la COPE és vendre un producte, és aplicar un Pla de Marketing, que inclouria molt dels canvis i reestructuracions que estem esmentant.

Els "trasvassaments" de professionals també eren notícia: inicià el procés Luís del Olmo, que marxà de RNE a la COPE[1]. Tot plegat podria semblar anecdòtic o, fins i tot, banal, si no fos perquè amb aquest i posteriors fitxatges s'inaugurava una època en la qual els professionals de la ràdio passaven a tenir una altra consideració, un pes específic determinant pel desenvolupament d'una cadena. S'iniciava una etapa marcada per un excessiu protagonisme d'aquestes persones, que ha conduït algunes cadenes a esdevenir quasi "esclaus" de la seva presència. L'*star-system* radiofònic començava a hipotecar les ones, condicionant la seva bona marxa (audiència i facturació) a la presència d'una sola veu. Es va començar a dir que la ràdio ja no era mestressa de la seva pròpia programació, sinó que es limitava a "llogar antena" a un seguit de professionals que esdevenien empresaris dins de l'empresa, negociant o rebent un tant per cent de la publicitat dels seus programes, amb contractes blindats i, conseqüentment, unes indemnitzacions milionàries.

La SER, per la seva banda, continuava essent la cadena més important d'Espanya, però mantenir el liderat li era cada cop més difícil: la COPE havia iniciat un camí de no-retorn cap a la reestructuració i la contractació d'estrelles i Antena 3 havia fet una entrada triomfal. La base de la cadena seguia mantenint-se en l'associació amb moltes emissores locals, propietat de

---

[1] Posteriorment, aniria a Onda Cero, deixant la ràdio de l'Església en una situació difícil (baixà considerablement l'audiència), però la COPE es recuperà quan aconseguí fitxar José Mª García, que havia abandonat Antena 3, després de l'entrada de PRISA, com ja havia abandonat la SER al 1983, també de forma polèmica i amb no gens bones relacions amb E. Fontán. Aquest darrer cas fou una excepció notable ja que quan García va marxar de la SER, aquesta no s'enfonsà per ell, ja estava malament per altres raons, però encara disposava de programes-insígnia com *Hora 25* o el famosíssim *Carrusel Deportivo*. Quan García sortí la de SER no havia començat encara amb força el "ball d'estrelles".

petits industrials o comerciants. Però era un sistema d'associació sense ordre ja que l'acord podia variar segons l'emissora i, en alguns casos, es tractava d'acords verbals. Un sistema que no permetia una estructura empresarial forta i que semblava basar-se més en el "paternalisme" que en la direcció. Una de les associacions fortes de la SER es mantenia amb Ramón Rato: ambdós eren els socis principals de REBSA (R. España de Barcelona), amb les emissores en FM de les quals s'operava conjuntament a Catalunya sota l'indicatiu de Cadena Catalana.

#### 6.3.3.2. 1982-1983: les altres ràdios també són importants

Durant aquests anys nasqueren una sèrie de ràdios que serveixen de clar exemple de com les petites cadenes i emissores locals van anar desapareixent, però no morint, sinó servint per al creixement d'altres. Generalment es començava amb una participació o associació, però al final les grans cadenes acabaven absorbint-les.

Al 1982, començà a emetre Radio Minuto a Barcelona, quan Marcelino Rodríguez de Castro vengué les seves accions de R. Miramar OM a l'altre soci, Emisiones Radiofónicas, S.A., ERESA, i aquesta, alhora, li vengué la seva participació a l'emissora en FM de R. Miramar, Radio Miramar FM y Olé. Radio Minuto naixia com a emissora basada en la música i la informació, que emetria les 24 hores del dia. La societat que explotava aquesta emissora, Sistemas Radiofónicos, S.A., era participada per la SER.

Un any després, el Grupo 16 i la SER formaren la societat Comunicación Radiofónica, S.A., CORASA, per a l'explotació de cinc freqüències que havia obtingut el grup editorial a Sevilla, Madrid, València, Zaragoza i Alacant. La petita cadena s'anomenaria Cadena 16-Radio Minuto i seguiria la fórmula iniciada per R. Minuto a Barcelona.

Al 1983, nasqué una emissora, Radio El País[1], primer intent de PRISA d'entrar a l'àudio-visual, a través de PRESA, Promotora de Emisoras, S.A., 100% propietat d'ell. Fou un intent fallit i ben aviat el grup optà pel creixement extern, és a dir, la compra. La SER anava creixent i associant-se noves emissores, però els diners, l'experiència i el *savoir faire* gestor els tenia PRISA. El que no havia sortit bé per la via del creixement intern acabaria aconseguint-se, a escala major, per via de l'extern.

Per dates similars, apareix a Catalunya Cadena 13, un intent fallit de crear la primera cadena totalment catalana, privada, no depenent d'una altra d'àmbit estatal i que emetés íntegrament en català. Es conformà amb llicències que la Generalitat catalana concedí, arran del Pla de 1979, a empresaris i particulars vinculats al partit en el poder, Convergència i Unió, i tenia la seva capçalera a Barcelona, amb l'emissora Ràdio Avui. Entre pròpies i associades, la cadena arribà a comptar amb 20 emissores. Però al 1988 ja declarà pèrdues oficials de 285 milions de pessetes.

Radio Heraldo era una cadena regional que havia nascut al 1983, amb tres concessions de 1979 a les tres capitals de província, amb clara vocació local i, fins i tot, buscant petites sinergies amb el diari *Heraldo de Aragón*, a través de la seva redacció informativa.

### 6.3.3.3. Radio 80: una breu història, un intent fallit

Radio 80 nasqué igualment amb les concessions de 1979 i amb els ulls posats també en la televisió (Tele 80). La seva propietària era Promotora de

[1] Curiosament, un cop desapareguda l'emissora al cap de dos anys, la seva freqüència fou ofertada com a nova al Pla de 1989. L'obtingué Onda Musical, S.A., propietat d'Antena 3 i Promotora de TV y Radio (Radio 80), que la van associar amb d'altres per formar la cadena Radiolé. Actualment, pertany a la SER, és a dir, torna a estar en poder de PRISA.

TV y Radio i aquesta tenia com a principal accionista EDICA, Editorial Católica, amb qui compartia el projecte de canal televisiu privat.

Radio 80 fou, però, un intent fallit. Quasi des del seu naixement arrossegà pèrdues i problemes econòmics greus, fruit de la seva feblesa empresarial. La seva història acabà l'any 1984 i les seves emissores, repartides. Com apunta R. Franquet (1988, 91): **"Després de comprovar el procés que segueixen les emissores del grup 80 podria pensar-se que estava planificat d'avançada".**

La davallada començà quan, a l'estiu de 1982, Promotora de Televisión y Radio comprà el 30% de CEPSA (Compañía de Emisiones y Publicidad) propietària de R. Sabadell OM i juntes crearen Editora Catalana de Radio y Televisión, S.A., a parts iguals: 48% de R. Sabadell, 48% de Radio 80, 2% de la Caixa d'Estalvis de Sabadell i 2% d'algunes personalitats rellevants del moment, com ara Carles Ferrer Salat. La finalitat era implantar Radio 80 a Catalunya. Editora Catalana obtingué cinc concessions, una directa a Barcelona, i quatre a través de societats participades per ella: a Berga (Berguedana de Ràdio i Televisió, S.A.), Valls (Ràdio Televisió de la Catalunya Nova, S.A.), Seu d'Urgell (Urgellesa de Ràdio i Televisió, S.A.) i Vielha (Estació Baqueira Beret, S.A.). Així formaren la cadena Catalunya 80 i les emissores radiaven programació de la cadena 80 i altres de producció pròpia. L'any 1984 Editora Catalana aprovà una ampliació de capital, per tal de construir les instal.lacions de l'emissora Radio 80 a Barcelona (R. Sabadell li prestava un local) i acabar la construcció de les emissores de Berga, Valls i Seu d'Urgell. Però, acabat el termini de presentació del dipòsit econòmic per a l'ampliació i exhaurides bastants pròrrogues, Editora Catalana entengué que els pactes no s'havien cumplert en la forma prevista (no hi havia tampoc enteniment entre les dues parts sobre la quantitat de l'ampliació) i decidí desvincular-se del grup. Fou llavors quan canvià el nom de l'emissora barcelonina, que passà a anomenar-se

Ràdio Nova, i entrà en converses amb la COPE, la qual participà en un 40% del capital social, mentre que el 60% restant era aportat per R. Sabadell. Evidentment, Radio 80 presentà una demanda per tal de mantenir el seu 48% d'Editora Catalana, ja que amb l'ampliació i l'entrada de la COPE li quedava només el 2%. La COPE va saber aprofitar la feblesa empresarial de Radio 80 i el fet que, al 1984, ja tenia greus problemes econòmics. La controvèrsia, i la resta de Radio 80, acabà quan, al Desembre de 1984, Antena 3 comprà, amb el vist-i-plau de l'Administració, la quasi totalitat de les accions de Promotora de Televisión y Radio, S.A. per 126 milions de pessetes, assumint també 1.200 milions en deutes, que pagaria amb publicitat en un 60% i mitjançant crèdits, el 40% restant. Passava així a integrar les 20 emissores que Radio 80 tenia en aquells moments (en tenia 20 més encara sense explotar). Antena 3 reivindicà la seva presència en l'accionariat d'Editora Catalana, però les converses entre ambdues parts resultaren tan inútils com ho havien estat amb la desapareguda Radio 80 i, finalment, Antena 3 vengué el 30% de la seva participació de R. Sabadell (que inicialment havia estat comprada per Promotora de TV y Radio) i es quedà només amb el 2% d'Editora Catalana. Ja estaven repartides les emissores Radio 80. Ja havia aconseguit la COPE una major implantació a Catalunya i Antena 3 esdevenia una cadena de ràdio que, en dos anys, passava a ser una de les més grans i fortes del país, amb quasi 90 emissores (en el moment de la compra en tenia 68 en funcionament). Radio 80 no desaparegué, ni tant sols com empresa, però Antena 3 dugué a terme una diversificació programàtica consistent en què una tercera part de les emissores Radio 80 s'integraria a ella i la resta, en aquelles localitats on coincidissin dues emissores, esdevindria Radio 80 Serie Oro, ràdio-fórmula musical del tipus *oldies*. Antena 3 era ja la primera cadena de ràdio quant a cobertura per nombre d'emissores, era ja un competidor molt seriós per a la SER.

I aquesta, al mateix any '84 en què Radio 80 quedava repartida entre la COPE i Antena 3, afrontava una situació econòmica difícil, l'Estat hi nomenava els seus consellers, nou anys després d'haver-li cedit el 25% de les seves accions, i donava la benvinguda a un nou accionista, PRISA, que entrava amb un 10% de participació, comprada a la Fundación Banco Urquijo. Segons explica L. Díaz (1992, 425), Gregorio Marañón, alhora executiu de la fundació i conseller de PRISA, informà que l'hereu de Mariano Gómez Mira (un dels "històrics" de la cadena, mort al Desembre de 1983) estava disposat a vendre les seves accions. Així, PRISA va poder posar al consell de la SER el seu director general, Javier Baviano. Després, al 1985, arribà fins al 25% aconseguint accions del Banco Urquijo. La resta del capital quedava repartit així: 25% de l'Estat, un 19% de la família Fontán, un 18% de la família Garrigues (accions pignorades, com a conseqüència de la crisi del Banco de Levante) i el 13% restant, de petits accionistes. La SER era immersa en una forta crisi econòmica, fruit d'una gestió que ja no estava d'acord amb els temps. En certa manera, PRISA aplicà amb la SER la mateixa política que havien aplicat la COPE i Antena 3 amb Radio 80: aprofitar els moments de feblesa d'altres cadenes o emissores i intentar fer-les seves. Res de nou, si bé molts cops resulta difícil distingir entre la planificació i la pura oportunitat.

El que vingué a continuació fou una clàssica "lluita de poders" que tingué com a protagonistes Eugenio Fontán (llavors director general de la SER), la família Garrigues i PRISA. El resultat fou que E. Fontán va vendre les seves accions a PRISA, passant així aquesta empresa a disposar del 44% de la cadena radiofònica. Era ja l'accionista majoritari. Dimitiren com a consellers Antonio Fontán Pérez, Antonio Fontán Meana, el propi Eugenio Fontán i Virgilio Oñate Gil. La família Fontán en ple, que fundarà pocs anys després Cadena Ibérica (la dona d'Eugenio Fontán, Teresa Oñate, és filla de Virgilio Oñate). En tot aquest procés, PRISA havia començat fent una mena de "xequeig", una entrada no

massa forta, sense identificar-se ja que sabia perfectament que la cadena, a punt de quebrar, necessitaria una forta reconversió. Aquesta arribaria, després d'un referèndum al 1986, amb la signatura d'un nou conveni col.lectiu que comportà l'amortització dels llocs de treball ocupats per persones de més de 58 anys i l'eliminació dels fons de pensions. I per a conduir aquesta traumàtica "neteja", PRISA va fer el mateix que havia fet la COPE i, curiosament amb la mateixa persona: va anar a buscar algú de fora, a Eugenio Galdón, nomenat director general de la cadena a meitats de 1985. "**PRISA vol una empresa moderna i encarrega el treball dur a un *fontanero* de la dreta democràtica: Eugenio Galdón, vigilat d'aprop per Augusto Delkáder, el garant de l'*esprit* liberal i progressista del *holding***" (DÍAZ 1992, 429).

L'Abril de 1986 es va fer una ampliació de capital (de 480 milions a 3.000). L'accionariat quedaria llavors així: 51% de PRISA, 25% de l'Estat, 19% de J.M. Garrigues Walker i un 5% de petits accionistes. Poc després, amb la fallida del Banco de Levante, la família Garrigues vengué les seves accions (que havien estat pignorades) i les canvià per accions de l'empresa publicitària CID, del grup PROFISA. PRISA aconseguia ja el 70% de la SER.

Un any abans, al 1985, el capital social de la COPE s'havia ampliat, passant de 80 a 300 milions de pessetes. Però, a més, s'autoritzà el consell d'administració a proposar noves ampliacions de capital durant els propers cinc anys i es modificà l'Article 5 dels seus estatuts per tal de permetre que tota persona, física o jurídica, pugués presentar-se a una ampliació futura del capital (FRANQUET 1988, 87). Expansionar-se, renovar-se tecnològicament i reduir les plantilles són accions cares que necessiten molts diners. Les ràdios realitzaran ampliacions de capital i donaran entrada a nous socis, no tan "familiars" però sí amb solvència econòmica, que garanteixin un mínim de solidesa.

### 6.3.3.4. L'entrada de PRISA a la SER i el naixement de Cadena Ibérica

Cadena Ibérica inicià la seva història quan Eugenio Fontán, havent estat cessat com a director general de la SER, aprofità la venda de les seves accions de la cadena a PRISA i comprà Radio España de Madrid (Cultural Radio España, S.A.) l'any 1986. Cadena Ibérica, com a xarxa, es formaria al 1988 amb emissores pròpies, Radio España (OM), Radio TOP (FM) i Radio Compostela (FM) i 17 associades, una en OM, Radio Miramar de Barcelona (que havia trencat relacions amb la COPE) i la resta en FM. Cadena Ibérica nasqué ja amb la idea d'esdevenir una cadena mitjana. Conscient de les seves possibilitats, no podia optar per la contractació de grans estrelles ni per la compra de gran nombre d'emissores, quan totes les grans cadenes buscaven, i busquen, el mateix. Però C. Ibérica apostà per la consolidació i optimització del que tenia. Fins i tot, quant a gestió, nasqué amb un organigrama d'acord amb la seva mida i que respon a l'esquema d'una empresa familiar. El president de la cadena és Eugenio Fontán, la sub-directora general és la seva dona, María Teresa Oñate Gil, i el sub-director adjunt és el seu fill, Javier Fontán Oñate.

En aquells anys (1987-1988), la COPE, que ja disposava del 40% d'Editora Catalana, comprà el 70% de CEPSA, R. Sabadell, (el 30% restant era d'Editora Catalana), arrodonint així l'operació iniciada arran de la davallada de Radio 80 i garantint encara més la seva cobertura en territori català. A Barcelona, Ràdio Nova (ex-Catalunya 80) seria reinaugurada amb el nom de Radio Popular de Barcelona (FM) i la cadena comptava, a més, amb l'emissora en OM Ràdio Sabadell. Trencava llavors una relació de quatre anys amb R. Miramar. Luís del Olmo començà a emetre el seu programa, que llavors es deia *Protagonistas vosotros* i s'oferia per R. Miramar, des de la nova emissora de la COPE a Barcelona (Setembre de 1987), de la qual passaria ell mateix a

explotar la publicitat local. El seu germà seria director de l'emissora i conseller de la companyia. Del Olmo era propietari d'una concessió a través de la qual la COPE emetia a Ponferrada i que també tenia el seu origen a Radio 80.

Movent-nos en el mateix periodè, a finals de 1988 Antena 3 es convertí en la primera cadena radiofònica espanyola que cotitzava en Borsa (una altra forma, novedosa fins llavors, d'aconseguir ingressos). Del total del seu capital social (1.150.000 accions), només el 25% era admès en Borsa, l'equivalent a 287.500 accions. Quant a la resta de capital social, Javier Godó comptava amb el 51% d'accions, Prensa Española, amb el 12% i el 12% restant era de professionals i directius de la cadena. A finals de 1990, el Banco Santander de Negocios adquirí el 8,4% dels títols (24.150) que cotitzaven i que equivalien només al 2,1% del capital total de la cadena, xifra que no afectava la composició de l'accionariat de l'empresa.

En només cinc anys (1982-1988), Antena 3 havia experimentat un creixement de l'audiència de quasi un 105%. A falta de poc temps perquè es fes la darrera de les concessions d'emissores (al 1989), aquesta era l'evolució de les audiències:

***Quadre 19. Evolució de l'audiència espanyola 1982-1988 (en milers d'oients)***

| ANYS | COPE | | SER | | Antena 3 | RNE | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | OM | FM | OM | FM | | OM | FM |
| 82/83 | 1.128 | 684 | 4.337 | 3.039 | 871 | 4.112 | 665 |
| 83/84 | 1.648 | 765 | 4.481 | 3.229 | 1.209 | 3.276 | 606 |
| 1985 | 2.231 | 725 | 3.207 | 3.346 | 1.503 | 2.621 | 613 |
| 1986 | 2.168 | 760 | 2.801 | 3.404 | 1.648 | 2.398 | 530 |
| 1987 | 2.083 | 744 | 2.708 | 3.123 | 1.685 | 2.275 | 599 |
| 1988 | 1.892 | 782 | 2.945 | 3.106 | 1.783 | 2.206 | 583 |
| **82-88** | **+ 67,73%** | **+ 14,32%** | **- 32,09%** | **+ 2,20%** | **+ 104,7%** | **- 46,35%** | **- 12,33%** |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de FAUS 1990, 145*

El creixement més espectacular és el d'Antena 3, que ja començava a ser un competidor més que considerable per a la SER, fins llavors líder indiscutible però que començava una davallada perillosa, especialment en OM. La seva Freqüència Modulada seguia essent la primera, però el seu creixement havia estat mínim. Les distàncies amb Antena 3 eren cada cop més curtes. A la COPE, d'altra banda, li resultà prou avantatjós el fitxatge de del Olmo, ja que el segon creixement més important és el de la seva OM. RNE és l'única que perd audiència, sigui la cadena que sigui, i té la davallada més significativa en la seva OM. S'albiraven temps durs per a la radiodifusió pública, motiu pel qual es van anar accelerant les reestructuracions i prenent mesures més dràstiques, per fer front a una competència que, teòricament, no hauria de ser tal.

#### 6.3.3.5. La darrera ampliació de l'espectre radiofònic: 300 noves emissores en FM

L'any 1989 té dos moments claus que suposen la confirmació final de com s'hauria de desenvolupar a partir de llavors la comunicació social en general a Espanya. Al Febrer es publicà el Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència (es convocà el concurs per a la concessió de llicències a l'Abril i es resolgué al Juliol) i, a l'Octubre, es concediren tres canals privats de televisió a tres dels sis grups que hi optaven.

Les cadenes COPE, SER, Rato, Antena 3 aconseguiren més de deu llicències, entre les atorgades a elles directament i les aconseguides a través de les seves associades o participades. A partir d'aquest moment, i amb l'aparició dels canals privats de TV, la tendència a la concentració augmentaria.

Aquell mateix any, la COPE inicià una diversificació, no programàtica sinó empresarial, quan a través de la seva empresa participada, Iniciativas Radiofónicas y de Televisión, S.A., s'introduí dins del sector de la producció

videogràfica, oferint títols de temàtica diversa, destinats al públic general i centres educatius. Al 1990, la COPE seguí la mateixa línia d'expansió, consolidació i aprofitament de debilitats empresarials alienes i adquirí, a través de les seves societats participades R. Sabadell (CEPSA) i Editora Catalana, el 50% de Cadena 13 (Ràdio 13). Al 1988, aquesta cadena catalana tenia ja unes pèrdues oficials de 285 milions de pessetes, tot i que eren més, i al març de 1990, 560 milions (tenia llavors unes 10 emissores, ja que es van trencar relacions amb algunes associades). La cadena tenia un afegit: estava envoltada per l'escàndol, entre d'altres raons perquè un dels seus principals accionistes, que fou també un dels seus darrers administradors, estava presumptament implicat en el cas Casinos, acusat d'haver rebut quasi 600 milions de pessetes en diner negre. Hi hagué diferents contactes per vendre-la i la cadena comptà amb alguns pretendents, com ara la pròpia CCRTV, alguns particulars catalans (que encapçalaven petites cadenes locals no vinculades a CiU), el grup francès Sud-Radio de Toulouse (controlada per la Caixa Andorrana de Seguretat Social), la COPE o la productora de Joaquim Mª Puyal (professional de reconegut prestigi a Catalunya). Comercial Gallo i Premsa Catalana (editora del diari *Avui*) anunciaren la seva intenció de vendre les accions que eren al seu poder. El resultat, conegut, és que la COPE augmentà la seva presència a Catalunya. De moment, la xarxa, ara anomenada Cadena Nova, continuava emetent en català una programació autònoma de la de Radio Popular, una ràdio-fórmula musical que potenciava bastant la música en castellà i català. L'autonomia, però, durà poc.

