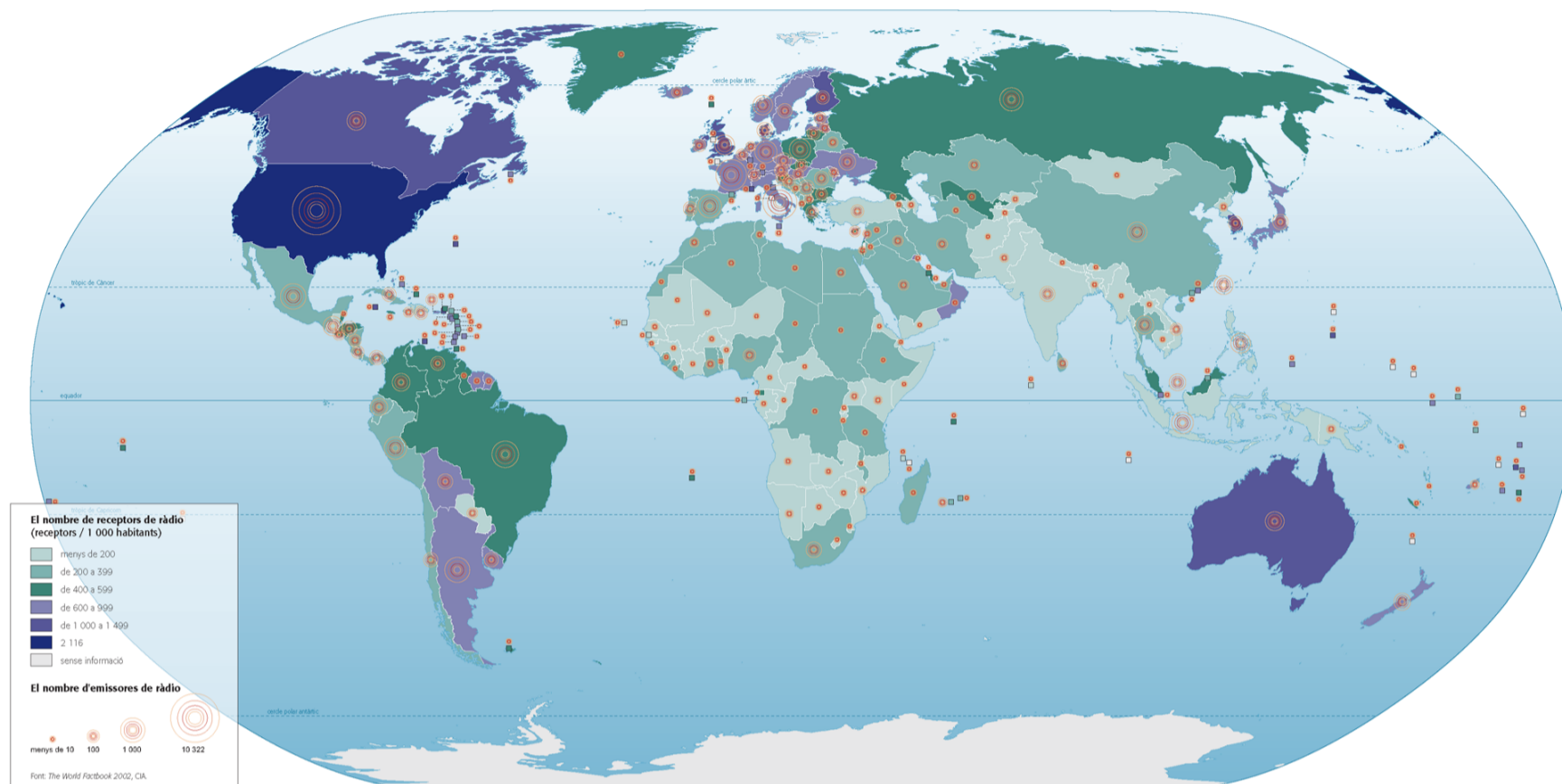


La ràdio



Aquest mapa representa el nombre d'emissores de ràdio per Estat, no la seva potència, i el nombre de receptors per cada mil habitants. Són indicadors de producció i consum d'aquest mitjà de comunicació.

La radiodifusió com a mitjà de comunicació de massa va sorgir a l'inici de la dècada del 1920, data a partir de la qual superà el paper inicial que tenia com a substituta del telègraf. El fet de poder sentir la música i la paraula a través de les emissions radiofòniques va portar les grans fàbriques de material elèctric a plantejar-se'n la producció i comercialització d'aparells. Les primitives ràdios de galena van deixar pas a les de vàlvules, fins a arribar anys després als utilitaris, i cada vegada més petits i sofisticats, transistors. El fenomen radiofònic, que va esdevenir un mitjà de comunicació poderosíssim i una important eina de propaganda ideològica en conflictes bèl·lics, continua mantenint un alt grau de competitivitat amb els mitjans que li són afins: la premsa i la televisió.

Des dels inicis de la radiodifusió, el panorama radiofònic mundial ha canviat, i molt. Amb tot, conserva una característica que la diferencia de manera notable de la resta de mitjans de comunicació (deixant-ne al marge Internet, que s'està convertint en un transmissor potent i eficaç): la immediatesa i la relació directa que pot establir-se entre comunicador i audiència.