Un detall a tenir en compte és que cada cop que una cadena va augmentant el nombre de les seves emissores, es produeixen reorganitzacions que condueixen a garantir la millor cobertura, potenciar la programació que més interessi i començar a perfilar amb més detall la diversificació programàtica. Si hi ha localitats on la cadena té més d'una emissora, pot oferir progra-

mes diferents, és a dir, abastar audiències diferents. Un exemple és el que va fer la COPE quan, a meitats de 1991, reprengué la seva relació amb R. Miramar de Barcelona (OM) i ho va fer amb més garanties que abans: comprà el 49% de les accions de la seva propietària, Emisiones Radiofónicas Españolas, S.A., ERESA (com a resultat, la COPE tenia la gestió i explotació de R. Miramar durant vint anys). L'any 1993, n'adquirí el restant 51%, per la qual cosa Emisiones Radiofónicas és propietat absoluta de la cadena. Durant el temps en què no existí associació amb la COPE, R. Miramar es va associar a Cadena Ibérica. Fou llavors quan la programació d'aquesta cadena es va poder sentir a Barcelona, ja que C. Ibérica no tenia a Catalunya cap emissora en propietat. Com veiem, doncs, les emissores, per petites que siguin, poden resultar del màxim interès per a les grans cadenes, especialment en capitals importants, en lluita constant per la cobertura i l'audiència màximes.

En un procés de reestructuració programàtica, amb la nova programació 1991-1992, i tenint en compte les emissores de què ja disposava a Barcelona, es decidí que R. Miramar emetria la programació generalista de la COPE, Radio Popular de Barcelona es desvincularia de l'OM i emetria la fórmula *Los Populares de la Cope* i Cadena Nova continuaria la ràdio-fórmula en català. Quan, al 1994, R. Miramar ja era totalment de la COPE, passà a emetre la seva programació sota l'indicatiu COPE-Miramar, reservant-se unes poques hores per a la programació local.

La que al 1991 es quedà sense emissora a Barcelona era C. Ibérica, que perdé l'associació amb R. Miramar. La solució passà per la compra del 90% de l'emissora Radio Tiempo de Barcelona (FM) a la seva concessionària Sistemas Radiofónicos. I si ho va poder fer (recordem que S. Radiofónicos era participada per la SER) és perquè a finals de 1989 la SER i aquesta empresa es repartiren les emissores R. Minuto i R. Corazón de Barcelona (participades

per ambdues). La SER es quedà R. Corazón i Sistemas Radiofónicos, R. Minuto, que poc després s'anomenaria R. Tiempo, fins que fou adquirida per C. Ibérica. A partir de llavors, R. Tiempo emetria la fórmula Top 40 de C. Ibérica. Realment, ja ho havia estat fent perquè existia un conveni de col.laboració, però ara la relació era més forta i ampliava l'horari d'emissió d'aquesta llista d'èxits musicals. També a partir de llavors, R. Corazón es transformaria en Dial Barcelona, emissora de la nova cadena Dial de la SER[1], que va anar augmentant, com és normal, a mesura que disposava de més emissores i tenia la cobertura de les cadenes principals més garantida. Dial és una ràdio-fórmula musical que començà combinant la música cantada en castellà (espanyol o sud-americà) o alguna de les llengües autonòmiques amb micro-espais dedicats bàsicament a la dona: bellesa, cuina, etc... A poc a poc, els micro-espais anaren reduint el seu temps de presència en antena.

Mentrestant, la SER tampoc no havia perdut el temps. La majoria d'accions en mans de PRISA i la forta competència intra- i inter-mitjans l'anaren conduint a un procés de reestructuració que li permetés de, primer recuperar, i després mantenir el lideratge. Una de les bases d'aquesta reestructuració, per a ella i d'altres cadenes, era aconseguir tenir en propietat el màxim d'emissores possibles. Però, quan això no és factible, el millor és garantir que l'associació serà forta. Quant a la primera opció, al Juliol de 1989 es repartiren les accions de Radio España de Barcelona (REBSA) entre ella i l'altre soci més important, la família Rato. La SER n'adquirí la majoria. Això li va permetre controlar cinc noves emissores a Catalunya: Lleida i Girona (cada una amb dues emissores, una en OM i una en FM) i Barcelona (l'FM de Radio España de Barcelona, que llavors s'anomenava R. Trafic), tot i que, recordem,

[1] A Madrid, per exemple, Dial era l'antiga Radio Callao, propietat de l'Asociación de la Prensa de Madrid, explotada per la SER. Després es diria també R. Corazón i, finalment, Dial Madrid.

la SER ja mantenia associació amb totes aquestes emissores, a través d'aquell projecte comú que es digué Cadena Catalana. Quant al segon cas, un exemple de com els acords amb les diferents associades van anar canviant, entre d'altres coses per unificar criteris i que totes partissin de la mateixa base (sense que hi hagués més acords verbals), fou Ràdio Terrassa, associada històrica de la SER, amb qui, a finals de 1989 signà un nou conveni d'associació de caràcter indefinit, modificant així l'acord original que es remuntava a 1967 (el primer acord programàtic de la SER, però, fou amb R. Granada, al 1947). Aquest tipus de conveni, signat amb la resta d'associades, regulava les relacions econòmiques i els aspectes tècnics de millora de so, forma i manera de garantir que l'associació seria més forta, més vinculant i estaria escriturada (veure apartat 6.3.3.12.1.).

L'Octubre de 1990, la SER, Heraldo de Aragón, S.A. i Manuel Campo Vidal crearen la Sociedad de Radiodifusión Aragonesa, S.A., participada en un 40% per la SER, un 40% per l'empresa editora i un 20% per la societat de Campo Vidal, Economía y Estrategias, S.A. La nova cadena regional constaria de set emissores en FM i emetria sota l'indicatiu Radio Minuto Aragón. Les emissores eren a Zaragoza, Huesca, Teruel, Ejea de los Caballeros (concessió de 1989 a Heraldo de Aragón), Fraga, Sabiñánigo i Alcañiz (aquestes tres darreres, concessions de 1989 a l'empresa de Campo Vidal). L'emissora que Radio Minuto tenia a Zaragoza esdevindria Radio Dial. Radio Heraldo havia estat vinculada a Cadena Ibérica, amb qui trencà relacions, com també ho van fer les emissores a Euskadi agrupades com Radio Miramar (a San Sebastián, Bilbao i Vitoria). Com veurem clarament quan parlem del procés de desintegració d'Antena 3, les associacions amb xarxes regionals són molt valuoses perquè aporten una quantitat ja muntada d'emissores, amb bones cobertures territorials i un *savoir faire* lligat a la pròpia realitat de la zona on operen. Però,

per la mateixa raó, quan l'associació es trenca, no es perd de cop només una sola emissora. De moment, ja no eren independents Cadena 13, Radio Heraldo i havia desaparegut Radio El País.

Aquell mateix mes d'Octubre, i com a conseqüència lògica de tot un procés de consolidació, Jesús de Polanco (president de PRISA) era nomenat president de la SER, substituint Antonio Garrigues y Díaz Cañabate, que seria nomenat president d'honor de la cadena. Juan Luís Cebrián (conseller delegat de PRISA) en seria el vice-president. Per altra banda, Eugenio Galdón, que havia estat nomenat director general de PRISA per a la divisió àudio-visual, passava a ser conseller delegat de la SER; Augusto Delkáder, lligat des de feia molts anys a PRISA i que era sots-director general de la cadena i director de la Ser Convencional, era ara director de la cadena (més de 200 emissores) i Silvio González, gerent. Ja estaven ubicats en llocs de poder de la cadena els homes forts de PRISA.

#### 6.3.3.6. De la Rueda de Emisoras Rato a Onda Cero: l'inici del retorn a l'oligopoli

Un dels fets més rellevants derivat de la concessió de 1989 fou el naixement d'Onda Cero. La irrupció d'aquesta nova cadena va ser tan o més espectacular que la d'Antena 3. Onda Cero significava la creació d'una poderosa cadena, aconseguida quasi totalment en base al que ja existia, significava la rapidesa de creixement per la via externa i la concentració, significava la magnificació de la contractació a cop de talonari i l'entrada al món àudio-visual d'una empresa que tenia relacions amb el món editorial però que no provenia d'ell, sinó que és una empresa de dret públic, una fundació: l'ONCE.

La Rueda de Emisoras Rato era co-propietària de Radio España de Barcelona (REBSA), de la qual adquirí el 50% d'accions als anys '70. Per concessió directa, només comptava amb quatre emissores en OM, per la qual

cosa inicià un seguit d'associacions amb d'altres emissores o petites cadenes locals, com Radio Color a la Comunitat Valenciana o l'associació, des de feia molt de temps, amb la SER, amb qui compartia el projecte de Cadena Catalana, a través de REBSA. Quan la SER comprà la majoria d'aquesta empresa, Rato es quedà a Catalunya només amb cinc emissores. Els diferents repartiments de freqüències no li havien estat desfavorables: 14 llicències al 1979 i 13 al 1989, a més de tenir ja 6 emissores en Ona Mitja.

Per la seva banda, l'Organización Nacional de Ciegos inicià el seu camí en el camp radiofònic al Febrer de 1989, poc després que el Govern prengués la decisió d'adjudicar 153 emissores d'FM, quan la societat Divercisa (propietat de l'ONCE) va comprar, per 400 milions, 18 emissores pertanyents a l'ARI (Associació de Ràdios Independents). Un cop arribat el repartiment, la decepció fou gran ja que l'ONCE obtingué només 3 concessions (a Mahó, Palma de Mallorca i Badajoz) a través de Divercisa, el *holding* de l'ONCE que controla la cadena de ràdio i la resta d'empreses d'aquesta organització. Però disposava de les 18 emissores de l'ARI i, a més, començà un procés de compra d'emissores que havien estat adjudicades a particulars, sense experiència radiofònica. Miguel Durán comprà vuit emissores a Badajoz (la seva província de naixement). Ja en tenia 29.

Així, just al Març de 1990, començava les seves emissions en periode de proves la nova cadena Grupo Universal de Emisoras Radio Amanecer, conjunt d'emissores de l'ONCE (aconseguides directament o indirecta al 1989).

L'ONCE aconseguiria amb la força dels diners el que el PSOE li havia negat. El primer pas es produí quan Divercisa va comprar, el 2 d'Abril de 1990, l'empresa Uniprex. Aquesta fou creada l'Octubre de 1967 com a agència d'exclusives publicitàries, integrada dins el grup Rueda de Emisoras Rato. Un cop en mans de l'ONCE, Uniprex modificà el seu objecte social. A partir d'aquells

moments seria una empresa dedicada a la gestió, creació i explotació de mitjans de comunicació social i, més en concret, de l'administració de concessions d'emissores de radiodifusió sonora (NOTICIAS DE LA COMUNICACION, núm. 81, Febrer de 1993, P.22). El següent pas fou un cop d'efecte: molt poc després, Uniprex s'estrenava dins el seu nou objecte social com empresa i adquiria (amb el finançament de Divercisa) les concessions i equips tècnics de 63 de les 72 emissores de la Cadena Rato (6 en OM i 57 en FM) per uns 5.000 milions de pessetes[1]. Durant un temps, la Cadena Rato mantingué el seu nom i afrontà millores tècniques i un pla d'expansió que incloïa l'absorció de les emissores del Grupo Universal de Emisoras Radio Amanecer, S.A. (que, per tant, va tenir una vida ben curta) i la compra o associació amb aquelles emissores que havien obtingut concessió al 1989 però encara no havien començat a funcionar. El pla d'expansió inclogué també la compra de béns, com ara un edifici de més de 2.000 metres quadrats a Madrid, per 700 milions de pessetes. Per acabar d'arrodonir aquesta espècie de demostració de poder, l'ONCE també sabé aprofitar la situació de descontrol que es produí amb els 300 recursos presentats contra l'adjudicació de moltes d'aquestes noves emissores i, abans que els propis tribunals es pronunciessin, comprà emissores a petits propietaris sense experiència o que veien massa problemes (econòmics, tècnics o legals) per a poder posar-les en funcionament.

La Rato havia anat perdent REBSA, Uniprex i la major part de la seva Rueda de Emisoras. Ella s'havia anat desintegrant mentre la SER augmentava la seva presència a Catalunya i l'ONCE ja tenia quasi 100 emissores, quan no

[1] La família Rato es va quedar amb la propietat de tots els edificis i les nou emissores restants: les dels circuits balear i gallec, la de Canarias, una a Talavera i la de Getafe. Posteriorment vengué la de Talavera i la de Pontevedra a la SER (veure a l'Annex els quadres de freqüències de les cadenes).

feia ni un any ni havien estat adjudicades només tres. Tota aquesta aventura empresarial clogué al Novembre de 1990, amb la desaparició oficial de l'indicatiu Rueda de Emisoras Rato i el naixement d'Onda Cero Radio (resultat de la fusió de la cadena Rato amb la de Radio Amanecer). Un nou indicatiu, un nou logotip, una nova programació, una nova forma de gestió. Havia aparegut ja el quart en discòrdia. En aquells moments, l'ONCE disposava de 160 emissores, entre pròpies i associades, 6 en OM i 154 en FM. El que la SER havia tardat 70 anys a construir, els "nous empresaris" ho assolien en poc més d'un any. L'ONCE va néixer en un moment en què ja no es concedien més emissores en Ona Mitja (i de moment no se n'ha concedida cap més), per la qual cosa havia de fixar la presència en OM a través de la compra i l'associació.

A principis de 1991 arribà a un acord amb la cadena Radio Blanca, propietat de l'empresari asturià Blas Herrero, per a la contractació de les emissores d'aquest durant vuit anys. Poc després arribà també a un acord amb les quatre emissores del diari *Alerta* de Santander. En el cas de Blas Herrero, les seves emissores eren tan cobdiciades que l'ONCE decidí refermar la seva associació nomenant-lo vice-president del consell d'administració d'Onda Cero Radio.

El cas de les emissores de Blas Herrero fou un dels més polèmics, un cop fet el repartiment de freqüències de 1989. Es va considerar que les concessions fetes a certes persones era la forma d'aconseguir que el PSOE disposés d'una "cadena socialista" i el millor sistema era, doncs, atorgar les concessions a persones afins al partit. L'empresa de Blas Herrero, Radio Blanca, S.A., comptava amb un capital social de 100 milions de pessetes (80% de Blas Herrero, després que al Desembre de 1989 sis accionistes li van vendre la seva participació, i la resta de vuit empresaris de la resta d'Espanya) i li atorgaren algunes de les millors emissores, tant per la potència com per la

ubicació: Gijón, Palma de Mallorca, León, Valladolid, Talavera de la Reina, Santander, Madrid, Sevilla, València, Vigo i Pamplona. Aquestes són les que Radio Blanca, S.A. obtingué directament. Però, realment, la cadena augmentaria amb les concessions atorgades a persones i empreses properes a l'empresari asturià. L'empresa Emisión 7 tenia com a apoderada i representant legal una secretària contractada per Herrero. Emisión 7 aconseguí emissores a Huesca, Calatayud, Navia (Asturias), Mahó, Cáceres i Jaén. La seu social d'Emisión 7 era al mateix despatx que Tradingbank, societat d'importació i exportació de Blas Herrero. Una altra empresa, Radio Alfa, S.A., era ubicada al mateix despatx i el seu president treballava en una empresa concessionària de cotxes d'Herrero. Radio Alfa, S.A. aconseguí concessió a Llanes i Mieres (Asturias), Torrelavega (Cantabria) i Algeciras. De moment, 21 emissores. A les quals se sumaven les obtingudes per l'empresa Abalazzuas, S.L. (promoció d'espectacles), els propietaris de la qual signaren, en un mateix dia, el poder notarial a favor de Blas Herrero i la modificació dels estatuts, ampliant l'objecte social de l'empresa perquè inclogués l'explotació d'emissions radiofòniques. Abalazzuas es féu amb les emissores d'Avilés (Asturias), Miranda de Ebro (Burgos), Toledo, Plasencia (Cáceres), Fuente del Saz (Madrid) i Huelva. Un total de 27 emissores. Un mes després, Radio Blanca ampliava el capital a 300 milions, en principi, per afrontar tot un pla d'expansió que permetés la compra d'emissores, que acabaven d'obtenir concessió.

Totes aquestes empreses figuraven entre les que Luís del Olmo denuncià perquè es presentaren a concurs amb documentació defectuosa o no ajustada al que legalment es demanava. A més, cap d'elles cumplí el termini establert per a començar a emetre abans de l'1 de Febrer de 1991, però no reberen cap mena de sanció de l'Administració.

Amb tantes emissores, fent el que totes fan en aquests casos, l'Abril de 1991 l'ONCE reorganitzava Onda Cero, donat que, amb 160 emissores, en

alguns llocs la cadena es duplicava o triplicava. L'objectiu era aconseguir una programació més diversificada i que resultés més competitiva. El domicili social de l'emissora seria traslladat a l'edifici comprat a Madrid, equipat amb la més moderna tecnologia.

Una de les estratègies, ja comuna, en què es va recolzar el llançament d'Onda Cero fou el fitxatge d'estrelles i, especialment, de Luís del Olmo. En principi, podria semblar una contradicció ja que del Olmo tenia presentats recursos contra emissores que eren de l'ONCE, però la cadena sabia que podia guanyar amb ell més audiència i publicitat. La relació d'aquest amb l'empresa es faria més forta quan, a l'Octubre, s'inaugurà Onda Rambla, emissora nascuda amb la concessió que del Olmo havia obtingut en el repartiment fet a Catalunya i que ell va associar a OCR. El mateix del Olmo va comprar Onda Cero Tarragona (el 100% de les accions), al Març de 1993.

L'ONCE no va fer sinó el que feien totes: comprar o associar-se emissores locals o cadenes regionals que li permetessin la màxima cobertura. A més, convertí el que durant molts anys havia estat una empresa familiar en una ràdio competitiva, de gestió moderna, que comportés més programació en cadena (reforçant, especialment, els informatius), ja que la Rato era coneguda eminentment com a ràdio local. El mateix canvi que havia fet la COPE.

#### 6.3.3.7. Els últims canvis: la COPE

L'entrada en escena d'Onda Cero va capgirar el que semblava l'evolució normal del sector. Antena 3 era el competidor més aferrissat de la SER i una de les veus més crítiques contra el partit governant (per contra, a la SER, i al grup PRISA en general, se li atribueixen simpaties). Quan semblava que la lluita s'establiria entre aquestes dues cadenes i la COPE, Onda Cero desplaçà Antena 3 i la SER l'absorbí. En poc més d'un any, desaparegué. A tot això,

algunes cadenes públiques autonòmiques començaven a ser un competidor considerable per a cadenes mitjanes com C. Ibérica o Radio 80.

Tots els darrers moviments han provocat canvis d'estratègia i gestió (que analitzarem amb més detall al darrer capítol) que han culminat amb la creació d'Unión Radio i la confirmació de l'oligopoli privat en mans de tres cadenes: SER, COPE i Onda Cero.

Després de perdre més de 190 milions de pessetes en l'exercici de 1990 (1.270 milions al 1990, davant els 1.465 de 1989) i tornar a tancar amb pèrdues l'any 1991 (431 milions), la COPE decidí, al Juliol de 1992, ampliar el seu capital en 500 milions de pessetes. L'ampliació es féu efectiva al Febrer de 1993. Aquests 500 milions, un 23,8% del capital, havia de quedar, en principi, de la següent manera:

- la Caja de Ahorros de Cantabria i la de Córdoba subscriurien el 42,89% de l'ampliació, la qual cosa suposaria un 10,19% del capital total de la cadena (6,8% de la Caja de Cantabria i 4,11% de la Caja de Córdoba)
- Cartera de Medios (formada per Multitel, presidida per Eugenio Galdón, l'empresari Joan Abelló i Mercapital) subscriurien el 40,8%, el 9,71% del capital total
- Prensa Española (diari *Abc* i relacionada amb Antena 3 des de la seva fundació), un 8,4%, 2% del capital total, i Información por Ondas, que forma part del *holding* La Información, editora de *Diario de Navarra*, 8%, el que suposa un 1,90% del capital total.

Com a conseqüència d'aquesta ampliació, la Conferencia Episcopal, que fins llavors controlava el 51,6% de la cadena, reduí la seva presència fins al 39,31% i el 5% que encara restava en mans de l'Estat passà a ser un 3,81% (i es continuava negociant la seva compra)[1]. Però, finalment, Prensa Española

[1] Un Reial Decret de 15 d'Octubre de 1982 establí que, a partir de llavors, la concessió d'emissores en OM ja no quedava supeditada a la participació de l'Estat i aquest no estava

no es presentà a l'ampliació, ja que no veié satisfet el seu desig d'obtenir, a canvi, el 10% que la COPE, a través de PREPOSA (Prensa Popular, S.A., seva al 100%) tenia a les editores dels diaris regionals *Hoy* (Badajoz), *Ideal* (Granada) i *La Verdad* (Murcia), propietat de COMERESA (Corporación de Medios Regionales, S.A.), del grup Correo (que els havia comprat al 1988 a EDICA). Donat el tant per cent obtingut per Cartera de Medios i la Caja de Cantabria, aquestes nomenaren els que havien de ser nous consellers del consell d'administració de Radio Popular, S.A.

L'estiu de 1993, la COPE amplià la seva participació a la Cadena Nova, que passà del 50 al 63%, mitjançant una ampliació de capital a la qual no es presentà l'altre soci, Fundació Catalana de Mitjans de Comunicació. A partir de l'Agost, cinc de les vuit emissores amb què finalment es quedà Cadena Nova (Barcelona, Tarragona, Igualada, Manresa i Cervera) passarien a emetre la programació generalista, considerada com a més competitiva i abandonarien *Els populars de la Cadena Nova*, que, en canvi, es mantindria a Lleida, Maresme i Ràdio Pirineus (Cadena Nova hi té el 50%, amb el nom *Els Populars de Cadena COPE*). Arran d'aquesta major presència de la cadena, les emissores de la Nova haurien d'afegir la marca COPE als seus indicatius.

L'Octubre de 1993, la COPE creà un departament d'expansió, pràctica que ja era habitual en d'altres, amb l'objectiu d'assessorar tant la pròpia cadena com els empresaris afiliats a ella. Un servei que buscava noves possibilitats de creixement (més emissores) i oferir un servei que refermés els vincles amb les associades. I al Novembre, arrossegant encara problemes econòmics, el comitè inter-centres i la direcció arribaren a un acord de regulació de treball, que es traduí en la jubilació anticipada de 51 treballadors, amb el 100% del

---

obligat a presentar-se a les possibles ampliacions de capital d'aquelles empreses radiofòniques on tingués participació (FRANQUET 1988, 88). Realment, però, no s'han fet més concessions d'emissores en Ona Mitja.

salari nèt fins a l'edat de jubilació, i la baixa incentivada per a 90 persones. Les mesures afectaren 141 treballadors, enfront els 252 que proposava inicialment l'empresa, la qual es comprometé a no presentar cap altra regulació en els següents tres anys. Els treballadors acceptaren, per la seva part, una congelació salarial per a l'any '94.

Seguint la línia d'altres cadenes radiofòniques, intentant una gestió més moderna i amb la contractació de serveis externs, la COPE fou la primera cadena que contractà els serveis de Gestión Europea de Publicidad, S.A. (GEPSA), el president del consell d'administració de la qual és Eugenio Galdón i el seu director general, Rafael de Benito. GEPSA és, doncs, una empresa que gestiona, de forma externa, la publicitat de mitjans. No està inclosa en un grup, com sí passa amb GDM (Gerencia de Medios) de PRISA.

Durant els exercicis 1992 i 1993, la COPE acumulà unes pèrdues de gairebé 4.000 milions de pessetes, especialment com a conseqüencia de la reducció de plantilla, que costà més de 800 milions, i les inversions en tecnologia, que representaren uns 350 milions. Aquestes pèrdues l'obligaren a presentar una nova ampliació de capital, de 1.200 milions, a meitats de 1994, a la qual es presentaren tots els accionistes, excepte l'Estat, quedant la seva participació reduïda a un 2,4%. La COPE tancà l'any '94 amb la venda del 95,9% d'accions que tenia a la Compañía de Emisiones y Publicidad, S.A., CEPSA, propietària de Ràdio Sabadell, a Premsa d'Osona (PROSA), editora del diari *El 9 Nou*, per 175 milions de pessetes i amb la venda de la societat PREPOSA, que tenia el 10% d'aquells diaris regionals. El comprador fou l'editora a qui abans se li havia negat la possibilitat, Prensa Española, que es quedà amb el 74,24% de PREPOSA i el 7,4% de cada un dels diaris *Hoy*, *Ideal* i *La Verdad*.

***Quadre 20. Evolució de l'accionariat de la cadena COPE (1991-1994)***

| ACCIONISTA | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|---|---|---|---|---|
| Conferencia Episcopal Española | 51,60 | 51,60 | 39,31 | 39,30 |
| Diòcesis | 34,00 | 34,00 | 25,92 | 27,90 |
| Cía. de Jesús | 5,10 | 5,10 | 3,90 | 3,90 |
| Pares Dominics | 2,20 | 2,10 | 1,59 | 1,60 |
| Cartera de Medios | | | 9,71 | 9,70 |
| Caja Cantabria | | | 6,81 | 6,80 |
| Caja de Córdoba | | | 3,38 | 3,40 |
| Información por Ondas | | | 1,90 | 1,90 |
| Inversiones Estega | | | 1,96 | 1,50 |
| Treballadors de la COPE | 1,50 | 1,60 | 1,23 | 1,20 |
| Autocartera (Radio Popular, S.A.) | 0,60 | 0,60 | 0,46 | 0,40 |
| Dir. Gral. Patrimoni de l'Estat | 5,00 | 5,00 | 3,81 | 2,40 |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de la bibliografia consultada*

### 6.3.3.8. Els últims canvis: Onda Cero

L'Octubre de 1992, Publiespaña passà a gestionar la comercialització dels espais publicitaris de la cadena de ràdio, en principi durant quatre anys. Publiespaña és l'empresa del grup Fininvest, de Silvio Berlusconi, que porta l'exclusiva publicitària de Tele 5 i d'altres no pertanyents al grup, com la televisió autonòmica gallega i la revista *Class*. Divercisa té el 33% d'accions a Publiespaña i el 25% a Tele 5. Donat que la comercialització del programa *Protagonistas* la gestionava el propi departament comercial de Luís del Olmo, es transferí l'equip, i per tant, la gestió, a Publiespaña. L'acord no va arribar als quatre anys previstos, ja que al Març de 1993, Publiespaña deixava l'exclusiva publicitària d'OCR, de mutu acord amb la cadena. Seria, doncs, Onda Cero la que gestionaria la seva pròpia publicitat a partir de llavors. Aquest trencament arribava poc després que el director general de l'ONCE, Miguel Durán, fos substituït pel president d'aquesta organització, José María Arroyo. L'ambició de Durán i l'estil agressiu de Tele 5 havien convertit Onda Cero en una cadena

que sempre perdia diners. La curta història d'Onda Cero és plena de pèrdues econòmiques, fruit d'aquesta política agressiva de creixement. L'any 1990, els resultats de l'exercici presentaven unes pèrdues consolidades de 450 milions de pessetes, pèrdues que augmentaren fins a 2.870 al 1991, 3.659 al 1992 i 2.338 al 1993 (NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN, núm. 130, Octubre de 1994, P. 49). Resultat d'aquest desastre econòmic són els canvis que es produiren entre els càrrecs directius. Amb Arroyo de nou president, quedà com a vice-president Blas Herrero, de conseller delegat Santiago Galván i com a consellers José Antonio Reyes (president de Divercisa), Rafael de Lorenzo, José Manuel Pichel, Rafael Moncada, Fernando Onega i Tomás Martín Blanco. L'ONCE volia garantir un control més racional de la seva cadena radiofònica. De moment, sembla que ho ha aconseguit: 1994 ha resultat també un any de pèrdues però menors, 323 milions, 2.015 menys que l'any anterior. Es el primer any que Uniprex registra un *cash-flow* positiu (689 milions) (NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN, núm. 136, Abril de 1995, P.6).

Al Novembre de 1993, Onda Cero (a través de la seva empresa explotadora, Uniprex) comprà a La Voz de Asturias, empresa editora del grup Zeta, dues emissores d'FM: una a Oviedo i una a Langreo. Juntament amb les que ja tenia la cadena, a Gijón, Oviedo, Avilés, Cangas del Narcea, Infiesto, Luarca, Mieres i Pola de Siero, completava la cobertura d'aquesta zona, amb les seves dues programacions: la generalista i la musical. Al mateix mes, l'ONCE posava en marxa Canal 11 (Canal Once), una emissora codificada, adreçada als afiliats d'aquesta organització, amb l'objectiu d'oferir-los informació sobre la seva organització i notícies de caràcter general. Per a rebre Canal 11 és necessari disposar d'un decodificador, donat que el senyal aprofita les subportadores d'aquella banda de freqüència que no aprofita Onda Cero.

Canal 11 seria gestionada per TC-11, empresa del grup ONCE, i començà les emissions amb només quatre hores de programació.

Al llarg de 1993 OCR convertí d'associades en pròpies les emissores de: Zaragoza (Estaciones Radiofónicas de Aragón, S.A., al 100% d'Uniprex); Castro Urdiales (Cantabria) (de Presymec, S.A.); Arganda (Madrid) i Talarrubias (Badajoz) (Radio 5, S.A., 100% d'Uniprex); Coslada (Madrid) (Onda Cero, S.A., al 100% d'Uniprex)[1]; Pamplona (de l'Associació de la Premsa); Aguilar de Campoo (Palencia) i Reinosa (Cantabria) (d'Antena Norte, S.A.)[2]; Guardo (Palencia) i Santoña-Laredo (Cantabria) (aquestes dues d'Alerta-Canpresa, editora del diari *Alerta* de Santander).

L'Abril de 1994, Onda Cero entrava en contacte amb una de les cadenes més antigues d'Espanya, la Compañía de Radio Intercontinental (CRI), propietat de la família Serrano Súñer. Aquesta fou la primera empresa radiofònica, junt amb la SER, que donà el 25% de les seves accions a l'Estat. Radio Intercontinental de Madrid havia estat una de les poques emissores comarcals autoritzades a ser gestionades per una empresa privada. En aquelles dates, la família Serrano Súñer havia arribat a un acord per comprar aquell 25% a l'Estat, alhora que Radio Intercontinental de Madrid arribava a un acord, de deu anys, amb Onda Cero, pel qual l'emissora madrilenya connectaria durant

---

[1] Aquesta empresa no s'ha de confondre amb la marca de l'emissora, ja que com empresa constava al Registre Mercantil des de 1989. Fou la concessionària de l'emissora de Coslada i presentà un requeriment notarial contra OCR perquè deixés d'emetre sota aquest indicatiu. Els propietaris d'aquesta empresa ja s'havien reunit al 1989 amb responsables de la Rato i Radio Amanener per intentar arribar a un acord d'emissió conjunta.

[2] El titular i representant d'aquesta empresa, Ciriaco Díez Porras, era també president del consell d'administració del diari *Alerta*, de l'empresa Alerta-Campresa. Aquest fou un dels molts escàndols que esclataren arran del repartiment de freqüències. En aquest cas, Díez Porras era també militant socialista i, en el cas de l'editora del diari *Alerta*, el PSOE nacional hi tenia un 28% d'accions.

deu hores diàries amb la programació de la cadena. Altre cop l'ONCE s'assegurava la presència en OM, en aquest cas a una de les capitals més importants (recordem que les altres OMs provenien de la compra de la Cadena Rato).

### 6.3.3.9. Els últims canvis: Cadena Ibérica

Tot i ser una cadena petita, Cadena Ibérica és la primera cadena espanyola on ha intervingut capital estranger. Al Març de 1992, Unión Ibérica de Radio (*holding* que controla el capital de la cadena) signà un protocol d'acord amb Europe 1 Communication (empresa de la divisió àudio-visual del grup francès Matra-Hachette) per crear la societat Top Comunicación, que desenvoluparia la cadena musical de la ràdio-fórmula Top 40. La nova societat estava participada en un 62% per Unión Ibérica de Radio i en un 38% per Europe 1 Communication. La signatura final estava pendent de l'auditoria que l'empresa francesa havia encarregat sobre Cadena Top Ibérica, la cadena musical que Cadena Ibérica havia creat al Setembre de 1991 i que emetia, sota l'indicatiu Radio Top 40, per quasi totes les seves emissores, abandonant així l'anterior programació, més mixta. La nova fórmula s'emetria a través de tretze emissores. Per la seva banda, Cadena Ibérica quedava conformada per catorze emissores (Radio España de Madrid, OM, com a capçalera). En sis emissores es combinarien les dues programacions.

Un any després, Cadena Ibérica recuperava el 25% d'accions que encara era en poder de l'Estat. Per aquelles dates, ja havien re-comprat les accions, per aquest ordre, el Grup PRISA per la SER; Ibercaja per Radio Huesca, i la Compañía Aragonesa de Radiodifusión per Radio Zaragoza. Li tocava ara el torn a Cadena Ibérica, la Compañía de Radio Intercontinental ho faria l'Abril de 1994 i restava pendent la COPE. L'Estat autoritzà la venda del 25% (36 milions) al propietari majoritari de Cultural Radio Española (inicial

concessionari de Radio España i qui havia donat aquell tant per cent) que era en aquells moments Unión Ibérica de Radio.

Cadena Ibérica encara seria protagonista d'una altra aliança amb capital estranger. Aquesta vegada, al Març de 1993, el grup mexicà Televisa, a través de la seva empresa Milar, que explota les emissores Radiopólis a Mèxic, i l'empresari madrileny José Gárate, a través de la seva empresa Iberovisa, van participar del 25%, cada un, d'Unión Ibérica de Radio, quan aquesta realitzà una ampliació de capital. En conseqüència, Televisa i José Gárate participen també de la fórmula Top 40.

#### 6.3.3.10. Els últims canvis: la desestructuració d'Antena 3

La fi de la història d'Antena 3 té dues parts diferenciades, una en què es produeix la fallida associació de Godó amb Mario Conde i durant la qual Antena 3 continua afiançant relacions amb diferents emissores, i una altra part en què sí cualla la relació de Godó amb PRISA i Antena 3 va descomposant-se. En aquell precís moment, la història de la pèrdua d'associats d'Antena 3 s'escriu al costat de la dels nous socis que va aconseguint la COPE.

Al Març de 1992 començà la primera part. Es produí llavors un dels fets més rellevants dins el panorama comunicatiu espanyol, l'inici del que alguns auguraven com la "crònica d'una mort anunciada". En aquelles dates s'anuncià que Javier Godó i Mario Conde (llavors president de Banesto) havien suscrit un protocol d'intencions, que significava l'entrada a Inversiones Godó de la Corporación Industrial y Financiera de Banesto, per tal de formar una societat *holding* multimèdia, amb l'objectiu de, segons declararen: **"Promoure el desenvolupament i expansió d'un grup multimèdia de comunicació amb vocació de lideratge al mercat espanyol i amb capacitat per a competir en el camp dels mitjans de comunicació europeus i els mercats internacionals"** (ANUNCIOS, núm. 508, Març de 1992, P. 16). El 70% d'Inversiones

Godó estaria controlat per Javier Godó, a través de les seves empreses, i el 30% restant, per la corporació de Banesto. Teòricament, si l'entrada es feia efectiva, això significava que Mario Conde podia tenir una participació indirecta del voltant d'un 9% a TISA (*La Vanguardia*), un 15% a Antena 3 de Radio, un 27% a *El Mundo Deportivo*, un 24,9% a l'agència Lid, un 30% a *Historia y Vida* i una participació minoritària a *Ya* (NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN, núm. 39, Març de 1992, P.6). Tot això era la teoria. Semblava que Mario Conde assoliria una de les seves ambicions: controlar i/o formar part d'un gran grup de comunicació (un dels primers). Però aquest protocol es va trencar. Les causes esgrimides van ser les pressions polítiques i financeres sobre Godó i el fet que el Govern central no semblava veure amb massa bons ulls l'entrada de Conde dins del sector comunicatiu. El que preocupava no era tant l'entrada del món financer dins la comunicació, (entrada més necessària, per altra part, des de la concessió de les televisions privades per les altes inversions que exigien) com l'entrada d'una determinada persona: Mario Conde. Era la seva segona derrota, donat que ja havia estat candidat, junt amb el Grupo Zeta i altres accionistes, a un canal privat de televisió. Però seguí intentant-ho. Primer Mario Conde comprà el 24,9% d'accions d'Antena 3 TV i s'alià, llavors, amb el grup Zeta, (*El Periódico de Catalunya* és rival directe de *La Vanguardia*). Tant Antonio Asensio com Conde buscaren una altra via i l'oportunitat arribà quan Zeta i el seu soci Rupert Murdoch (propietari entre d'altres de la *20th. Century Fox*, president del grup News International i accionista en un 25% de Zeta) constituïren l'empresa Renvir (45% de Murdoch, 45% d'Asensio i 10% d'un grup de professionals de la comunicació). Renvir comprà el 25% de les accions d'Antena 3 TV (en mans d'accionistes minoritaris). Per la seva part, la corporació Banesto ja tenia el 24,9%. La posterior aliança entre Conde, Asensio i Murdoch els proporcionà quasi el 50% del canal televisiu, el seu control i aconseguiren, a més, la dimissió del fins llavors president, Javier

Godó. El 17 de Juny de 1992 Antonio Asensio era nomenat president d'Antena 3 TV. I el 14 de Juliol, el consell d'administració d'Antena 3 Radio, absents Godó i cinc consellers, decidí destituir Godó de la presidència de la ràdio, davant la pressió de consellers afins a Martín Ferrand i Prensa Española, que l'acusaren de no haver informat de les seves intencions de venda. No obstant això, Godó seguia tenint la majoria d'Antena 3 Radio, un 51,97%, del qual un 47,25% el tenia a través d'Inversiones Godó i el 4,72% a través de Paltrieva, una altra de les seves societats instrumentals. Professionals d'Antena 3 Radio, com José Mª García, Antonio Herrero, Luís Herrero, Carlos Pumares, entre d'altres, l'acusaren de comportament negligent respecte a la companyia. Es temia per la continuïtat de la cadena radiofònica. Pocs dies després, Godó recuperava la presidència, amb els vots dels seus consellers i de tres dels qui havien contribuït a destituir-lo.

Fi d'aquest capítol. Havia quedat suficientment palès que els mitjans de comunicació havien adquirit una nova dimensió i resultaven objectius prioritaris per alguns sectors financers. També havia quedat clar que la lluita pel lideratge nacional s'establia entre els mateixos grups (els més forts) i que el Govern central podia intervenir, i ho feia, de manera més o menys subtil, en la pujada i posicionament dels grups líders.

La segona part comença quan Godó torna a la presidència. I ho va fer un dia després que el seu grup i PRISA fessin públic (22 de Juliol) un comunicat en el qual anunciaven que havien iniciat un **"...procés de col.laboració per abordar conjuntament les profundes transformacions que s'estan produint en el camp dels mitjans de comunicació"** (EL SIGLO, núm. 42, Agost de 1992, P. 34). Aquest "procés de col.laboració" es traduïa en què PRISA havia comprat una participació minoritària d'Inversiones Godó (per tant, d'Antena 3 Radio). Fou arran d'aquest acord que es va celebrar un consell d'administració durant el qual Godó tornà a ser el president de la cadena de

ràdio. El qui dimití llavors va ser Martín Ferrand i dies després ho farien Luís Angel de la Viuda, Antonio Herrero i José Mª García. Amb paraules d'aquest últim: **"No seguiré en aquesta casa perquè no vaig amb els homes de PRISA, perquè durant anys han estat atacant sistemàticament aquesta casa"** (Id. EL SIGLO). Així entrava Jesús de Polanco a l'accionariat d'Antena 3 Radio. Culminava llavors el que s'havia batejat com "la crisi d'Antena 3", el transfons de la qual eren els deutes de Javier Godó al sí del diari català. Aquests mateixos deutes havien permès els contactes amb Mario Conde i ara permetien l'entrada de Jesús de Polanco. **"Un important percentatge d'accions de *La Vanguardia* estan pignorades per La Caixa, a la qual l'empresa editora del prestigiós rotatiu barceloní deu 6.000 milions de pessetes. Fonts ben informades parlen d'un altre forat que augmenta els deutes en aproximadament 2.000 milions més, fruit d'una llarga i dolenta administració en el passat"** (EL SIGLO, núm. 42, Agost de 1992, P.35). Aquests canvis foren de l'agrat del Govern central però no massa de l'autonòmic: Jordi Pujol havia pressionat perquè PRISA no entrés al diari, el més influent d'aquesta comunitat autònoma. Al Setembre d'aquell any '92, la junta general d'Antena 3 Radio destituí els consellers de Prensa Española, acceptà la dimissió d'uns altres vuit i passà a nomenar-ne de nous. L'origen de la destitució fou la querella criminal que Prensa Española havia presentat contra Javier Godó per no haver informat que aquest havia venut les seves accions a Inversiones Godó, l'any 1989. L'acusació sorprengué bastant, ja que Antena 3 i Prensa Española havien suscrit la memòria de l'empresa, de l'any 1991, que havia estat auditada per Price Waterhouse i on ja constava Inversiones Godó com a principal accionista. Poc després, Prensa Española acceptava l'oferta que Inversiones Godó li va fer per adquirir el seu paquet d'accions a la cadena radiofònica (11,47%). En un principi es va dir que vendria les accions a Inversiones Godó, però finalment, fou Paltrieva (l'altra societat de Javier Godó, on

PRISA tenia el 51%) qui augmentà el seu paquet accionarial. La situació quedava de la següent forma: Inversiones Godó (de la qual PRISA tenia ja el 49%) controlaria el 47,25% del capital d'Antena 3 Radio, i Paltrieva (societat instrumental de Godó), passava a tenir el 16,19%. En resum, el tàndem Polanco-Godó tenia el 63,44% d'Antena 3 Radio. L'empresa editora acabà retirant la querella i anuncià que havia iniciat converses amb dos dels grups que optaven a participar a la COPE. Com ja hem vist tampoc no resultaren fructíferes aquestes negociacions.

Tot el procés acabà amb un seguit de subtils nomenaments, una mena de "trasvassament" de directius de la SER a Antena 3. En foren exemples el nou director d'Antena 3, que seria Francisco Vela, fins llavors director de programes de la cadena SER, i el nomenament de Juan Mª Sainz com a conseller delegat de la companyia, després d'haver estat conseller delegat de GDM, empresa que gestiona la publicitat dels mitjans de comunicació del grup PRISA (excepte d'*El País*). Per molt que aquest darrer declarés a l'Octubre que seguiria igual la línia mantinguda per Antena 3 d'oferir notícies veraces i opinions independents, molts foren els professionals que sabien que, tard o d'hora, d'una forma o altra, la cadena desapareixeria.