Dins l'espai radioelèctric conviuen ràdios públiques i ràdios comercials d'àmbit estatal (que configuren xarxes), ràdios locals o comarcals, lliures, pirates o comunitàries, en ona mitjana (OM), però també, i sobretot, en freqüència modulada (FM) –la freqüència que ha revolucionat i potenciat el món radiofònic–. En algunes, l'entreteniment i la comercialització són els eixos fonamentals; en d'altres, el servei públic està clarament definit, però no tan ostensiblement dut a la pràctica; n'hi ha que ofereixen propostes expressament destinades a crear fonts de comunicació/informació alternatives al poder establert (polític, econòmic i cultural). I també hi ha emissores que s'inclinen decididament per una línia informativa i/o de comunicació educativa que serveixi d'ajut a les poblacions que viuen marginades per la seva situació geogràfica o política (poblacions indígenes en la seva majoria); aquestes darreres són les ràdios comunitàries, amb una forta implantació especialment a l'Amèrica Llatina i que de mica en mica es van estenent en altres indrets del planeta per les seves especials característiques. Cal dir, a més, que, si bé hi ha llocs on s'imposen les grans xarxes, en d'altres són les petites radioestacions les que aconsegueixen sumar índexs d'audiència importants.

Les xarxes radiofòniques. El sistema nord-americà

Entre el 1918 i el 1920, alguns petits empresaris i grups locals de diverses ciutats dels Estats Units van dur a terme els primers experiments de radiodifusió. Les primeres estacions emetien poques hores al dia; la programació era preferentment musical, i anava acompanyada de publicitat, que representava el mitjà principal de finançament, si no l'únic.

Durant molts anys, la radiodifusió, en mans privades, es va caracteritzar per una gran fragmentació, amb centenars i, més tard, milers de petites companyies independents, al contrari del telègraf i el telèfon, controlats per grans monopolis.

Alguns anys després de l'intent fracassat de l'AT&T (companyia de telefonia) d'imposar el seu propi control sobre la ràdio, l'RCA, la principal productora d'aparells de radiodifusió, va tenir més èxit, atès que l'entitat radiofònica que aquesta productora promocionava, l'NBC (National Broadcasting Corporation), en lloc d'intentar apropiar-se el mercat sencer, com havia fet l'AT&T, va crear un nou tipus d'empresa en el camp de les comunicacions, el *network* (o 'xarxa').

El *network* distribueix programes a les estacions locals afiliades; a canvi, aquestes insereixen en els programes la publicitat enviada pel *network*. En la pràctica, les estacions actuen sobre el mercat publicitari local, venent el seu temps de transmissió a les empreses de la regió, mentre que el *network* actua sobre el mercat nacional.

Després de l'NBC, creada el 1926, van sorgir altres xarxes semblants, com la CBS (Columbia Broadcasting System), nascuda el 1927.

En la base del sistema radiofònic nord-americà hi ha, com es pot veure, la publicitat. A les empreses els interessa que els seus missatges arribin al major nombre possible de persones, i la radiodifusió és un mitjà ideal per a assolir aquest objectiu, ja que té un públic molt vast i abraça tots els sectors de la població. D'altra banda, si la publicitat és suficient per a finançar les transmissions, les companyies radiofòniques poden "regalar" els programes als oients, la qual cosa permet, alhora, mantenir una elevada audiència.

La ràdio a Catalunya

A Catalunya, i de fet a tot l'estat espanyol, la primera emissora radiofònica va ser Ràdio Barcelona, fundada al novembre del 1924 i absorbida més tard, en temps de la Dictadura de Primo de Rivera, per Unión Radio Madrid. En resposta a aquesta absorció, al desembre del 1929 es va crear Ràdio Associació de Catalunya, que va esdevenir molt popular i va constituir una cadena radiofònica, integrada per Ràdio Girona, Ràdio Lleida i Ràdio Tarragona. El 1936 l'emissora fou intervinguda per la Generalitat, i el 1939 va ser convertida en Radio España de Barcelona. Ràdio Associació va tornar a emetre a partir del 2 d'abril de 1984, a l'empara de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.

L'aparició de l'FM i la instauració de la democràcia, amb la desaparició de la censura, van propiciar –al final de la dècada del 1970 i l'inici dels vuitanta– el sorgiment de petites emissores de caràcter local i comarcal (tant públiques com privades), gràcies a les quals la ràdio s'ha consolidat com un dels mitjans de comunicació de massa indispensables.

A Catalunya, la ràdio ha aconseguit unes quotes d'implantació i audiència extraordinàries. El 2002, el lideratge d'audiència corresponia a Catalunya Ràdio, l'única cadena que supera els 500.000 oients, seguida de la SER, amb uns 400.000 oients.

La freqüència modulada (FM) ha anat guanyant terreny a l'ona mitjana (OM). Així, l'*Informe de l'Audiovisual a Catalunya 2002* indicava l'existència de 16 emissores en ona mitjana, davant les 327 en freqüència modulada. Pel que fa a l'ona curta, amb una major cobertura, però una menor audiència, s'hi poden sintonitzar els serveis radiofònics internacionals, però no té cap presència de programacions catalanes. Per altra banda, cada cop hi ha més emissores que treballen en directe a través d'Internet, i fins i tot s'ha posat en marxa alguna iniciativa radiofònica exclusivament per la xarxa.

Cal dir que en l'àrea dels Països Catalans, i especialment a Catalunya, la presència d'estacions de radiodifusió està molt per damunt de la resta de l'estat espanyol.

[← Els llibres \(/atles-de-la-diversitat/els-llibres\)](#)

[Amunt \(/historia-natural-dels-paisos-catalans/la-comunicacio\)](#)

[Internet > \(/atles-de-la-diversitat/internet\)](#)

[Sumari de l'obra](#)

Sumari de l'article

- ▶ Les xarxes radiofòniques. El sistema nord-americà
- ▶ La ràdio a Catalunya