De moment, mentre tot aquest procés de concentració es produïa (ja que, en definitiva no fou més que això, l'inici de concentració de dues de les cadenes més poderoses del país), la política d'associacions i afiançament continuava. Al Juny de 1992, Antena 3 de Radio a les Balears i el Grup Serra havien signat un acord d'explotació per a quatre emissores. Però l'acord implicava no només les concessionàries sinó també Editora Balear (empresa propietària del *Diario de Mallorca*, integrat al Grup Moll) que les havia estat explotant fins llavors. Aquestes quatre emissores acabaren sumant-se a les cinc de les quals ja era concessionari el Grup Serra i que formaven la Cadena de Radiodifusión de las Islas Baleares. Les emissores de Santanyí i Eïvissa

emetrien la programació generalista d'Antena 3, la de Ciutadella entraria a la cadena Radio 80 i la quarta emissora, a Palma de Mallorca, estava previst que fos la primera emissora que oferia la programació de Radiolé fora de Madrid.

Però, a partir d'aquí, començarien els canvis i la davallada. 1993 ja es va iniciar amb l'anunci de la col.laboració programàtica entre Radio 80 i Radio Minuto, que donà pas a la nova M-80 Serie Oro. Al Febrer, Antena 3 Radio anunciava que es retirava de la Borsa. El consell d'administració, reunit el 20 de Gener, acordà presentar a la junta d'accionistes una reducció de capital, que es faria a través d 'una OPA (oferta pública d'adquisició) sobre el 25% d'accions que cotitzaven (i que tenien llavors un valor de 1.632 milions de pessetes). El capital social d'Antena 3 Radio quedaria reduït, un cop fos la pròpia companyia la que adquirís les accions de la sèrie B (a les quals anava adreçada l'OPA, ja que les de sèrie A no cotitzaven), per a la seva amortització. Reunida la junta general d'accionistes un mes després, l'OPA fou aprovada i es fixà el preu de cada acció en 7.200 pessetes. A la mateixa junta s'informà que l'empresa havia aconseguit unes plusvàlues de 2.875 milions de pessetes després de vendre la seva participació a Antena 3 TV (11,1%), donat que l'havia comprada per 2.500 milions i la va vendre per 5.375. Segons es va publicar, la raó de la sortida d'Antena 3 de la Borsa tenia com objectiu proporcionar liquidesa als accionistes que ho desitgessin (NOTICIAS DE LA COMUNICACION, núm. 84, Març de 1993, P. 10). Aquesta Oferta Pública va ser prorrogada fins al mes de Maig i, un cop tancada, resultà que Antena 3 havia comprat el 96,65% de les accions que havia tingut cotitzant, amb la qual cosa restava un 1,10% d'accions cotitzables. El resultat fou un augment de poder i control del tàndem Godó-Polanco: passaven a controlar el 95,23% del capital social de la cadena (62,30% a través d'Inversiones Godó i 32,93%, de

Paltrieva). La resta d'accions quedarà repartida així: Manuel Jiménez de Parga, 2,47%, sis particulars, 1,20% i a la Borsa, 1,10%.

A meitats d'any, vuit periodistes (A. Herrero, M. Martín Ferran, L.A. De la Viuda, F. Jiménez Losantos, J. Mª. García, L. Herrero, M. Miralles i P. J. Ramírez) van presentar una demanda contra PRISA al Tribunal de Defensa de la Competència. L'acusació es fonamentava en el que aquells professionals consideraven una situació d'oligopoli, abús de posició de domini, competència deslleial i alteració i falsejament de la competència en el sector radiofònic per part del grup de J. de Polanco. El grup contestà amb un comunicat on desmentia les acusacions i recordava que la seva participació a Antena 3 era minoritària i Antena 3 i la SER eren societats diferents amb accionariats també diferents. De moment, la polèmica no anà a més, però obriria un nou capítol amb la posterior creació d'Unión Radio.

Es en aquest punt on resulta interessant observar per on s'inicià la desaparició d'Antena 3. Si recordem el seu naixement, Antena 3 conformà una xarxa important gràcies a l'associació amb cadenes regionals, darrera les quals acostumava a estar un grup editorial, també regional. Doncs bé, serà per aquí per on la cadena perdrà les primeres emissores. Antena 3 es desestructurà perquè les cadenes regionals es desmarcaren d'ella, bàsicament per dos motius: José Mª García havia marxat a la COPE i amb ell, tristament per a les empreses radiofòniques, s'emportà audiència i publicitat. La baixada d'ambdues es féu notar. Antena 3 fou l'exemple més clar i dur del perill que representa basar l'estratègia empresarial d'una ràdio en un sol personatge. L'altre motiu, no expressat oficialment, però que ens atrevim a apuntar aquí és que, si darrera les cadenes regionals hi havia editorials regionals, aquestes podien témer, amb un mínim de fonament real, que els seus diaris podien caure sota l'òrbita de PRISA. Semblà també que hi havia una altra cadena que es beneficiaria de la desestructuració: la COPE. Però això no fou exactament

així, ja que creiem que, en última instància, l'única possible beneficiada d'aquesta "mort" fou la SER. Però sí que és cert que, mentre aquesta cadena rebia crítiques, atacs i querelles, la COPE aprofità l'ocasió. I ho va fer doblement: perquè aconseguí noves associades i perquè l'entrada de José Mª García la tregué dels problemes ocasionats per la marxa de Luís del Olmo. Les cadenes seguien confiant en les estrelles, a pesar dels problemes que ja s'havien pogut constatar.

El procés de desestructuració era quasi sempre el següent: a) Antena 3 entrava en conflicte amb una de les cadenes regionals associada, b) PRISA solucionava el problema i arribava a un acord, c) la COPE estava allà per oferir-se com a nova associada, d) alguna cadena va preferir intentar l'aventura en solitari:

**A) La xarxa gallega**

***Conflicte***: A l'Agost de 1993, Antena 3 rebé una nota de l'editora La Voz de Galicia on aquesta li feia saber la seva intenció d'adquirir el 50% que la primera tenia a Antena 3 de Radio Galicia. La cadena regional volia independitzar-se, segons paraules del seu conseller delegat, Emilio Rey, perquè **"...d'ençà que el grup Prisa entrà a la cadena, s'han registrat una sèrie de canvis, que són públics i coneguts -com la marxa d'un professional i la caiguda de l'audiència- que ens han portat conseqüències negatives, (...) existeix una disconformitat amb la política que s'està seguint, (...) els nostres propòsits estan encaminats a beneficiar Galicia, a formar una cadena regional, cosa que, per altra part, ha estat la nostra línia de sempre"** (NOTICIAS DE LA COMUNICACION, núm. 106, Setembre de 1993, P. 10). A l'espera d'una resposta, les emissores de Galícia augmentaren, amb la programació de la nova temporada 1993-1994, el nombre d'hores de programació regional, com a mesura de pressió. Antena 3 de Radio Galicia era formada en aquells moments per deu emissores.

***Solució***: A finals d'any, PRISA i La Voz de Galicia arribaren a un acord mitjançant el qual l'editora gallega comprava el 50% en mans de Antena 3 i Inversiones Godó i, en principi, conservava set de les deu emissores i deixava a Antena 3 una a La Coruña, la de Vigo i la de Ribadavia.

***Resultant***: Així naixia una nova cadena, Radio Voz (Cadena Voz de Radiodifusión, S.A.), amb la pretensió de comprar més freqüències i extendre's més enllà dels límits regionals gallecs. La nova cadena comptà amb les set emissores que gestionava el grup editor (que aconseguí de l'acord amb PRISA) i dues que eren propietat de la COPE i de les quals li fou cedida la gestió, una a Ribadeo (Lugo) i l'altra a Verín (Orense). La idea era oferir una programació generalista, de caire regional, incloent-hi alguns programes de la COPE. Acabant l'any 1994, Radio Voz començà a emetre des de Madrid amb vocació de cadena nacional i no pas regional. La idea era ser present, en el termini de dos anys, en cinquanta ciutats, des d'on s'emetria una programació fortament local. Aquest cop a la COPE no li va durar gaire l'associació perquè Radio Voz optà per l'aventura en solitari. Les emissores d'Ambiente Musical a Madrid i Palma de Mallorca són actualment de Radio Voz, juntament amb alguna emissora d'Antonio Caballé Sesé (nomenat director general de la cadena i que, abans, havia actuat d'assessor jurídic d'Antena 3) i altres associades.

**B) Les emissores de Navarra**

***Conflicte***: El grup del *Diario de Navarra* (IPONSA) disposava de cinc freqüències, a Pamplona, Estella, Tudela, Alsasua i Elizondo, totes elles associades a Antena 3.

***Resultant***: Amb l'entrada del grup editor a l'accionariat de la COPE (ampliació de capital de 1992) s'arribà a un acord pel qual les cinc emissores passaven a emetre la programació d'aquesta.

### C) Les emissores d'Euskadi

***Conflicte***: La COPE inicià negociacions amb el Grupo Correo per a la incorporació de les seves tres emissores a Bilbao, San Sebastián i Vitoria. Aquestes tres emissores també formaven part d'Antena 3, a través de Radio Tele Basconia, del Grupo Correo en un 55% i Promotora de Televisión y Radio, en un 45%. Antena 3 acusà el Grupo Correo de ruptura unilateral de contracte i presentà un interdicte, però va ser fallat contra seu al Febrer de 1994.

***Solució***: Altre cop fou PRISA qui, a meitats d'any, resolgué els acords. En aquest cas, el Grupo Correo cedia la freqüència de la seva emissora a Vitoria i comprava a Promotora de TV y Radio el 45% del capital de Radio Tele Basconia, amb la qual cosa el grup editorial, a través del seu *holding* Comecosa, en passava a ser el propietari absolut.

***Resultant 1ª***: La COPE incorporà a la seva òrbita aquestes tres emissores i deixà Antena 3 sense cobertura a Euskadi.

***Resultant 2ª***: Una vegada que la COPE havia guanyat aquestes emissores, R. Popular de Bilbao (propietat del Bisbat), R. Popular de San Sebastián i R. Popular de Loyola (propietat ambdues de la Companyia de Jesús) trencaren l'acord que mantenien amb ella de feia temps i començaren a emetre programació pròpia, intentant així satisfer una demanda llargament anhelada de constituir una mini-cadena basca.

### D) La xarxa balear

***Conflicte***: L'any 1994 s'inaugurava amb les negociacions del grup editor Serra per desvincular les seves sis emissores balears de la cadena, amb la qual estava relacionat des que es fundà l'any '82. Els motius esgrimits eren els mateixos que es presentaren a Galícia: caiguda de l'audiència i pèrdua de rendibilitat.

***Resultant***: Serra pretenia convertir les emissores en una cadena regional, davant la impossibilitat d'associar-les a una altra cadena (totes eren presents en aquest espai geogràfic limitat). Antena 3 restaria amb les dues emissores que obtingué directament, una a Mallorca i una a Menorca. La nova cadena regional, Ultima Hora Radio, passaria a emetre una programació generalista amb desconnexions locals per a les emissores de Menorca i Eïvissa. Les altres emissores que conformen la cadena balear són la de Palma de Mallorca, Palma Internacional (adreçada a la població estrangera) i Santanyí.

### 6.3.3.11. Els últims canvis: la SER

Si en alguna cosa es notava l'entrada d'un gran grup (PRISA) era en la racionalització de la gestió econòmica, si bé era, al mateix temps, l'aspecte més conflictiu i criticat, per les conseqüències que gairebé sempre comportava. Al Setembre de 1991 la SER reorganitzà les seves emissores a Galicia amb l'objectiu d'optimitzar-ne l'explotació. A Galicia, la SER tenia emissores pròpies i associades, que pertanyien a Onda Galicia, S.A. (en un 37% propietat de la SER). El pla de reordenament afectava els centres de Santiago, La Coruña, Vigo, Orense, Lugo i Pontevedra on, fins llavors, hi havia dos directors: el de la SER i el de Radio Minuto (fórmula programàtica que explotaven les emissores d'Ondas Galicia). A partir d'aquell moment, la figura del segon director desapareixia (se'ls va oferir d'integrar-se a d'altres emissores de la SER per tot Espanya) i la responsabilitat programàtica de Radio Minuto quedava en mans dels directors de la SER.

Al Setembre de 1991, la Cadena SER entrava com accionista majoritari d'una nova cadena francesa d'emissores d'FM. La SER adquirí el 48,05% de SODERA, societat francesa concessionària de més de 70 freqüències. Hi tenia com a socis la RTL (Ràdio Televisió de Luxemburg) (amb el 38,55%) i Sony-Music França (amb el 13,40%). La nova cadena es diria M-40 i era

formada per setenta-dues emissores repartides per tot el territori francès, resultat de la fusió de les emissores de la cadena Maxximum (de la CLT, de la qual la RTL és filial) i les emissores de la cadena Metropolys, de Sony-Music França. La xarxa cobria els principals nuclis de població, emetent només novetats musicals, franceses en més del 30% (el format era assemblat al de 40 Principales a Espanya). Un any més tard, M-40 incorporava deu emissores més a la cadena, amb la qual cosa passava a tenir-ne 82, 78 a França i 4 a Bèlgica. Les deu emissores eren sis noves concessions i quatre adquisicions. Al Maig de 1994, PRISA va vendre la seva participació a la CLT. Aquesta, accionista majoritari ara, té també la ràdio-fórmula francesa Fun Radio, la qual cosa situa la RTL en clara situació de privilegi dins la ràdio comercial francesa.

De la mateixa manera que com d'altres cadenes, la SER disposava del seu departament d'expansió, encarregat no només d'aconseguir més emissores sinó també de racionalitzar la gestió i aconseguir la màxima optimització en l'explotació, a mesura que la cadena anava creixent. Però, a més a més, la SER creà a principis de 1992 un gabinet d'assessorament l'objectiu del qual és, com el seu nom indica, oferir ajut a les seves emissores, tant les pròpies com les associades, en matèria de programació, tecnologia i gestió comercial. Aquest assessorament funcionarà sempre que ho demanin les emissores o ho cregui necessari el director de la cadena, Augusto Delkader.

Seguint amb les reorganitzacions, preu obligat que s'ha de pagar quan les empreses deixen de ser negocis familiars i necessiten d'una gestió moderna i competitiva, li tocava ara a la política musical de la SER i l'afectada fou la Cadena 40 Principales, de la qual es nomenà nou director, després que Rafael Revert marxés, fundés la seva pròpia companyia, Radio Fórmula Musical, i creés la nova fórmula Cadena Cien per a la COPE. PRISA creà una àrea de musicals horitzontal, és a dir, que englobés els 40 Principales, els musicals de

Canal Plus (que bàsicament són la mateixa fórmula que els "40" però amb vídeos) i la revista *El Gran Musical*, amb molts anys d'experiència, en la mateixa línia i el mateix públic potencial. Es, doncs, un intent de crear sinergies. El naixement de Cadena Cien, obra del mateix "pare", Rafael Revert (referint-nos a la posada en marxa a Espanya, perquè l'autèntica paternitat recau sobre els nord-americans), representava per primer cop la possibilitat d'una autèntica competència per a la ràdio-fórmula pionera, líder indiscutible d'audiència i, molts cops, de publicitat. Per aquesta raó, PRISA abordà els canvis ja esmentats i, a més, la renovació tecnològica (els 40 Principales fou la primera cadena espanyola que emetria via satèl.lit, a l'Abril de 1992) i endegà un nou sistema per captar i, especialment, assegurar la fidelitat de l'audiència, consistent a consultar els seus oients per elaborar la llista musical, a través d'un telèfon gratuït. Teòricament, així, la llista contenia el que el públic preferia. El suport definitiu a aquesta política de reforçament vindria donat per l'ampliació dels històrics Premis Ondas, que inclourien, a partir de 1993, un apartat per a la música, amb vint premis.

Al Juny de 1992, PRISA-SER recuperava el 25% que 17 anys abans havia donat a l'Estat i que havia intentat recuperar, sense èxit, amb els anteriors governs d'Adolfo Suárez i Leopoldo Calvo Sotelo. El Govern central autoritzà la Direcció General del Patrimoni de l'Estat, a través de qui es controlaven les accions, a vendre-les a PRISA. Després seria el grup qui les ofertaria als seus propis accionistes, proporcionalment a la seva participació. En aquells moments, les accions quedaven repartides de la següent manera: 71,25% de PRISA, 2,87% de la família Garrigues i 0,88% d'altres. El grup de Jesús de Polanco hauria de pagar 3.200 milions de pessetes en tres terminis: el primer, de 800 milions, es faria efectiu en el moment de la signatura de l'acord, el segon termini, de 1.200 milions, es faria el 30 de Desembre de 1993 i el tercer

termini, també de 1.200 milions, el 20 d'Abril de 1995. PRISA també assumia 472,5 milions de pessetes, d'ampliacions anteriors, que encara no s'havien pagat i que, per tant, la SER podia reclamar a l'Estat. A finals d'any, la SER nomenava els seus consellers en substitució dels representants estatals. L'accionariat quedava així després de la compra: 78,93% de PRISA, 17,32% d'Ediciones Bidasoa, S.A. (que és al 100% de PRISA), 2,87% de la família Garrigues i 0,88% d'altres.

També llavors, el Consell de Ministres aprovava la venda del 25% que tenia l'Estat a Radio Zaragoza, mentre aquesta, propietat de la Compañía Aragonesa de Radiodifusión i participada en un 8,4% per la SER, arribava a un acord amb la Sociedad Aragonesa de Radiodifusión (Radio Minuto Aragón) per entrar-hi com accionista.

L'acord programàtic, iniciat al Gener de 1993, entre Radio 80 i Radio Minuto va permetre la SER reorganitzar els continguts d'algunes de les seves emissores. Després del conveni, quedaren lliures deu emissores (la nova M-80 se'n quedava 32) que passaren a emetre la programació Ser Convencional, duplicant d'aquesta forma l'oferta generalista a deu ciutats, tot i que l'emissora-repetidor inclouria programes locals.

La SER, pionera en moltes de les polítiques gestores, programàtiques i comercials de la ràdio espanyola creà al 1994 un departament de Programes Sindicats, mitjançant el qual s'aconseguí que les fórmules 40 Principales i Dial, amb el sistema de sindicació, s'escoltin a través de 70 emissores a Estats Units i a sis països d'Amèrica Llatina, durant quatre hores diàries.

Amb vigència a partir de l'1 de Gener de 1994, la SER signà un contracte amb Servicios Radiofónicos Unión Radio perquè aquesta li gestionés alguns serveis. A partir d'aquí, la principal història de la SER s'escriu al costat

de la gradual desaparició d'Antena 3 i els canvis conseqüents. El seu capital, després que PRISA comprés algunes participacions minoritàries al llarg de 1993 (com la d'Antonio Garrigues) es troba ara repartit entre: PRISA (82,66%), Ediciones Bidasoa, S.A. (17,32%) i altres (0,02%). Però, tenint present que Ediciones Bidasoa és totalment propietat d'ella, PRISA controla el 99,98% de la SER. Els canvis accionarials de la cadena queden reflectits al Quadre 21.

***Quadre 21. Evolució de l'accionariat de la cadena SER (1984-1994)***

| | 1984 | 1985 | 1986 | 1990 | 1993 | 1994 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| PRISA | 25 | 44 | 51 | 53,93 | 78,93 | 82,67 |
| Estat | 25 | 25 | 25 | 25 | | |
| E. Fontán | 19 | | | | | |
| A. Garrigues | 18 | 18 | 19 | 2,87 | 2,87 | |
| Ed. Bidasoa | | | | 17,32* | 17,32 | 17,32 |
| Altres | 13 | 13 | 5 | 0,88** | 0,88** | 0,01 |
| **Total PRISA** | **25** | **44** | **51** | **71,25** | **96,25%** | **99,99** |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de la bibliografia consultada*

** Cal prendre la participació d'Ed. Bidasoa dintre de PRISA ja que li pertany en un 100%*

*** Aquests "altres" són també empreses propietat majoritària de PRISA, com ara PROMESA (Promotora de Emisoras, S.A.), DISTASA (Distribuciones Aliadas, S.A.) i EDIPAIS (Ediciones El País, S.A.)*

### 6.3.3.12. Els últims canvis: SER + Antena 3 = UNIÓN RADIO

Al Febrer de 1994, s'entrà a la recta final, quan els grups editors TISA (*La Vanguardia*) i PRISA (*El País*) crearen la societat de serveis radiofònics Unión Radio (on Polanco té el 80% de participació), després d'haver presentat un expedient de concentració a la Direcció General de Defensa de la Competència (Ministeri d'Economia i Hisenda) al Desembre anterior. L'objectiu era **"...millorar la competitivitat de les seves empreses de radiodifusió i modernitzar metodologia i sistemes de gestió"** (CAPÇALERA, núm. 51, Abril 1994, P. 43). Es a dir, que Unión Radio pugués gestionar conjuntament alguns

dels serveis de les dues cadenes. No cal dir d'on procedeix el nom amb què van batejar la nova societat.

Com a conseqüència immediata, aquella demanda presentada pels vuit periodistes, i que encara estava essent estudiada, fou ampliada. Feta la llei, feta la trampa: les pràctiques que els vuit professionals consideraven il.legals (abús de posició de domini, situació d'oligopoli, competència deslleial i alteració i falsejament de la competència en el sector radiofònic per part de PRISA) ho serien sempre i quan es duguessin a terme per empreses diferents (Antena 3 i PRISA) però no si són una sola empresa, si hi ha concentració (Unión Radio).

El desmantallament total d'Antena 3 ja era qüestió de poc temps: havien anat desapareixent l'equip i la programació esportiva, els informatius de cap de setmana, les corresponsalies, mitjans tècnics, s'iniciaren alguns acomiadaments o s'integraren alguns professionals d'una cadena a l'altra, les gestions administrativa i publicitària eren a Gran Vía de Madrid (seu social de gran part de les empreses de PRISA i, especialment, de la SER), algunes emissores ja oferien programació SER, ... Només era qüestió de temps.

Després de perdre els associats regionals, l'absorció de la resta d'Antena 3 implicà per a la SER dur a terme la reestructuració d'emissores més important que havia fet fins llavors. En part era lògic, donat que un major nombre d'estacions li permetia reforçar les cadenes que més ho necessitaven. Descartada la possibilitat de convertir Antena 3 en cadena d'emissores *all-news* (pel seu elevadíssim cost), les seves freqüències es repartirien entre les diferents programacions de la SER, especialment on la seva cobertura fos més feble. Però, a més a més, algunes d'elles s'aprofitaren per crear una nova cadena: Sinfo Radio, una ràdio-fórmula musical de música clàssica, *jazz* i *new age*, combinada amb informació i programes especialitzats. Aquesta és la que manté el nom, ja que es coneix com Sinfo Radio-Antena 3.

Però també és cert que la cadena SER estava **obligada** a reestructurar, perquè així ho determinava l'Ordre de 2 de Juny de 1994.

En aquesta Ordre *"...es fa públic l'Acord del Consell de Ministres de 20 de Maig de 1994 pel qual, conforme al disposat a l'article 17 de la Llei 16/1989 de Defensa de la Competència, no procedeix oposició a l'operació de concentració consistent en la cessió de la gestió per part d'Antena 3 de Radio, S.A. i de la Sociedad Española de Radiodifusión, S.A. a favor de la Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio, S.A."* (BOE 21 Juny 1994). L'aprovació quedava sotmesa al cumpliment d'unes determinades condicions, que són les que l'obligaren a dur a terme aquella reorganització:

- a les localitats amb un nombre d'emissores igual o superior a vuit, no podrien tenir conjuntament més de quatre emissores en propietat o associació forta
- a les localitats amb un nombre inferior a vuit emissores, no podrien tenir conjuntament en propietat o associació forta més del 50% de les emissores d'aquelles localitats
- a les localitats amb una sola emissora, no podrien tenir conjuntament en propietat o associació forta aquella emissora en més del 40% de les localitats de cada Comunitat Autònoma que es trobin en tal circumstància.

L'Ordre acabava amb unes definicions perquè quedessin clares les condicions abans exposades:

- **Emissora**: cada unitat de radiodifusió sonora explotada per concessió administrativa
- **Emissores en propietat**: aquelles de les concessions de les quals són titulars els notificants (Antena 3 i SER)
- **Emissores en "associació forta"**: aquelles vinculades als notificants per contractes on s'observi alguna de les següents clàusules:
  1. Validesa per temps indefinit

2. Rescissió necessàriament acordada per les dues parts o per un tercer
3. Penalitzacions per renúncia unilateral, sense dret a preavís que les elimini
4. Clàusules penals per denúncia voluntària del contracte
5. Pactes de no competència posteriors a l'eventual separació.

La solució, teòricament, passava per la venda d'algunes emissores o la ruptura o debilitament d'algunes associades. No deixava de ser una mica contradictori que es proposés reduir o trencar la relació, quan s'està definint, alhora, què vol dir *associació forta*, o sigui, un seguit de clàusules i condicions marcades pel caràcter indefinit, la possibilitat de penalització i pactes de no competència posteriors a l'eventual separació. Es a dir, quan els propis convenis d'associació no faciliten precisament la ruptura. Però, fixem-nos en aquestes clàusules i veiem com la SER modificà alguns dels articles del conveni marc que signa amb totes les seves associades. Concretament foren retocades les condicions tretzena i catorzena, a proposta del Comitè de la cadena i després de rebre l'aprovació unànime a l'Assemblea celebrada a Sevilla (24 de Novembre de 1994). Els continguts eliminats amb el nou redactat foren:

*Tretzena. Els firmants es comprometen irrevocablement, cas de produir-se la seva sortida de la Cadena, a no suscriure acords programàtics, comercials o d'explotació amb qualsevol altra Cadena o grups d'emissores en un termini de dos anys des de la seva sortida, excepte autorització expressa del Comitè de Cadena. En tot cas, aquesta limitació no serà aplicable quan la sortida de l'Emissora es degui a incumpliment del CONVENI i aquest no sigui a ella atribuïble* (corresponent a la clàusula 5).

*Catorzena: El Conveni tindrà efecte des del moment de la seva signatura i tindrà una durada indefinida, sense perjudici que deixi de produir efectes per a*

*les entitats afectades en cas de denúncia o separació del mateix* (corresponent a la clàusula 1).

Se seguien mantenint:

1. la possibilitat de separació voluntària, amb preavís d'un any i havent de cumplir les obligacions adquirides fins que es faci efectiva la separació i, en alguns casos, les posteriors derivades de la relació mantinguda
2. la possibilitat que la SER o alguna de les seves emissores reclami danys i perjudicis si no es cumpleixen els anteriors requisits de la separació
3. la possibilitat que alguna emissora se separi de la cadena si l'accionariat d'aquesta queda alterat en més d'un 25% per l'entrada de nous accionistes (directament o indirecta), en el termini d'un any i amb preavís de tres mesos, a partir que tingui constància del canvi titular
4. la possibilitat que el Comitè separi de la cadena l'emissora, o emissores, el capital social de la qual s'hagi alterat en més del 25% per entrada de nous accionistes (directament o indirecta).

Tot i els canvis efectuats per la SER, les limitacions de l'Ordre no tenien gaire a veure amb el que havia dictat la LOT al 1987 (Disposició Addicional Sisena, punt d): *"En cap cas, una mateixa persona física o jurídica podrà ser titular de més d'una concessió per a l'explotació de serveis de radiodifusió sonora en ona mitja ni de més de dues concessions per a l'explotació de serveis de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència que coincideixin substancialment en el seu àmbit de cobertura. L'atorgament de més d'una concessió a una mateixa persona física o jurídica per a l'explotació de serveis de radiodifusió sonora d'ones mètriques amb modulació de freqüència que coincideixin substancialment en el seu àmbit de cobertura només podrà realitzar-se si pel nombre de les ja atorgades queda suficientment assegurada la pluralitat en l'oferta radiofònica"*. A Madrid, Barcelona, Sevilla o

València, Unión Radio segueix tenint més de quatre emissores. Teòricament, si l'Ordre no establia terminis, s'havia de cumplir immediatament.

L'Ordre també recollia el dictamen del Tribunal de Defensa de la Competència (dictamen que encara no s'havia publicat oficialment): *"Resultant que el Tribunal de Defensa de la Competència (...) ha emès dictamen en el qual assenyala que s'aprecia l'existència d'importants efectes restrictius de la Competència causats per l'operació, tot i que també s'examinen aquells aspectes, millora dels sistemes de producció i comercialització, foment del progrés tècnic i econòmic i contribució a la competitivitat internacional, que poden compensar els seus efectes restrictius"* (BOE 21 Juny 1994).

Malgrat tot, nasqué la nova societat Unión Radio i Antena 3 ja no existia. Ho aconseguí PRISA perquè és un grup fort, però també perquè disposava del marc legal i suports governamentals adequats a les seves aspiracions: **"...el govern facilità el camí perquè PRISA prengués el control d'Antena 3 Radio, la cadena amb el major augment d'audiència a Espanya durant l'última dècada (més de 3,5 milions d'oients diaris al 1992), la popularitat de la qual es basava, en bona mesura, en la seva clara oposició al govern socialista"** (SÁNCHEZ-TABERNERO; DENTON.; LOCHON *et al.* 1993, 187). Semblava cumplir-se així el que alguns estudiosos, periodistes o el mateix Jesús de Polanco (que ho havia repetit en més d'una ocasió) preveien quan afirmaven que el sector radiofònic espanyol no té espai suficient per a quatre cadenes comercials, sinó per a tres. Doncs bé, ja hi eren: SER, COPE i Onda Cero.

Antena 3 desaparegué definitivament el mateix any en què se celebraren els 70 anys de la radiodifusió espanyola, encapçalada per la seva degana R. Barcelona. En aquell moment de celebracions, no es va recordar que Ràdio Barcelona entrà a l'òrbita d'Unión Radio (ara, SER) feia ja gairebé

també 70 anys. Curiosa coincidència: d'Unión Radio a Unión Radio, amb una mateixa idea de concentració, tot i que salvant, evidentment, les distàncies. Sembla que les millors etapes de la SER estan unides a homes de l'empresa editorial. Primer amb Ricardo de Urgoiti, enginyer, vinculat al diari *El Sol* i que coneixia el sistema radiodifusor estranger de principis de segle. Ara amb PRISA. L'estructura empresarial familiar i les pròpies guerres entre "famílies" polítiques la van tancar en un parèntesi que la conduí al límit de la suspensió de pagaments.

Unión Radio (PRISA) ja tenia el suport legal per a una situació que, *de facto*, que no *de iure*, venia produint-se des de l'estiu de 1992. La nova societat radiofònica tenia a les seves mans la gestió de: Cadena Ser Convencional, Cadena 40 Principales, Cadena Dial, Cadena M-80, Cadena Radiolé i la nova Cadena Sinfo Radio. La varietat programàtica més àmplia en unes mateixes mans (superant la pròpia RNE).

#### 6.3.3.12.1. Les formes de relació cadena-emissores

Les condicions i definicions observades a l'Ordre de 2 de Juny de 1994, per a donar el vist-i-plau al naixement d'Unión Radio, no són només un tema que afecti la pluralitat de veus o la concentració quant a domini de la cobertura. Es una qüestió que té a veure igualment amb la relació establerta entre la cadena i les emissores que la conformen i que queda reflectida en el compte d'explotació de l'empresa-mare o no. Amb l'entrada de les noves emissores al 1989, el sistema d'associació i afiliació canvià substancialment. La batalla per aconseguir més emissores (concentració-cobertura-economies d'escala-emissió en cadena) començava a entrar en un moment especialment fort i crític i era qüestió de garantir el màxim de ràdios en propietat o la màxima fiabilitat en la relació associativa. La cadena que més ha utilitzat aquest sistema i més ha treballat per perfeccionar-lo és la SER, donat que la COPE

tenia ja en propietat, total o majoritària, gran part de les seves emissores (com es pot observar als quadres de freqüències de l'Annex d'aquest treball, P. 26 a 53) i Onda Cero optà també preferentment per la compra, tot i que manté associació amb un nombre considerable d'emissores. La forma de relació és important i contribueix a conformar la cadena, determinar el seu compte d'explotació i contribueix a crear el segell, la marca, la imatge d'aquella ràdio.

En línies generals, les característiques definitòries dels diferents tipus d'emissores a les cadenes són:

**Emissora pròpia**. Es propietat, en ***més del 50%***, de l'empresa (SER, COPE, etc...) i està ***directament gestionada*** per ella. Té un compte d'explotació propi que ***es consolida*** amb el compte d'explotació general. Cada emissora (pròpia) participa de l'explotació general de la cadena (i això inclou tot: despeses i ingressos).

**Emissora participada**. L'empresa propietària de la cadena hi acostuma a tenir una participació accionarial indeterminada; normalment no en porta la gestió, ni consolida el compte d'explotació.

**Emissora associada**. No és obligatori que l'empresa hi tingui una participació, però, en cas de tenir-la, ***no implica gestió directa***. Tampoc ***no consolida*** el seu compte d'explotació amb el general. Es tracta d'una forma d'associació forta basada en l'***associació programàtica***. En aquest cas, l'emissora està obligada a passar uns programes i pot optar per d'altres (els anomenats facultatius). L'emissora percep un tant per cent dels resultats de la cadena, calculat en base a la seva audiència i a factors correctors. Aquests factors correctors són unes quantitats mínimes i màximes, un marge de maniobra per tal que les emissores de poblacions molt petites no en resultin perjudicades (sempre hi haurà un mínim per sota del qual no es podrà baixar) i les emissores de capitals molt grans no en resultin excessivament beneficiades (un llindar màxim que no es podrà superar). Es un sistema d'equilibri. Existeix

un altre de tipus d'associació, una negociació puntual, que és l'associació per la via de la quantitat fixa. Es a dir, pagar una quantitat a una emissora perquè radiï determinada programació. Es especialment emprada quan la cadena té "ombres", zones de cobertura on no arriba i on no disposa d'emissora pròpia. L'associació és un sistema força emprat quan no es té possibilitat d'obtenir una freqüència o, simplement, no convé

**Emissora afiliada**. L'empresa ***no hi sol tenir participació accionarial*** (encara que podria). El pacte és tan senzill com que l'emissora afiliada es compromet a passar una part de la programació de la cadena i a canvi rep suport logístic, promocional i ajuda tècnica però cap tipus de percepció econòmica regular.

En el cas, per exemple, de la SER que disposa de tan variada oferta, cada cadena programàtica té un compte d'explotació diferenciat. A les despeses de cada cadena de programes consten, com és normal, els costos de producció i aquells costos generals de la cadena que es poden repartir en cada una d'aquestes programacions. A l'apartat d'ingressos, consta la publicitat nacional que la cadena inclou a cada programació, a banda de la que s'obté a nivell local a cada emissora.

### 6.3.3.13. La diversificació programàtica

La concentració que, amb força, havia anat creixent a les darreries dels anys '80 i encara continuaria, permeté i, en certa manera, obligà les cadenes a la diversificació programàtica, basada en l'especialització i resultant en la proliferació de les ràdio-fórmules musicals. Fins llavors, la COPE tenia la cadena generalista i la musical (amb *Los populares de la COPE*) a més d'emissores mixtes on s'oferia programació generalista amb una forta presència de la música. Antena 3 oferia programació generalista i la seva cadena

Radio 80 Serie Oro, ràdio-fórmula musical. La SER tenia la generalista, els *40 Principales*, la Cadena Dial (encara modesta) i la Cadena Minuto, combinant música i informació. L'oferta programàtica més àmplia seguia en mans de RNE.

A finals de 1991, Radio Trafic es transformava en Ràdio Barcelona 2, "repetidor" de la programació generalista (Ràdio Barcelona OM) però amb programes locals de producció pròpia. Radio Trafic era la freqüència en FM que R. España de Barcelona tenia a la Ciutat Comtal i que, un cop la SER comprà la majoria de REBSA al Juliol de 1989, passà a les seves mans. Emetia llavors la fórmula de Radio Minuto i, dintre d'ella, oferia *flashos* informatius sobre el trànsit, els transports públics... tot en la línia de la ràdio-servei. Alhora, Radio Club 25 [1] s'associà a R. Minuto.

Al Maig de 1992, la COPE llençà una nova cadena, una ràdio-fórmula musical, Cadena Cien, a través de més de 52 emissores en FM, les quals disposaven d'unes hores per emetre programació local, sempre que es respectés la llista de base de la fórmula. Cadena Cien és obra de Rafael Revert, considerat el "pare" dels *40 Principales* a Espanya i que treballà més de vint anys a la SER. A partir del seu naixement, Cadena Cien a Barcelona passà a ocupar la freqüència de la Cadena 13 a la ciutat (100 FM), la COPE convencional ocupà la freqüència que fins llavors tenia Cadena Cien a Barcelona i la Cadena Nova va passar a l'extrem esquerra del dial, amb el nou nom de Populars Nova, per emetre la llista d'èxits discogràfics, *Els Populars de la COPE*, una llista que s'emetria a les emissores de programació generalista i mixta de la cadena.

En aquest temps, quasi alhora que Rafael Revert, des de la seva pròpia empresa Radio Fórmula Musical (RFM) creà *Los Cien de la COPE* per a

---

[1]Radio Club 25 és l'FM pertanyent al Ràdio Club Terrassa, que també té una OM, Ràdio Terrassa, associada històrica de la SER.

la nova Cadena Cien, José Antonio Abellán[1] dissenyava una ràdio-fórmula per a Onda Cero, adreçada també a majors de 18 anys, com la fórmula de la COPE, però amb només deu temes a la llista. Onda Cero també disposa d'emissores mixtes.

Al 1993 naixia la petita cadena Radiolé, ràdio-fórmula de música considerada purament espanyola (coples, sevillanes, pasodobles, etc...). El seu origen està en la llicència que l'empresa Onda Musical, S.A., propietat de Radio 80 i Antena 3, aconseguí a Madrid al 1989. Posteriorment s'associà amb tres emissores andaluses, concessions també de 1989, i s'hi uniren dues de les llicències que Antena 3 havia aconseguit també a la comunitat andalusa al 1979.

1993 encara seria protagonista d'una altra novetat: l'acord programàtic entre les cadenes radiofòniques Radio 80 i Radio Minuto, que donà pas a la nova cadena M-80 Serie Oro. 32 emissores per a una ràdio-fórmula musical que variava el contingut musical (dels *vintage* s'apropava més a l'*Adult Contemporary*)[2] i pretenia una posada en antena més acurada, adreçant-se a un públic urbà i més adult que la mitja de quasi totes les altres ràdio-fórmules. Aquest acord programàtic obligà la SER a dur a terme la reorganització

---

[1] J. A. Abellán havia treballat durant molts anys a los *40 Principales* de la SER amb R. Revert. En aquells moments era a Onda Cero, però després ha marxat a la COPE amb Revert, concretament a la *Cadena Cien*, on ocupa bona part de l'antena amb el seu programa *La Jungla*.

[2] El format *Vintage* inclou variants com els *Oldies*, els *Hits* clàssics i la música Nostalgia: **"Tots ells comparteixen una afinitat pels èxits del passat. Les primeres basen les seves llistes musicals en els temes que foren cap de llista als anys cinquanta i seixanta, els segons a la dècada dels '70 i la tercera pot remuntar-se als anys '30"** (MARTÍ 1990a, 128). El format *Adult Contemporary* és el pop per adults i **"...presenta com a signe distintiu essencial l'alternància de música que ha estat popular als darrers anys -sense que en cap cas arribi a l'antiguitat dels formats tipus *vintage*- amb música pop actual no estrident"** (MARTÍ 1990a, 128).

d'algunes de les seves emissores. Després del conveni, quedaren lliures deu emissores que passaren a emetre la programació Ser Convencional, duplicant d'aquesta forma, però en FM, l'oferta generalista a deu ciutats, tot i que l'emissora repetidora inclouria programes locals, tal i com havia passat amb Ràdio Barcelona 2.

A finals del '94, Onda Cero transformava la seva cadena musical en Onda Cero Música, la qual passava de ser una ràdio-fórmula a ser una ràdio generalista però adreçada a gent jove. Sense abandonar el contingut musical, especialment important durant el cap de setmana, Onda Cero Música inclouria, a partir de llavors, butlletins informatius i programes no musicals.

Les diferents ofertes programàtiques quedarien reflectides en els següents quadres:

***Quadre 22. Oferta programàtica actual de RNE***

| CADENA | PROGRAMACIO | AMBIT |
|---|---|---|
| Radio 1 | Generalista | Nacional |
| Radio 2 | Monogràfica musical | Nacional |
| Radio 3 | Monogràfica musical | Nacional |
| Ràdio 4 | Generalista | Autonòmic |
| Radio 5 | Ràdio-formula informativa | Nacional |

***Quadre 23.Oferta programàtica actual de les ràdios autonòmiques***

| CADENA | PROGRAMACIO |
|---|---|
| Catalunya Ràdio | Generalista |
| R. Associació de Catalunya | Ràdio-fórmula musical |
| Catalunya Música | Monogràfica musical |
| Catalunya Informació | Ràdio-fórmula informativa |
| Euskadi Irratia | Generalista |
| Radio Vitoria | Generalista |
| Radio Euskadi | Generalista |
| Euskadi Gaztea | Ràdio-fórmula musical |
| Radio Galega | Generalista |
| Canal Sur Radio 1 | Ràdio-fórmula musical |
| Canal Sur Radio 2 | Generalista |
| Canal 9 | Generalista |
| Onda Regional de Murcia | Generalista |
| Onda Madrid | Generalista |

*FONT: Elaboració pròpia*

***Quadre 24. Oferta programàtica actual de les principals cadenes privades***

| CADENA | PROGRAMACIO |
|---|---|
| SER Convencional | Generalista |
| M-80 Serie Oro | Ràdio-fórmula musical |
| Sinfo Radio | Monogràfica musical |
| 40 Principales | Ràdio-fórmula musical |
| Radiolé | Ràdio-fórmula musical |
| Dial | Ràdio-fórmula musical |
| Onda Cero | Generalista |
| Onda Cero Música | Mixta (amb domini de la música) |
| Cadena Ibérica | Generalista |
| Top 40 | Ràdio-fórmula musical |
| Cadena Ibérica/Top 40 | Mixta (amb domini de la música) |
| COPE Convencional | Generalista |
| Cadena Cien | Ràdio-fórmula musical |
| COPE Mixta | Mixta (amb domini de la música) |

*FONT: Elaboració pròpia*

### 6.3.3.14. Renovació tecnològica: la gran assignatura pendent de la ràdio espanyola

Als anys '80 i '90, la ràdio espanyola va ser prou conscient com per adonar-se que no podia oferir una qualitat de so inferior a la que tota persona amb uns ingressos econòmics mitjos podia tenir a casa seva amb els equips domèstics. D'altra banda, la persecució d'una racionalitat en la gestió i la màxima rendibilitat, especialment quan es busca la reducció de costos, han fet protagonista també la tecnologia i la informàtica. Veiem alguns exemples d'inversions fetes en aquest camp per la ràdio a Espanya:

**1982**. Antena 3 és la primera cadena que permetrà escoltar programació generalista en Freqüència Modulada i so estereofònic

**1984**. Catalunya Ràdio emprarà un sistema digital de radioenllaços

**1986**. La COPE és la primera cadena espanyola i europea que emet l'Ona Mitja amb so estereofònic (forma part també del seu pla de reestructuació endegat al 1982) / La SER inicia un procés de renovació tecnològica i d'instal.lacions a la seu central a Madrid, que va costar uns mil milions de pessetes i acabà al 1989. Els canvis inclogueren un sistema de commutació

automàtica de senyals (enviats per unitats mòbils, corresponsals, centres provincials...) que els tècnics podien controlar a través de pantalles tàctils (el senyal entra al sistema de commutació i és enviat a l'estudi corresponent)

**1988**. La SER és la primera cadena espanyola i europea que empra de forma permanent el satèl.lit com a sistema per a la distribució de programes (llogà un transpondedor del satèl.lit Eutelsat I F-4, a través de Telefònica). D'aquesta forma distribuïa la programació generalista i la de la cadena Dial, en mono, i la de les cadenes 40 Principales i Minuto, en estéreo, a través de sis canals de so digital (la transimissió en estéreo necessita dos canals) / Quan la COPE canvià de seu central decidí instal.lar-hi (i fou la primera que ho dugué a terme) un control central format per matrius de commutació que substituïa els antics panels de clavilles i commutadors electromecànics per equips electrònics controlats per un ordinador. Tots els estudis permetien enregistrar, emetre i produir, amb la qual cosa s'aconsegueix el màxim aprofitament dels espais i l'augment de les possibilitats de treball

**1989**. Antena 3 inicia el procés d'informatització de les seves emissores

**1990**. La SER lloga un altre transpondedor, però analògic, per distribuir per tres canals la programació generalista, en mono, i la de 40 Principales, en estéreo, a 60 emissores / Ràdio Lleida (SER) comença a emetre els seus programes en cadena a través del satèl.lit, en lloc de per línies microfòniques mentre que R. Terrassa rep la programació de la cadena a través del satèl.lit Eutelsat 1 F-2 (les renovacions tecnològiques són també formes d'aconseguir associacions més fortes i vinculants) / Radio 80 incorpora a les seves emissores la consola DAT (*Digital Audio Tapé*)

**1991**. La SER queda enllaçada a Telefònica a través de la fibra òptica / La COPE distribueix la seva programació d'OM i FM via satèl.lit / Antena 3 signa un contracte amb Retevisión per distribuir la seva programació, des de la seu central a Madrid, via satèl.lit. Es comencen a instal.lar els equips necessaris

perquè totes les emissores de la cadena puguin rebre els programes per aquest sistema

**1992**. Seguint amb la implantació de la seva Xarxa Estratègica d'Alta Freqüència, RNE posa en funcionament dos emissors de 250Kw. de potència, un a Mesón do Vento (La Coruña) al Febrer i un altre a Las Torres de Cotillas (Murcia) al Març. Aquests emissors permetran que l'Ona Mitja s'escolti des de qualsevol punt de la comunitat autònoma sense haver de canviar de freqüència. Els equips empren la tecnologia PDM-Pantel de modulació per durada dels impulsos i DAM de reducció de consum i incorporen un procés d'àudio digital, amb selecció automàtica i recepció via satèl.lit. Està previst també que per la nit entri en funcionament un propagador ionosfèric, que emet el senyal cap al cel i aprofita la ionosfera perquè reboti; d'aquesta manera, seria l'únic moment del dia en què podrien garantir una cobertura del 100% de la península. Properament, s'inaugurarien emissors de 500 Kw. a Barcelona, Madrid, Sevilla i Sta. Cruz de Tenerife / A l'Abril, la cadena 40 Principales és la primera cadena espanyola que digitalitza les seves emissions, la qual cosa implicava la desaparició dels gira-discos (no hi haurà discos), els cartutxos i les cintes magnetofòniques, elements de transmissió i reproducció del so analògic. Les fonts de so (indicatius, publicitat) quedarien, a partir de llavors, enregistrades en sistemes informàtics. La base del sistema és un gran ordinador especialitzat on el *DJ* tria "amb un sol dit" (pantalles tàctils) els elements que vol que sonin. Totes les fonts sonores queden digitalitzades, excepte la veu humana (tot i que serà transformada en senyal digital perquè quan sigui amplificada i transportada a través de la taula no perdi qualitat) / Poc després, la cadena COPE digitalitzava la producció dels programes de la Cadena Cien, instal.lant a la seu central de Madrid sistemes de programació i emmagatzament digitals, d'un valor aproximat de 50 milions de pessetes. La idea era la mateixa: que tot el que s'empra per a la ràdio-fórmula (música, publicitat, indicatius) quedi enre-

gistrat al disc dur d'un ordinador i pugui triar-se a través de la pantalla tàctil. Les fonts sonores analògiques seran tractades per a millorar el so al moment de digitalitzar-lo, procés que no caldrà fer si les fonts sonores ja són digitals (CD) / En dates properes a les altres dues cadenes anteriors, Onda Cero estandaritzava l'equipament de les seves emissores amb la instal.lació d'emissores digitals, donat que quan l'ONCE comprà la Rueda de Emisoras Rato les instal.lacions variaven d'una emissora a l'altra / Flash-FM, petita cadena d'emissores catalanes que emeten una ràdio-fórmula musical, incorporava ja des del seu naixement un equip tècnic digitalitzat, comprat als Estats Units i valorat en més de 50 milions de pessetes. Les connexions entre l'emissora-capçalera i la resta es fa amb ràdio-enllaços digitals / La Cadena 40 incorporà, a finals d'estiu, el caset digital, per primer cop a nivell internacional, amb l'estrena d'un disc. Aquesta novetat formava part de tot el procés de digitalització / Canal Sur Radio, S.A. instal.là al seu pabelló de l'Expo de Sevilla un estudi de ràdio totalment digital, emprant només el CD i els casets DAT. D'aquesta forma s'aconsegueix millorar el senyal, especialment en els receptors per al senyal RDS (*Radio Data System*). La ràdio autonòmica preveia utilitzar també aquesta emissora, que tenia un cost de quasi 60 milions de pessetes / Antena 3 de Galicia i l'emissora Radio 80 de La Coruña van instal.lar generadors de senyals RDS. De moment usaven el RDS només per enviar missatges d'identificació de les emissores (en una petita pantalla de l'aparell receptor apareix informació, en aquest cas la que identifica l'emissora), mentre que Antena 3 ja feia temps que l'emprava per això i per a resintonitzar els equips receptors mòbils (especialment útil als aparells instal.lats als cotxes perquè, en el seu desplaçament, l'equip pot anar resintonitzant l'emissora més propera de la mateixa cadena, quan surti dels límits de cobertura de l'anterior) / A principis d'Octubre, RNE emet la programació de Radio 1 amb una mateixa freqüència per tot el país (1.359 KHz. en Ona Mitja i

600 Kw. de potència), durant l'horari nocturn. Aquest sistema permet que un viatger pugui captar Radio 1 sense haver de variar la posició del dial (cosa que s'ha de seguir fent durant el dia)

**1994**. Radio 2 comença a emetre a través d'un dels canals DBS del satèl.lit Hispasat. D'aquesta manera, la seva cobertura abasta tota la Península Ibèrica, nord d'Africa, França, Bèlgica, Holanda, Luxemburg, Alemanya, Austria, nord d'Itàlia i sud de Gran Bretanya. Donat que es tracta d'un sistema DBS (*Direct Broadcasting Satelit*), cal una antena parabòlica per rebre el senyal / Dins d'un pla de millora i mitjançant un acord amb Retevisión, RNE preveu millorar i ampliar la seva cobertura en FM, augmentant, entre d'altres mesures, la potència d'emissió d'onze centres.

Unes abans que d'altres, unes més depressa i les altres més lentament, però el cert és que les cadenes de ràdio espanyoles han pujat ja al tren de la tecnologia. El màxim exponent tecnològic a la ràdio dels anys '90, i el seu gran objectiu, ha estat la digitalització i que aquesta impliqués tot el procés, des de la captació del senyal fins a la seva recepció, passant per l'emissió i el tractament, juntament amb l'ús del satèl.lit i els serveis afegits a les freqüències actuals.

### 6.3.3.15. Les ràdios que queden

L'extraordinària mobilitat d'aquest periode s'ha traduït principalment en un creixement accelerat de la concentració i, en conseqüència, en la destrucció sistemàtica del "localisme". Tot i que en el següent capítol tractarem les estratègies i motius pels quals s'ha pres aquesta opció, veiem ara les poques cadenes o emissores que es mantenen en la independència i el perill constant de no sobreviure a la competència i caure dins les grans cadenes, per absorció o associació. La situació d'oligopoli, establert ara entre la COPE, Onda Cero i la SER (o, si es prefereix, Unión Radio o emissores G+P), significa també una

posició de domini en el mercat que fa créixer la distància entre competidors. Els forts ho són cada cop més, especialment si tenen darrera la solvència d'un gran grup, i els petits cada cop ho són menys. Bona part de la seva supervivència la deuen a l'explotació del concepte de "local" o "regional", opció que van abandonant les grans cadenes. Però fins i tot en aquest cas tenen competència: les emissores públiques autonòmiques i les municipals (aquestes constitueixen una força considerable a Catalunya, només mitigada per la forta crisi econòmica que pateixen els Ajuntaments).

**Onda Mini** és el resultat que el Grupo 16 s'anés desfén de les seves emissores. Primer va vendre CORASA, propietària de R. Minuto, a la SER. Després va vendre, a finals de 1992, la concessió, marca i actius de Radio 16 (explotada per Información y Sonido) a Medipress, 100% de Francisco Gayá. Medipress intentà crear una petita xarxa i arribà a un acord, a principis de 1993, per a l'explotació de la concessió de les emissores d'Ambiente Musical, explotades per Efe (Efe Radio), a Madrid i Palma de Mallorca. Finalment, al Febrer de 1993, les dues emissores d'Ambiente Musical es transformaven en Onda Mini, 24 hores d'emissió de programes infantils, i Radio 16 quedava, en principi, com una emissora específica per a Madrid (ciutat) tot i que començà formant part d'Onda Mini. Actualment, Radio 16 segueix essent Onda Mini i les emissores d'Ambiente Musical a Madrid i Palma de Mallorca són de Radio Voz.

**Flash-FM**. Aquesta petita cadena catalana nasqué, a meitats de 1992, arran de l'associació de sis dels propietaris de les concessions fetes per la Generalitat de Catalunya al 1991, enmig de la polèmica que aquestes concessions provocaren ja que s'acusà CiU de beneficiar homes i empreses vinculades a ella. Els seus impulsors foren dos locutors de fama de l'emissora autonòmica Catalunya Ràdio. Flash FM emet 24 hores al dia, totalment en català, una

ràdio-fórmula musical adreçada a la gent jove, bàsicament *pop-rock* i algun èxit anterior (no més enllà dels '70s), amb butlletins horaris, un programa ràdio-despertador i algun programa especialitzat, a la nit. Les emissores que composaren inicialment la cadena són la de Terrassa (concedida directament a un dels dos locutors), Manresa (concedida a un Ateneu Cultural), Solsona (d'un particular, Joan Solé), Montblanc (d'Emissions Miramar), Sant Feliu de Llobregat (d'un particular, Gaspar Majó) i Vall d'Aran (concessió feta, al 1982, arran del Pla de 1979, a l'empresa que explota l'estació de Baqueira Beret, amb capital del grup assegurador Catalana/Occidente i la Caixa de Pensions). Poc després, s'hi associà una emissora a Miralcamp (Lleida. Concessió de 1982, arran del Pla de 1979, feta a Ràdio Ponent, S.C.). Una de les grans novetats presentada per Flash-FM era el sistema "40 minuts *non-stop*", és a dir, 40 minuts seguits de música, sense cap interrupció publicitària (aquesta queda concentrada en blocs, durant els vint minuts restants, abans i després del butlletí horari). La cadena té desconnexions per a l'emissió de publicitat i informació locals.

**106 Flashback**. Aquesta emissora de ràdio, nascuda a finals de 1994, és dels mateixos propietaris que l'anterior i aprofita la freqüència de Sant Feliu de Llobregat (106.1). Si abans l'emissora emetia la fórmula Flash FM, ara és 106 Flashback, ràdio-fórmula musical del tipus *revival*.

**Radio Vinilo/R. Intereconomía**. La família Serrano Súñer havia associat la seva emissora en OM, Radio Intercontinental, a Onda Cero, a meitats de 1994, mentre que l'altra emissora de la seva propietat a Madrid, que fins llavors emetia una fórmula musical sota l'indicatiu Radio Vinilo (en FM), es transformava a finals d'any en una emissora d'informació econòmica, amb el nom d'Intereconomía. El seu objectiu era oferir tot tipus d'informació econòmica, junt amb música, notícies de caire general i notícies esportives. Radio Inter-

continental cedí la freqüència d'explotació, per deu anys, al nou propietari Jesús Manuel Gasulla (que havia estat director de R. Vinilo).

**Ràdio Estel** nasqué a meitats de 1994 i és propietat de l'Arquebisbat de Barcelona. Es la primera ràdio d'aquest tipus a Europa promoguda per l'Església catòlica. Ràdio Estel emet una ràdio-fórmula musical durant el dia i programació generalista durant unes hores a la nit. L'objectiu de l'Arquebisbat és que totes les diòcesis catalanes disposin d'una emissora que emeti la programació de R. Estel i informació local.

**Radio Estudio** era l'agrupació d'un seguit de 10 emissores repartides per Madrid, Salamanca, Cáceres, Euskadi... Aquestes emissores compartien l'administració i els equips tècnics, la seva programació era en cadena, exceptuant els informatius (d'àmbit regional o local). Radio Estudio féu front als costos de producció automatitzant la programació de matinada. Al final, acabà en mans d'una gran cadena, la COPE, que segueix mantenint, no obstant això, el nom R. Estudio, tot i que la programació és la generalista de la cadena. Mantenint el nom, la COPE té totes les emissores de l'agrupació (excepte la de Cáceres): R. Estudio Alcobendas i R. Estudio Pinto (a Madrid), R. Estudio Eibar (a Guipúzcoa) i R. Estudio Béjar (a Salamanca).

**R. Ilusión** està formada per sis emissores, obtingudes amb el Pla de 1989, cobrint les províncies de Murcia i Albacete. Igual que mini-cadenes com R. Estudio, R. Ilusión nasqué de la mà de petits industrials i professionals de les seves respectives zones de cobertura, gent que creia en la ràdio local com alternativa.

Podríem afegir-ne d'altres, tot i que la llista mai no serà completa ni definitiva, ja que els canvis s'esdevénen constantment. No obstant això, prenent com a punt de referència (sempre amb cautela i les comprovacions pertinents) la *Guía de los Medios* del darrer trimestre de 1994, trobem:

**Cadena Nervión-Gorbea** formada per dues emissores:

- Radio Gorbea a Vitoria (llicència concedida al 1989 a la Sociedad de Geriatría y Gerontología del País Vasco) i
- Radio Nervión a Bilbao (igualment donada al 1989 a FM Nervión, S.A.)

**Radio Surco-Cadena Centro** formada per:

- Radio Surco Alcázar de San Juan (Ciudad Real). Concessió de 1989 feta a Castellana de Prensa, Radio y TV
- Radio Surco Manzanares (Ciudad Real). Concessió de 1989 feta a la mateixa empresa
- Radio Surco Tomelloso (Ciudad Real). Concessió de 1979 feta a F. Castellanos
- Radio Surco Villarobledo (Albacete). Concessió feta al 1979 al mateix particular.

Fruit del desmembrament d'Antena 3, hem de recordar aquí el naixement de Radio Voz, Ultima Hora Radio a les Balears, la petita cadena basca amb les antigues R. Popular de Bilbao, San Sebastián i Loyola, i la **Cadena Radio Canarias**, emissores d'Editorial Prensa Canaria principalment amb qui Antena 3 estava associada. Les seves emissores són:

- Radio Canarias Las Palmas. Concessió de 1979 feta a Ed. Prensa Canaria. Actualment és incorporada a la Cadena Dial (segons consta al seu llistat de freqüències)
- Radio Canarias Norte a Arucas (Gran Canaria). Concessió de 1989 a Ed. Prensa Canaria

- Radio Canarias Sol a Maspalomas (Gran Canaria). Una altra concessió de 1989 per a Ed. Prensa Canaria
- Radio Canarias Sur a Vecindario (Gran Canaria). Concessió de 1979 feta a un particular, A. Costa Cruz
- Radio Canarias Telde a Telde (Gran Canaria). Concessió de 1979 feta al mateix particular. Actualment és incorporada a la cadena Sinfo Radio (segons consta al seu llistat de freqüències)

La necessitat de reduir costos, especialment quan no es disposa d'una forta infraestructura, propicià el naixement d'una empresa de serveis de ràdio, **Efe Radio**. Efe Radio entrà en funcionament, al 1990, oferint cròniques internacionals a emissores de ràdio que ja eren clients habituals de l'agència de notícies (COPE, R. Exterior, SER...). Al Setembre de 1991 engegà els serveis informatius: tres informatius de mitja hora a les 08:30, 14:30 i 23:00hs., butlletins a cada hora i un resum-avenç a les 20:00hs. Aquests serveis informatius són dins la programació musical (ràdio-fórmula) que ofereix la divisió radiofònica de l'agència de notícies. A finals de 1991, Efe Radio introduïa una nova oferta per als seus abonats: insercions publicitàries, contractades per la pròpia agència, dins dels seus serveis informatius. La idea era compartir els beneficis que es derivessin d'aquestes insercions. Aviat començà a tenir emissores municipals entre els seus abonats, com, per exemple, Radio Costa del Sol, que contractà els seus serveis a principis de 1992 o la mateixa cadena basca deslligada de la COPE, la qual li contractà informatius, butlletins horaris i programes esportius. Al Març d'aquell mateix any, Efe Radio inicià el servei de programes musicals nocturns (programes especialitzats en música *pop-rock*, *new age*) i la retransmissió dels partits de la selecció espanyola de futbol.

L'Abril de 1994, Efe Radio arribà a un acord amb Magic Radio, societat vinculada a empresaris i industrials d'Estats Units, per crear SLP, *Satélite de Programación Latinoamericano*, un nou servei radiofònic en exclusiva per a emissores llatinoamericanes, en OM i FM, que combina notícies i música i s'emet via satèl.lit (Hispasat i Panamsat). Efe Radio és l'encarregada dels serveis informatius i Magic Radio, de la música.

### 6.3.4. Conclusions

**1. Del trencament de l'oligopoli a la inclusió de la ràdio en grans grups de comunicació**

Aquesta ha estat la dècada decisiva que ha acabat de configurar l'actual panorama radiodifusor espanyol. La dècada de la concentració creixent i accelerada, de la reestructuració de les grans cadenes, que ha reconduït la ràdio a un oligopoli, que per poc temps va semblar superat amb les concessions de 1979. La competència s'estableix ja intra-mitjans i inter-mitjans, en un nou marc en què han aparegut les ràdios i televisions autonòmiques, les ràdios municipals i tres canals privats de TV. El punt de referència i horitzó competitiu és ara en mans dels grans grups de comunicació, que marquen les pautes i són, també, els que deixaren al descobert la feblesa empresarial de la ràdio. Una ràdio de fort arrelament local, propietat de petits i mitjans empresaris (industrials o comerciants), la major part dels quals no ha pogut sobreviure sinó és adaptant-se a les noves exigències. I aquestes, en molts casos, han passat per la seva compra o associació. Les emissores o cadenes independents que resten actualment són en situació de perill. Havent fallat la petita i mitjana empresa, ha hagut de canviar també la seva forma de gestió. Aquestes petites cadenes van pel seu camí bé perquè no han pogut associar-se a una gran (si la zona estava prou coberta) o bé per voluntat pròpia, en un intent d'encabir-se en les petites escletxes que les grans no poden ni volen

cobrir millor: la informació més local, la proximitat amb l'entorn, la possibilitat de fer programes sense haver de pensar quants milions caldran perquè els presenti una estrella. En alguns casos, aquestes regionals responen millor al concepte de "local", donat que algunes autonòmiques públiques han caigut en el joc de les privades.

Des de la Rueda de Emisoras Rato fins a Onda Cero, prenent aquestes cadenes com a paradigma, és evident que moltes coses han canviat en la forma de gestionar l'empresa de ràdio. El canvi es pot resumir així: de l'estructura familiar de l'empresa monomèdia a l'estructura moderna dels grups multimèdia. I per gestió moderna entenem tot allò que fa de la ràdio una empresa com qualsevol altra, amb la salvetat del producte que "fabrica" o "serveix" (continguts simbòlics, elements intangibles de perpetuació ideològica), immersa en una societat capitalista, definida pel lliure mercat, la competència, la gradual desaparició de les fronteres i inclosa en un ecosistema comunicatiu canviant. Superada la fase d'experimentalitat de principis de segle, aquesta es redueix a provar les noves tecnologies però no aplicades a la ràdio com a nova invenció. Significa també una empresa que té uns drets i uns deures, uns ingressos i uns costos, que s'ha de finançar o l'han de finançar, que vol obtenir audiència, beneficis, que ja no només interessa a periodistes, locutors, músics, actors o comunicadors en general, sinó que és objectiu de polítics i, especialment, d'altres indústries del mateix sector o d'altres sectors industrials. Es una empresa que desperta cert interès com a negoci on invertir, ja sigui perquè sempre va acompanyada del component ideològic-persuassiu o perquè la seva forma de funcionar permet obtenir, teòricament, les tan perseguides i nomenades sinergies amb empreses del mateix sector o de sectors diferents. Es una empresa que ha d'invertir en sí mateixa. Es una empresa que fabrica un producte i l'ha de vendre i, per tant, aplicarà (ha de fer-ho ja) tècniques de marketing, farà estudis de mercat, de posicionament. Es,

en definitiva, l'empresa que, segons dirien molts professionals, ha perdut el romanticisme. Fóra discutible, en tot cas, que el fet de gestionar-se com una empresa qualsevol sigui sinònim de manca d'imaginació i experimentació en nous continguts.

Fixant-nos en les dates, podrem comprovar com s'ha traduït la neo-regulació i la formació de grans grups en la gestió empresarial radiofònica. I una de les tendències més clarament observades és la concentració. Les normatives, però, no han estat l'únic element que l'han afavorida. Hi ha tingut molt a veure l'actuació (o la no-actuació) dels governs en alguns casos que provocaren polèmica, com per exemple la compra de Radio 80 per Antena 3, de resultes de la qual es vulnerava l'Article 10 del Pla Tècnic de 1979, segons el qual "cap persona física o jurídica podrà explotar o controlar més d'una emissora institucional o privada en ones mètriques amb modulació de freqüència que cobreixi, substancialment, la mateixa àrea de servei". O bé quan, després de la concessió de freqüències de 1989, molts dels nous propietaris van associar les seves emissores a una cadena nacional ja establerta, delegant-ne, en realitat, l'explotació (així aconseguí emissores OCR). Teòricament, això no podia fer-se ja que l'Article 24 de la Llei de Contractes de l'Estat estableix que **"...la cessió del contracte de serveis públics seguirà l'aprovació de l'autoritat que l'hagués atorgada, essent precís que el primitiu empresari hagi realitzat l'explotació durant el termini mínim de cinc anys i no serà efectiu mentre no es formalitzi el negoci en escriptura pública"** (DIAZ NOSTY 1994b, 94, nota 64). El darrer exemple ha estat l'aparició d'Unión Radio.

En el cas concret de la ràdio, la concentració ha anat *in crescendo*. Veiem-ne alguns exemples paradigmàtics:

**Al 1984**, Antena 3 absorbeix Radio 80 / PRISA entra a l'accionariat de la SER

**Al 1985**, PRISA és ja l'accionista majoritari de la SER

**Al 1986**, PRISA es fa amb el 70% d'accions de la cadena

**Al 1987**, la COPE compra el 70% de CEPSA, propietària de R. Sabadell (OM) (al 1994, la va vendre) / la SER compra CORASA (Cadena 16-Radio Minuto)

**Al 1988** (vigència a partir de 1989), RNE i RCE es fusionen (sense oblidar la prèvia fusió de les cadenes REM, CAR i CES per donar lloc a RCE)

**Al 1989**, Miguel Durán compra 18 emissores de l'ARI i 8 emissores de les de nova concessió (a Badajoz) / la SER compra la majoria de REBSA i passa a controlar cinc emissores més a Catalunya. A més, signa un acord amb ERESA per repartir-se R. Minuto i R. Corazón de Barcelona (la SER es quedaria la segona)

**Al 1990**, la COPE compra el 50% de Cadena 13, a Catalunya / l'ONCE compra 63 emissores de la Rueda de Emisoras Rato i neix Onda Cero / la SER participa en un 40% en la nova empresa Sociedad de Radiodifusión Aragonesa, S.A. (R. Minuto Aragón)

**Al 1991**, la COPE compra el 49% d'ERESA, concessionària de Ràdio Miramar de Barcelona (OM) / l'ONCE arriba a un acord per a la contractació, durant vint anys, de les emissores de l'industrial asturià Blas Herrero / la SER participa en un 48,05% de l'empresa SODERA (cadena francesa M 40, de la qual sortí al 1994)

**Al 1992**, l'ONCE s'associa La Veu de Lleida / Antena 3 renova l'acord d'associació amb quatre emissores canàries i n'afegeix dues i arriba a un acord d'associació amb nou emissores del grup Serra (aquest se'n desvincularia al 1994)

**Al 1993**, la COPE compra el 51% restant de R. Miramar; amplia fins al 63% la seva participació a Cadena 13; quan IPONSA (*Diario de Navarra*) entra a l'accionariat de la cadena (amb l'ampliació de capital), les seves cinc emissores passen a emetre la programació COPE (s'aprofità del desmantallament d'Antena 3); inicia negociacions amb el Grupo Correo i aconsegueix que tres emissores més radiïn els seus programes / l'ONCE compra dues emissores a

l'editora La Voz de Asturias / Antena 3 i la SER arriben a un acord programàtic per unir les cadenes Radio 80 Serie Oro i Radio Minuto (nasqué així M-80) / les deu emissores de la Cadena Arco Iris Radio queden repartides entre la SER, la COPE i Onda Cero i una part de la cadena Radio Estudio va a parar a mans de la COPE

**Al 1994**, l'ONCE compra l'emissora La Veu de Lleida i arriba a un acord, per deu anys, amb R. Intercontinental de Madrid (OM), pel qual aquesta emetria deu hores diàries de programació Onda Cero convencional / Neix Unión Radio i desapareix Antena 3, sota la influència de SER-PRISA, després d'un procés de desmembrament en el qual Antena 3 anà perdent l'associació de les cadenes regionals, les quals optaren per unir-se a la COPE o intentar-ho en solitari.

Obviament, això només és una mostra, donat que la política de compra, associacions i d'altres acords ha estat, i és, constant. No obstant això, els principals trets a destacar serien:

1. la concentració al sector radiofònic és un fet clarissim, accentuat per la progressiva liberalització de les normatives, especialment a partir del repartiment de freqüències amb el Pla Tècnic de 1979, la subhasta dels diaris de l'antiga cadena del *Movimiento* al 1984, l'entrada de PRISA a la SER i la compra de la cadena Rato per l'ONCE

2. un cop iniciada la tendència, cap cadena o emissora se'n pot sustraure. Les regles del joc i la magnitud dels competidors han canviat

3. totes les cadenes busquen l'associació o la compra com a forma de créixer en talla, garantir la millor i més àmplia cobertura (més audiència) i potenciar la programació en cadena, que permet reduir costos. A més, la talla permet assolir el lideratge nacional, intentar "aventures" internacionals i aconseguir la força que, teòricament, faci més difícil poder ser absorbides per grups estrangers

4. la pugna es pot establir en termes d'una sola emissora (ens remetem al cas de R. Miramar de Barcelona), ja sigui per motius de cobertura o per tractar-se d'una emissora en OM (tipus d'ona de la qual no s'han fet més concessions des de 1978)
5. sobreviuen algunes cadenes d'àmbit autonòmic que, sovint, acaben essent absorbides per les grans
6. la tendència a la concentració s'ha observat també en les ràdios públiques.

Als Quadres 25 i 26 es pot veure en xifres concretes aquesta concentració. Primer, en el creixement d'emissores del sector privat i, després, en la quantitat d'elles que formen les principals cadenes espanyoles. Dins del sector privat, s'inclouen les tres principals cadenes: SER, COPE i Onda Cero, partint ja de l'absorció d'Antena 3 i comptant totes les emissores (pròpies, associades, afiliades...). Fàcilment es podrà comprovar el grau de concentració existent a la radiodifusió privada espanyola.

El que queda clar és que el nou marc de competència, que no inclou només les ràdios sinó també les televisions públiques i privades, els diaris, les revistes, les noves tecnologies..., obliga a un canvi de gestió que permeti fer de la ràdio una empresa sòlida, rendible, preparada per afrontar la nova competitivitat, traduïda aquesta en un mercat que ara ja té dimensions europees, i uns competidors que han assolit la magnitud de grups.

La ràdio pot ser cobdiciada per nacionals o per estrangers. Encara més, la ràdio podria caure en mans de grups europeus. **"Ja no és un mer problema de canvi d'unes normes, o d'unes concessions arbitràries, sinó una modificació substancial de les regles del joc. Una dimensió que, o s'aborda amb bases empresarials sòlides, o del contrari, a la menor pressió canviarà l'empresa de mans"** (CEBRIAN HERREROS 1990, 152).

***Quadre 25. Creixement del nombre d'emissores del sector privat***

| COMUNITAT | P.T.N. 1978 OM | P.T.N. 1978 FM | P.T.T. 1979 FM | P.T.N. 1989 FM | TOTAL OM 1994 | TOTAL FM 1994 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ANDALUCÍA | 18 | 20 | 56 | 66 | 18 | 142 |
| ARAGÓN | 3 | 3 | 14 | 13 | 3 | 30 |
| ASTURIAS | 3 | 3 | 11 | 10 | 3 | 24 |
| BALEARS | 4 | 4 | 8 | 15 | 4 | 27 |
| CANARIAS | 5 | 6 | 13 | 24 | 5 | 43 |
| CANTABRIA | 2 | 2 | 5 | 7 | 2 | 14 |
| C.-LA MANCHA | 6 | 6 | 15 | 23 | 6 | 44 |
| CASTILLA-LEÓN | 12 | 12 | 24 | 30 | 12 | 66 |
| CATALUNYA | 13 | 16 | 34 | 28 | 13 | 78 |
| CEUTA/MELILLA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 |
| EUSKADI | 5 | 7 | 11 | 19 | 5 | 37 |
| EXTREMADURA | 3 | 3 | 7 | 22 | 3 | 32 |
| GALICIA | 10 | 10 | 20 | 26 | 10 | 56 |
| LA RIOJA | 1 | 1 | 4 | 5 | 1 | 10 |
| MADRID | 4 | 4 | 15 | 12 | 4 | 31 |
| MURCIA | 4 | 4 | 9 | 13 | 4 | 26 |
| NAVARRA | 2 | 2 | 5 | 7 | 2 | 14 |
| VALÈNCIA | 10 | 14 | 25 | 28 | 10 | 67 |
| **TOTALS** | **107** | **119** | **278** | **350** | **107** | **747** |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de la bibliografia i fonts hemerogràfiques consultades*

***Quadre 26. Quantitat de freqüències de les principals cadenes privades***

| CADENA | 107 OMs | % OMs | 747 FMs | % FMs |
|---|---|---|---|---|
| SER (G+P) | 48 | 45 | 316 | 42,30 |
| ONDA CERO | 7 | 6,54 | 173 | 23,15 |
| COPE | 42 | 39,25 | 107 | 14,32 |
| **TOTALS** | **97** | **90,79** | **596** | **79,77** |

*FONT: Elaboració pròpia*

L'estructura familiar de la Rato fou substituïda per la gestió racional un cop l'ONCE es féu amb la cadena i la convertí en Onda Cero. La SER, tot i el seu passat innovador i per endavant en el temps com Unión Radio, havia caigut també en una gestió de tipus familiar, semblava haver-se adormit als llorers i, un cop PRISA en fou l'accionista majoritari, inicià un seguit de canvis que inclogueren la gestió racional, les inversions en millores tecnològiques, la reestructuració de personal i la modificació dels acords d'associació que mantenia amb desenes d'emissores, les quals, essent com eren propietat de petits comerciants o industrials locals, havien contribuït a mantenir l'estructura familiar, la direcció paternalista, la idea de l'emissora com una família. Aquests acords eren prou diferents entre sí, depenien de cada emissora i alguns eren verbals. Així és com Augusto Delkáder defineix la ràdio que varen adquirir: **"La ràdio que vàrem comprar era una "chapuza", una ràdio ancorada en el passat, amb unes instal.lacions deplorables, una ràdio poc operativa. Era com si estiguessis a la redacció de principis de segle d'un diari. I era paradoxal, perquè la premsa havia sofert un canvi tecnològic considerable. Vàrem fer grans inversions de capital per a transformar aquesta ràdio tanzana"** (DÍAZ 1992, 449-450).

En el cas de la COPE, tot i no pertànyer a un grup s'hi relaciona (Grupo Correo) i és amb els grups amb qui ha de competir i, per tant, si no vol caure dins l'òrbita d'un d'ells, cal que es plantegi, com així va fer i fou la primera al 1982, un seguit de canvis en la mateixa línia. L'ampliació de capital semblà posar en perill la majoria i domini de la Conferència Episcopal que, de moment, es manté, gràcies, en part, al fet que José Mª García acceptà la seva oferta quan va sortir d'Antena 3 i García arrossegà amb ell audiència i, en conseqüència, publicitat.

En resum, els canvis i reestructuracions iniciats concretament per la COPE i la SER obeïen a la plena consciència que **la situació era diferent**,

després de la ruptura de l'oligopoli privat, l'augment de la competència i tenien la clara percepció que la ruptura **no comportaria un augment publicitari**, sinó una fragmentació del mercat. En conseqüència, aquestes cadenes aplicaren les estratègies necessàries per fer front al nou entorn, bàsicament mitjançant la **reducció de costos**, amb la convicció que bona part d'aquests corresponien al capítol de personal i caldrien fortes i traumàtiques readaptacions. Caldria també obtenir major liquidesa que permetés suportar l'esforç inversor necessari per a la renovació tecnològica i les reestructuracions laborals (que havien de conduir a una baixa de les despeses).

Seguint per la mateixa via, les empreses radiofòniques han fet ampliacions de capital (per disposar de diners suficients i buscar socis potents); han creat departaments d'expansió i han afrontat constants reestructuracions, en especial després de fer-se amb noves emissores o cadenes locals. Reestructuracions que tenien com a objectiu centralitzar més la direcció, diversificar racionalment l'oferta programàtica, en funció de la quantitat d'emissores disponibles i la varietat de programacions que es vulgui/pugui ofertar.

L'empresa pública ha hagut d'aplicar idèntiques mesures que les privades: inversió en tecnologia, reducció de plantilla, jubilacions anticipades, tancament d'emissores. Les emissores públiques han acabat caient, per molt que no volen reconéixer-ho, en el joc de la competència, la lluita per l'audiència i la mateixa oferta programàtica. Encara que defensin que les seves graelles contenen programes adreçats a minories, no en trobarem cap en horari *prime-time*. La ràdio pública ofereix més del mateix i a les mateixes hores. Ja s'ha vist el que plantegen alguns estudiosos en considerar que fou un error no aprofitar les emissores de RCE per omplir els espais autonòmics i locals, donant com a resultat un sector públic de dimensions que no tenen igual a Europa. Un error agreujat quan es va deixar el seu finançament en

mans quasi exclusivament de la publicitat. Es va fer créixer aquest sector dins d'un mercat que ja començava a tocar sostre. La crisi arribà, en bona lògica, després d'aparèixer 300 emissores més i tres canals de TV (sumant-hi les ja existents autonòmiques).

Un cop canviades les normes, els competidors i l'ecosistema, el que prima és la rendibilitat econòmica, ja que la vessant ideològica es pot seguir canalitzant, però en un suport que sigui rendible. L'important ara, més que no pas el control familiar sobre l'empresa i la direcció paternalista, és trobar els millors companys de viatge, tenir la major força econòmica possible i dirigir l'empresa amb pràctiques actuals de *management*. Quedaria com excepció (en part) una radiodifusió sonora pública que, en temps de convulsions polítiques i econòmiques, ha resolt més d'un cop les crisis reestructurant plantilles però demanant més ajuts i subvencions públiques.

Finalment recordar que, per Llei, les empreses radiofòniques són considerades com qualsevol altra. Amb la Llei de Societats Anònimes (text refós aprovat per Reial Decret de 22 de Desembre de 1989), les ràdios són empreses que ja no poden practicar amb tanta facilitat l'"ocultisme" de què havien fet gala durant molt de temps. No vol dir tampoc que sigui fàcil descobrir, per exemple, qui és realment el gestor i explotador d'una emissora, per molt que al Registre (al qual estan obligades a inscriure's totes les empreses radiofòniques) hi consti una persona o empresa determinades. Es, senzillament, que el marc legal existeix. A la Llei consten tots els drets i deures d'aquest tipus de societat respecte a: la seva fundació (i possibles variants), anul.lació, transformació, fusió o escisió; què ha de constar als seus Estatuts socials i com s'ha de dur a terme la seva possible modificació; els pactes acordats entre els socis així com les seves aportacions, les accions i els drets dels accionistes; els òrgans que han de regir la societat; la possibilitat d'augmentar o reduir el capital, o que aquest cotitzi en Borsa, etc... En resum,

tot allò que la converteix en una empresa registrada, controlada i dels actes i decisions de la qual han de quedar constància escrita al Butlletí Oficial del Registre Mercantil. Evidentment, les ràdios públiques, tot i que també són societats d'aquesta mena, tenen les seves particularitats, contingudes a l'Estatut de Ràdio i Televisió (1980). Però poden crear societats filials (comercialització, cable, etc...), tot i que amb capital totalment estatal i regits per les mateixes normes que les altres. Es a dir, també poden créixer com a grup. Així hem vist el cas a Catalunya del Centre de Telecomunicacions o les xarxes tècniques pròpies creades per les ràdios autonòmiques andalusa i murciana. I l'exemple de la FORTA, seguint una clara estratègia d'aprofitament de recursos tècnics, intercanvi i compra d'informacions i programes i, fins i tot, contractació conjunta de publicitat.

El que diferencia l'empresa de ràdio privada de les altres és que depèn bàsicament d'una cosa per a poder existir: la concessió. L'empresa radiofònica privada, no es pot perdre mai de vista, és considerada dins del sistema de gestió indirecta, per concessió administrativa, del servei públic de radiodifusió sonora (en FM o en OM). Per molt que el Pla Tècnic de 1989 introduís el matís de considerar la relació concessionari-Estat com una relació contractual, la radiodifusió sonora és una activitat fortament regulada, que s'haurà de moure, com empresa, dins dels límits marcats pels seus Estatuts fundacionals, la Llei de Societats Anònimes i tota la normativa legal dictada pel Govern central i els diferents Governs autonòmics, d'acord amb els convenis internacionals, malgrat que les pròpies administracions hagin donat mostres de tolerar situacions que no estan precisament dins del marc normatiu. Prou sovint hem vist, repassant la història de la ràdio espanyola, que la concessió de freqüències és una demostració de poder en la qual l'administració corresponent dóna prioritat a les freqüències que emprarà el seu ens, reserva a la radiodifusió pública les

majors potències i pot decidir, en un joc d'interessos i poder polític, qui tindrà una concessió, quantes en tindrà i amb quina potència. També hem vist que, si cal, el poder econòmic aconseguirà amb les seves pròpies armes allò que els governants li han denegat.

Un darrer apunt, hem de fer notar que el sector radiofònic privat té algunes empreses atípiques com són la pròpia Onda Cero i la COPE, una perquè pertany a l'ONCE, definida oficialment com una "corporació de dret públic de caràcter social" sense ànim de lucre, que gaudeix de certes exempcions fiscals. Tot i actuar amb l'agressivitat pròpia d'una privada, Onda Cero és inclosa en una organització empresarial de característiques molt peculiars com és aquesta. I la COPE pertany a una institució religiosa, la Conferència Episcopal, actualment immersa en un debat entre la necessitat de rendibilitat i un model de ràdio que, teòricament, ha de tenir una utilitat confessional. **"El missatge de l'Església és un -ha assenyalat el secretari de la Conferència Episcopal, José Sánchez- però després estan les lleis del mercat, la publicitat, l'audiència i, fonamentalment, l'economia dels professionals perquè puguin treballar amb llibertat"** (VV.AA. 1994, 106). En aquesta línia s'emmarca l'encara no oficial pugna d'Eugenio Galdón per fer-se amb el control de la cadena, a través de la radicalització del discurs per antena de bona part dels seus professionals.

## 2. La programació radiofònica: la diversificació i la tendència a l'especialització

Amb el retorn a la ràdio de la llibertat d'informació, la no obligatorietat de connectar amb RNE, la re-aparició dels informatius i la pèrdua de la parcel.la dedicada a l'entreteniment representada pels jocs, concursos, varie-

tats i serials[1]o adaptacions teatrals amb el naixement i desenvolupament del mitjà televisiu, com sempre, la ràdio s'adaptà a la nova situació, tirant per terra les previsions que li auguraven una curta vida. La ràdio va saber aprofitar les seves característiques més bàsiques (immediatesa, rapidesa, instantaneïtat) per apostar fort per la informació. Després del "boom" i el cop d'Estat del 23-F, els informatius anaren reprenent la normalitat, per bé que segueixen tenint un pes específic important. Emili Prado (1989, 128) defineix així els canvis soferts per la ràdio després d'aquell "boom": **"S'ensenyoreixen de les programacions novament els concursos, els consultoris sota noves fórmules, els programes de beneficència al nou estil de predicador social, els programes de participació simbòlica per telèfon i inicia el seu despegament la programació de blocs, que es configurarà en el futur amb el que hem anomenat "càncer de magazín", en substitució de la programació mosaic, que dominava anteriorment"**. Certament, caldria afegir que suposadament ha tornat la reflexió i l'anàlisi a les graelles de programació de la ràdio espanyola de la mà del que podríem considerar un altre càncer: el de les tertúlies, enteses majoritàriament com un grup de persones (a les quals ja es bateja amb el nom de *contertulis* o *tertulians*) que opinen de tot i semblen saber de tot, incloses en magazines informatius o purament d'entreteniment (sense saber ja molt bé, en alguns casos, on comença un i acaba l'altre). Moltes veus crítiques s'han aixecat contra aquesta proliferació de "saviesa", en una pugna que ja entra dins del terreny de la política, d'igual manera que quasi tots els membres de l'*star-system* de les ones és considerat dins la categoria de *predicador*. Malgrat tot, solen ser els programes de més audiència.

Tot això seria el referent a la programació anomenada *convencional*, o també *generalista*, *tradicional*, de *servei total*, *servei complet*, *ràdio total*,

[1] Curiosament, els serials a Espanya encara durarien fins a les darreries dels anys '70 i algun fins a meitats dels '80, com *La saga de los Porreta*.

etc...Al llarg d'aquest treball hem emprat més el terme **generalista**, d'acord amb la proposta de J. Mª Martí (1995, 1): **"No es coneix oficialment el nom de la persona que li va posar el cognom "convencional" a la programació generalista de la ràdio espanyola, pot ser que hagi decidit amagar la seva personalitat donat que es va equivocar, ja que si una cosa no és, és precisament convencional. (...) El desenvolupament de la radiodifusió mundial als darrers decenis ha comportat processos d'especialització de l'oferta i ha tingut en la música el seu segell distintiu, pel contrari la ràdio espanyola ha seguit una via específica de continguts més amplis i presumptament adreçada a "tots els públics" que en el fons el que amaga és una mena de segmentació programàtica"**.

Aquest tipus de programació queda definit bàsicament pels seus continguts diversos, la varietat de gèneres programàtics que ofereix, varietat d'audiències a les quals s'adreça, però segmentades, i disseny de la graella programàtica en funció dels hàbits sòcio-laborals dels oients (MARTÍ MARTÍ 1990a, 94-95). Les tres principals varietats de programació generalista són (*Op. cit.* P.89-93):

- **Mosaic**. Gran quantitat i varietat de programes, de curta durada i adreçats a la varietat més àmplia possible de públics
- **Blocs**. Presència de macro-programes, gairebé sempre magazines, que ocupen amplis segments horaris
- **Continuïtat**. Model obert permanentment a la informació i l'actualitat més immediata, estructurat, per tal motiu, com un programa continu que es va modificant segons les necessitats del dia o moment de l'emissió.

La programació generalista és la més cara, però segueix mantenint un grau elevat de captació d'audiència i, conseqüentment, de publicitat. De les tres modalitats, la imperant actualment a Espanya és la de blocs, basada en grans programes contenidors, dominada per dos macro-gèneres: la informació i l'entreteniment, i tres gèneres programàtics: magazine, ràdio-diaris i tertúlies.

Biblioteca General
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona) Espanya

(MARTÍ MARTÍ 1995, 7). Si bé el gran perill que corren les grans cadenes espanyoles és que basen l'èxit d'aquests programes en grans estrelles, de forma i manera que si aquella persona abandona la cadena, arrossega amb ella gran part d'aquella audiència i d'aquella publicitat (ens remetem als casos exposats de del Olmo i José Mª García). Un altre dels apartats que encareix considerablement aquesta programació és l'actual contractació de *contertulis*.

Una de les confusions més freqüents, especialment abans que aparegués Antena 3, era pensar que programació generalista era sinònim d'Ona Mitja, tot i que la nova cadena demostrà que la correlació era falsa i només obeïa a motius històrics de disposició i aprofitament de freqüències. Havíem vist ja que la Freqüència Modulada nasqué com a imperatiu estatal i no entrava de moment en els plans empresarials de les ràdios espanyoles. Només la SER s'adonà del potencial d'aquest tipus de freqüències i endegà la versió espanyola de l'èxit nord-americà *Top Forty*. Durant bastant de temps, però, els principals programes musicals seguiren oferint-se en OM. Algunes cadenes ompliren també les seves FMs amb programacions mixtes, combinant alguns programes generalistes amb un presència quantitativament important de música.

L'altre fenomen a destacar dins la programació radiofònica espanyola és la repetició, però a escala menor, del que ja s'havia produït als Estats Units als anys '60. L'especialització. Aquesta fou el resultat de diversos factors que es produiren a la radiodifusió nord-americana i que serviren de model per a molts dels productes radiofònics europeus (MARTÍ MARTÍ 1990a, 98):

- els estudis sociològics van permetre demostrar que **"... el consum dels missatges radiofònics presentava grans similituds amb el consum de béns no culturals i que la demanda s'articulava socialment amb la formació de grups molt determinats"**

- la creixent implantació de l'FM, unida a una saturació de l'OM, per la qual cosa la primera ja no podia servir simplement com a repetidor de l'Ona Mitja sinó que representava l'única forma d'expansió de la ràdio comercial
- les característiques tècniques de l'FM la van fer especialment atractiva per a dues indústries: la de material àudio-visual (millor qualitat de so en l'emissió i recepció, que afavorien el consum de nous equips, que incorporaven, i per tant aprofitaven, aquells avantatges) i la indústria discogràfica (que arribà amb l'FM a una mena de simbiosi en la qual la indústria trobava sortida i promoció continuada dels seus productes i la ràdio obtenia gratuïtament matèria primera)
- l'aparició d'un nou mitjà de comunicació social: la televisió. Amb ella deixaren d'existir les grans audiències per a la ràdio. El seu naixement afectà especialment les cadenes (*network*) ja que deixà al descobert la feblesa de les relacions que mantenia amb moltes de les seves emissores afiliades (si la cadena hi perdia, elles també). Moltes emissores abandonaren la cadena i descobriren que disposaven d'una audiència local, amb gustos determinats, que es podien traduir en: publicitat local i programes més especialitzats. Però també descobriren que soles havien d'afrontar els costos de producció i el problema es resolgué per les vies més barates: música, principalment, i uns nois que cobraven poc per presentar-los (*disc-jockeys*) o bé l'automatització, completa o parcial.

A partir de llavors, l'especialització ha anat progressant imparablement i ha estat analitzada de forma exhaustiva, fins arribar a especialitzacions impensables fa uns anys, com les emissores adreçades només a la població de grangers, de metges, de nens, etc... Per tant, el que caracteritza la ràdio especialitzada són els seus continguts monotemàtics, siguin del tipus que siguin, destinats a audiències molt específiques, molt connectades al contingut

en qüestió, responent a paràmetres segmentadors d'aquells oients com sexe, edat, nivell econòmic, estatus social, hàbits laborals...

Hi ha dues confusions que també cal explicar: les ràdio-fórmules no són només musicals, per molt que siguin les que més han proliferat, i les ràdio-fórmules són només un dels dos tipus de ràdio especialitzada que hi ha (no són sinònims). Tenim per una banda la ràdio especialitzada, varietat *monogràfica*, o *temàtica*, caracteritzada per uns continguts concrets vehiculats per gèneres programàtics diferents, distribuïts en programes de diversa realització i durada (MARTÍ MARTÍ 1990a, 101). Mentre que les ràdio-fórmules són l'altra variant de programació especialitzada, també amb continguts molt concrets, però que mantenen una estructura que es repeteix continuadament i, per tant, actua a la manera d'un sol i únic programa que es repeteix tot el dia, durant tota la setmana, sense que variï en funció del segment horari.

Centrant-nos ja en el cas espanyol, en aquests últims quinze anys, com tots els altres fenòmens, el de la programació s'ha accelerat i ha tendit cap a una major especialització i diversificació conseqüent de l'oferta programàtica, que no respon sinó a la fragmentació creixent de l'audiència. Però, tot i la creixent especialització, el cas espanyol presenta les seves variants (MARTÍ MARTÍ 1995, 8):

**a)** La ràdio temàtica (monogràfica) coexisteix amb les ràdio-fórmules musicals basades en les llistes d'èxits, donat que el model espanyol no ha desenvolupat l'especialització d'una forma tan acusada como en el cas d'EE.UU. Ràdios temàtiques clares serien Sinfo-Radio, Radio 2 o Catalunya Música. Ràdio-fórmules musicals clares serien 40 Principales, M-80, Dial, etc... Però, per molt que se les classifiqui com ràdio-fórmules, serien també ràdios temàtiques Radio 3 o Cadena Cien. **"Es tractaria segons el nostre punt de vista de formats no definits o en procés de reorientació"** (*Op. cit.* P. 9)

**b)** Presenta poques variacions quant a especialització, reflex d'un sistema radiodifusor poc evolucionat, molt conservador, que arrisca poc. Les noves ràdios aparegudes als darrers anys s'han construït sobre models ja existents, actuant per competència directa, concedint gran importància al model de llistes d'èxit

**c)** En general, han fracassat les fórmules per a joves adults. Es viu encara massa de l'èxit aconseguit pels 40 Principales i els plantejaments de la indústria discogràfica. A diferència d'altres països, les ràdio-fórmules musicals no són gaire investigades, testades ni controlades. Es treballa sobre segur, sense arriscar massa i en base a l'aparició de nous productes discogràfics.

Per la seva banda, el que la ràdio pública ha viscut durant aquests anys en aquest terreny és similar al procés dut a terme per les privades: una programació diferenciada, basada en el model generalista, la ràdio-fórmula o alguna temàtica. L'actual oferta de Radio Nacional de España no divergeix massa de la que puguin oferir la resta de cadenes, ja siguin autonòmiques o privades. Radio 1 és una emissora de programació generalista, que potencia els informatius i d'altres programes magazine com ho fan gairebé totes, però es mou com altres públiques entre el tipus mosaic i el de blocs. Radio 2, temàtica basada en la música clàssica, ha trobat competència, parcial amb Catalunya Música i més àmplia amb Sinfo Radio[1]. Radio 3 està a l'espera de saber què passa exactament amb els seus programes, però el que queda clar és que no tendirà precisament cap a l'experimentalitat, l'avantguarda o les minories. Radio 4 ha quedat com a testimoni a Barcelona i ha sobreviscut gràcies a un nou ens, al qual no han mancat crítiques sobre els seus interessos polítics i electorals. La seva programació és clarament generalista.

---

[1] Catalunya Música disposa del doble de freqüències (26) que Sinfo Radio, però aquesta és present a vuit comunitats autònomes, mentre que la primera només abasta la comunitat catalana.

Radio 5, ràdio-fórmula no musical, sinó de format tot-notícies, només té una competència parcial, amb Catalunya Informació, d'àmbit purament autonòmic. Per l'elevadíssim cost que comporta, aquest tipus de ràdio-fórmula ha quedat en mans de dues cadenes públiques, RNE i Catalunya Ràdio.

A les Comunitats Autònomes la línia és similar, si bé aquelles que només disposen d'una cadena, opten per la programació generalista, apostant, en tot cas, per una informació més local i adequada a l'entorn, objectiu més difícil d'aconseguir amb les ràdio-fórmules musicals. Es en el terreny del localisme on les petites cadenes o emissores, siguin del tipus que siguin, poden oferir una alternativa respecte a les grans, la tendència de les quals és augmentar les hores d'emissió en cadena. Totes les cadenes han anat adaptant les seves ofertes programàtiques, que han pogut ser més àmplies en funció de la quantitat de freqüències de què han disposat.

En aquells casos en què la programació és mixta, es tracta d'emissores que emeten programes del tipus generalista, combinat amb una forta presència de la música, generalment en forma de llista d'èxits. Cas contrari fóra, per exemple, el d'algunes emissores de Cadena Ibérica que durant el dia ofereixen ràdio-fórmula musical (Top 40) i, a la nit, programes generalistes (C. Ibérica). També és habitual que les ràdio-fórmules musicals disposin de programes especialitzats, en horari nocturn, únic moment en què s'interromp la fórmula pura. Solen ser programes especialitzats en algun estil musical, que fan repàs de la música d'una època determinada o d'una llista d'èxits, però a nivell europeu o nord-americà; també es fan alguns monogràfics ocasionals o concerts, etc. De matinada, torna la fórmula. Igualment és cada cop més normal que les ràdio-fórmules musicals incorporin al matí programes despertador, que respecten més o menys la llista musical en què es basen i mantenen una similitud més o menys fidel als típics *morning shows* del format *Adult Contemporary* (pop per adults) de gran èxit a Estats Units. Així, per exemple,

M-80 té el programa *Levántate y anda* o Cadena Cien, *La Jungla*, programa de J. A. Abellán, que s'ofereix tant de matí com de tarda i amb el qual es van reduir considerablement les hores de fórmula. Molts dels apunts que hem dibuixat aquí sobre les ràdio-fórmules poden aplicar-se igualment a aquelles que pertanyen a una cadena pública.

Les municipals, que tenen la major representació numèrica a Catalunya, són un fenomen de molt difícil control. Determinades ja per la crisi generalitzada a molts Ajuntaments, poden canviar la seva programació bastant sovint. No és estrany, però, que aquesta depengui del pressupost que obtinguin. Generalment, les més grans (pel nucli de població que cobreixen) opten per la programació generalista (més cara), mentre les més petites es decanten sovint per la ràdio-fórmula, tot i que, possiblement per la joventut de molts dels seus locutors, acaben calcant fórmula i estil de les privades.

En definitiva, ja parlem de cadenes públiques o privades, nacionals, autonòmiques o més locals, la programació radiofònica espanyola és un producte més. Ara que ja es pot dir el que es vulgui, la programació és fruit de la competència, els nivells d'audiència i la publicitat. Malgrat la creixent presència de l'especialització i que se li pronostiqui la mort, la programació generalista segueix essent una de les apostes més segures amb què compta la ràdio actualment a Espanya. Aquest tipus de ràdio, ja sigui pública o privada, no és sinó més del mateix i a les mateixes hores, fent-se palesa una manca notable d'imaginació i d'exploració dels recursos més propis que diferencien la ràdio i la podrien fer destacar encara més. Es, per tant, una programació conservadora, que no arrisca. Les possibles causes podrien ser (MARTÍ MARTÍ 1995, 12): la pròpia estructura del sistema, basada en grans cadenes estatals i unes ràdios locals mancades de força i prou independència com per esdevenir

laboratori de prova de possibles futures noves fórmules que puguessin adaptar els grans grups. I que les crisis econòmiques, la disminució de la inversió publicitària i els problemes de finançament han convertit la ràdio en un sector conservador que no vol innovar ni canviar si no és sobre segur.

En aquest Quadre 27 es pot observar com, efectivament, el suport FM ha anat guanyant adeptes, a costa de la davallada de l'OM. Però, potser per l'error d'assimilar OM amb programació generalista, es va dir que aquesta també aniria desapareixent. Altra cosa ben diferent mostren les xifres. No hi ha hagut un creixement espectacular, però tampoc una davallada, mentre la programació fórmula creixia, sense arribar a les cotes de l'altre tipus de programació.

***Quadre 27. Evolució de l'audiència radiofònica espanyola 1987-1994****

| | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Univers** | 27.884 | 28.900 | 30.050 | 31.575 | 32.000 | 32.000 | 32.000 | 32.000 |
| **Audièn.** | 15.237 | 15.297 | 15.937 | 15.934 | 16.715 | 16.772 | 17.837 | 18.893 |
| **% Aud.** | 54,64 | 52,93 | 53,03 | 50,46 | 52,23 | 52,41 | 55,74 | 59,04 |
| **Emissores en OM** | | | | | | | | |
| **Audièn.** | 6.552 | 6.176 | 6.122 | 5.611 | 5.726 | 5.283 | 6.204 | 6.246 |
| **% Aud.** | 43 | 40,37 | 38,41 | 35,21 | 34,25 | 31,49 | 34,78 | 33,06 |
| **Emissores en FM** | | | | | | | | |
| **Audièn.** | 9.660 | 10.003 | 10.768 | 11.337 | 12.059 | 12.608 | 13.039 | 13.992 |
| **% Aud.** | 63,39 | 65,39 | 67,56 | 71,14 | 72,14 | 75,17 | 73,10 | 74,06 |
| **Programació Generalista** | | | | | | | | |
| **Audièn.** | 11.163 | 11.164 | 11.447 | 10.940 | 11.457 | 11.414 | 12.740 | 12.468 |
| **% Aud.** | 73,26 | 72,98 | 71,82 | 68,65 | 68,54 | 68,05 | 71,42 | 65,99 |
| **Programació Fórmula** | | | | | | | | |
| **Audièn.** | 5.308 | 5.402 | 5.896 | 6.486 | 6.767 | 6.745 | 6.638 | 8.408 |
| **% Aud.** | 34,83 | 35,31 | 36,99 | 40,70 | 40,48 | 40,21 | 37,21 | 44,50 |

*FONT: Elaboració pròpia a partir de l'EGM*

** En milers d'oients*

**"Confeso que els qui fa temps pronosticàrem que, als '90, a Espanya la programació especialitzada donaria la volta a la convencional ens vàrem equivocar d'una manera absoluta: el panorama no només segueix igual que llavors, sinó que a més no hi ha símptomes de canvi: creix el nombre d'emissores d'FM, s'oferten noves fórmules informatives i musicals, però la ràdio generalista aguanta la competència i fins i tot augmenta el seu percentatge d'audiència"** (MARTÍ MARTÍ 1995, 1).

### 3. La tecnologia. Millor qualitat i reducció de costos

Durant molt de temps es va dir que la ràdio oferia una programació alienant i, fins i tot, vergonyosa. Però, la realitat demostrava que els límits per on es podia moure eren ben estrets i amenaçadors. Un cop recuperades les llibertats, la ràdio espanyola donà bona mostra del seu potencial, aprofitant al màxim els trets identificatius que li són propis, especialment per la via informativa.

També durant molt de temps, la ràdio privada espanyola argumentà que la manca d'inversió en el propi mitjà, especialment en el terreny tecnològic, es devia a la incertesa que envoltava periòdicament la renovació de la concessió. També, en part, era cert. El tema va ser ja més discutible quan la SER, CRI, COPE, R. España, R. Huesca i R. Zaragoza donaren el 25% d'accions a l'Estat. Semblava que la concessió tenia més garanties de continuïtat. El temps ha demostrat que les concessions s'han anat renovant sense problemes, de forma quasi automàtica, amb comptades excepcions molt localitzades i que només afecten unes quantes emissores de grans cadenes. Una altra de les possibles interpretacions d'aquesta apatia inversora per la renovació tecnològica l'oferia E. Prado (1989, 132): **"Sembla com si els empresaris del sector es conformessin amb explotar la rendibilitat vegetativa generada pel mitjà, que a Espanya visqué un gran impuls, més per**

**les circumstàncies històriques que ho van propiciar que per l'existència d'una política empresarial definida. Semblaria que van creure en els negres pronòstics sobre el mitjà davant l'aparició de la televisió privada i es van conformar amb la inèrcia a l'espera d'entrar al terreny de l'explotació de la televisió privada, que prometia rendir suculents dividends"**. I connectant amb aquesta cita, Zallo (1989, 337) afirmava que **"...l'existència d'un mercat segur que no podia dictaminar sobre l'eficàcia de les indústries implicà un envelliment tecnològic generalitzat i la descapitalització (...) Si això reduïa el cost d'amortització i substitució d'un equipament obsolet, per altra banda també suposava índexs de productivitat baixos"**. Malgrat tot, la renovació va començar. Si bé és cert que la ràdio no podia oferir una qualitat de so inferior a la que hom pot tenir a casa seva, no és menys veritat que la renovació tecnològica s'endegà amb un clar objectiu: reduir costos. Les empreses no iniciaren la renovació de cop i volta, després de tants anys d'haver funcionat sense fer-ho, sinó fou perquè estaven pressionades per la necessitat de reduir costos, en un nou mercat més competitiu, i la tecnologia resultava un bon mitjà per aconseguir-ho.

Seguint els punts plantejats per M. Cebrián Herreros (1990, 154), la renovació tecnològica a la ràdio passaria per:

- **la modernització dels sistemes d'administració i gestió**, que per via dels ordinadors i programes adequats agilitzin les tasques administratives, permetin l'emmagatzament de gran quantitat de dades i la possibilitat d'accedir-hi i treballar-hi ràpidament. Conseqüentment, també s'agilitza la presa de decisions, responent millor als objectius gestors de l'empresa. Aquest procés administratiu inclou també la contractació publicitària, les dates de cobrament o les pautes d'horari d'emissió de la publicitat. El preu serà, i ja ho està essent de fet, el reciclatge del personal dedicat a aquestes tasques, en el millor dels casos, i l'acomiadament de part d'aquest personal (molt

nombrós per altra banda), un cop la màquina pugui fer la seva feina igual, més ràpid i en menys temps

- **la informatització dels equips i procés de producció**, per la via de la digitalització (consoles, suports sonors, muntatge), l'emmagatzament en disc dur de les fonts sonores (controlant així la durada, frase d'inici, frase final, estudi en què s'ha d'emetre...), l'ajut de sintetitzadors, harmonitzadors i altres aparells de tractament de so que permetin la màxima gamma i qualitat d'efectes sonors. El personal tècnic, en aquest cas, necessita també un reciclatge constant i estar sempre informat de les novetats i les seves possibles aplicacions
- **la informatització de les redaccions**, proporciona igualment agilitat i facilitat en el treball: calcular la quantitat de línies i paraules segons el temps de durada de la informació o text de programa, adequar el càlcul al ritme de lectura, rebre directament en pantalla les informacions de les agències o de companys d'altres redaccions del país, accés directe i automàtic a les fonts documentals, tant les pròpies com les generals, nacionals o estrangeres
- **la informatització dels arxius**. La informàtica no només permet consultar dades sinó que també permet emmagatzemar les fons sonores i escrites, que han de servir després de consulta, tant pels propis treballadors com pels estudiosos
- **la informatització del control central**, que permet un control i coordinació totals dels diferents estudis de l'emissora, equips que participaran en una emissió (estudi, unitat mòbil, corresponsals, enviats especials...)
- **la millora tècnica dels enllaços que uneixen les estudis amb l'emissor**. La solució passa per la fibra òptica, que permet mantenir un so més pur i fidel, lliure de les interferències i sorolls, a més d'oferir més qualitat que la que poden donar les línies telefòniques

- **altres millores** que fan referència tant a la qualitat com a l'aprofitament de les freqüències disponibles, davant la mancança i saturació actuals del dial, són l'aplicació de l'estereofonia a l'Ona Mitja, l'ús del satèl.lit, el RDS, el *Sub Carrier Audio, SCA*, que també aprofita l'ona subportadora per transportar emissions codificades de contingut informatiu o musical. O bé la ràdio interactiva, a través de les Xarxes Digitals de Serveis Integrats, per fibra òptica, que permetran a l'usuari tenir accés a dades (música, informació, serveis...) emmagatzemats, autèntics bancs de dades.

De tots aquests punts relacionats, podem extreure les següents conclusions:

- L'entorn tecnològic en què es mou la ràdio és un entorn canviant, sempre amb possibles noves aplicacions, tant per aquest mitjà com per d'altres
- La tecnologia a la ràdio ofereix dos grans avantatges: la millora en la qualitat de so en tots els estadis del procés (tractament, reproducció, emissió, muntatge, manipulació...) i un estalvi de temps i de diners
- La reducció de costos ve donada per la rapidesa i agilitat proporcionada per la tecnologia i la informatització, però també per les reduccions de personal implícites en aquests avenços. Temporalment, existeix un cost addicional derivat de la necessitat de reciclar el personal, sigui del departament que sigui
- La ràdio va perfilant un nou tipus de professional de la ràdio, més plurifuncional, tècnic de la seva pròpia emissió, que necessàriament haurà de tenir coneixement mínims per accedir a bancs de dades, produir i realitzar programes, portar la comptabilitat, la facturació publicitària, etc...
- La ràdio espanyola ha entrat ja en l'espiral de la renovació tecnològica, que li ha costat molts diners, més encara si tenim en compte que fins ara s'havia limitat a renovar el material gastat i a incorporar alguna marca que oferís alguna aplicació addicional més, però no havia fet front a l'autèntic repte: la digitalització i la informatització en tots els processos de formació dels missatges