

# Dossier

**Josep M. Martí** Professor de Comunicació Audiovisual UAB

## ■ Dos modelos muy particulares de programación radiofónica

La oferta de la radio catalana se estructura alrededor de dos grandes modelos de programación: uno denominado generalista, debido a la variedad de contenidos y de géneros que lo integran, y el otro, denominado especializado, por su carácter básicamente monotemático. El autor de este artículo nos describe las características de los diferentes tipos de programación radiofónica y las estrategias de programación más utilizadas.

## ■ Two very different radio programming models

Catalan radio is structured into two major programming models: generalist programming, so called because of its range of contents and genres; and the specialist programming, which basically covers single issues. The author of this article describes the characteristics of the different types of radio programming and the programming strategies most commonly used.

## ■ Deux modèles très particuliers de programmation radiophonique

L'offre de la radio catalane est structurée autour de deux grands modèles de programmation : l'un est dit généraliste, compte tenu de la variété des contenus et des genres qu'il propose, et l'autre est dit spécialisé en raison de son caractère essentiellement thématique. L'auteur de cet article nous décrit les caractéristiques des différents types de programmation radiophonique et les stratégies de programmation les plus utilisées.

# Dos modelos molt particulars de programació radiofònica

L'oferta de la ràdio catalana s'estructura a l'entorn de dos grans models de programació: un d'anomenat generalista, per la varietat de contingut i de gèneres que l'integren, i un altre d'anomenat especialitzat pel seu caràcter bàsicament monotemàtic. D'acord amb la tipologia utilitzada pels estudis d'audiència, el primer model rep el nom de convencional i el segon, el de fórmula(1).

L'evolució històrica que ha experimentat el sistema radiodifusor de Catalunya ha estat, en alguns aspectes, molt diferent a la de l'espanyol. Això es fa notar particularment en el tipus d'oferta programàtica, que ahora és el resultat dels diferents tipus d'emissores, públiques o privades, que operen en el nostre territori.

Com ja vam posar en evidència en un estudi recent(2), la ràdio generalista es mou al voltant de dos grans macrogèneres: el d'informació i el d'entreteniment. Aquesta orientació s'ha anat configurant de manera progressiva a partir dels anys vuitanta, primer com a resultat de moltes dècades d'abstinència informativa, pel fet que aquest tipus de programes estaven prohibits, i, segon, com a conseqüència de la progressiva conversió del mitjà en un vehicle d'opinió, estructurat a l'entorn de grans macroprogrames, conduïts per comunicadors-estrelles que gaudeixen de gran credibilitat entre l'opinió pública.

Dels tres submodels de ràdio generalista existents, els operadors han optat bàsicament pel de blocs(3), és a dir, per aquell que està integrat per pocs programes de llarga durada, amb un contingut en què es barregen informació, opinió, entreteniment i participació, i que tenen com a fil conductor un/a presentador/a molt popular entre l'audiència. Els únics que s'allunyen una mica d'aquest model són alguns radiodifusors públics, ja que sobre el paper ofereixen més varietat de gèneres i no s'allunyen gaire dels trets distintius de la ràdio de blocs.

En el quadre núm. 1 hem intentat de fer un resum de les característiques d'aquesta particular graella de programes. A l'hora d'elaborar-la hem tingut en compte el comportament mitjà de les cadenes estatals i també el de les cadenes catalanes.

El nostre objectiu ha estat poder determinar els

la televisió), etc. Un altre segment que els programadors tenen en compte per organitzar els blocs de programació és el tipus d'audiència disponible en cada moment del dia: edat, sexe, classe social, etc. Aquestes dades, si bé fan variar una mica els continguts dels programes en cada segment, sembla

## 1. Característiques i estructura de la graella de blocs

Segment horari	Nombre programes	Gèneres dominants	Estructura del bloc	Estratègia de programació
06 h - 12 h	1 - 2	Informatiu: SPN, RD, Magazin contenidor	Macroprograma que varia de gènere i de contingut. Gran pes de les cadenes estatals	Com petència directa entre les cadenes estatals i les catalan
12 h - 16 h	2 - 3	Informatiu: RD i ESP. Magazins convencionals	Més varietat de gèneres en funció dels públics diferents. Més pes de la progr. Local	Programació alternat
16 h - 20 h	1 - 2	Magazin contenidor	Variant del macroprograma del matí. Gran pes de les cadenes estatals	Com petència directa entre les cadenes estatals i les catalan
20 h - 23 h	2 - 3	Informatiu: SPN i ESP (esports)	Més varietat d'espais. Cert pes local i regional	Estratègies alternat. Com petència directa
23 h - 03 h	2 - 3	Magazin informatiu Magazin esportiu Prog. línia telefònica	Dividit en tres parts: informativa, esportiva i de participació	Com petència directa entre les cadenes estatals i les catalan
03 h - 06 h	1 - 2	Prog. línia telefònica Ràdio despertador		Com petència directa entre les cadenes estatals i les catalan
SPN (Serveis Principals de Notícies)		RD (Radiodiaris)		ESP (Informatius especialitzats)

diferents segments horaris programàtics d'estructura semblant.

En aquest quadre podem observar que el submodel s'organitza a l'entorn de sis segments programàtics, els quals tenen molt a veure amb els hàbits sociolaborals de la població: el temps de llevar-se i d'anar a dormir, les hores d'activitat laboral, el temps dedicat al consum d'altres mitjans (per exemple, veure

que no obliguen a canviar-ne el gènere, ja que bàsicament només s'hi emeten magazins.

Per regla general, la majoria de les nostres cadenes i emissores ofereixen un nombre màxim d'entre onze i quinze programes diaris, xifra que s'allunya considerablement del model generalista clàssic, que arriba fins a 25 en algunes ràdios europees com ara France Inter, RTL o RAI.

Com hem dit, el magazín és el tipus de programa més repetit arreu, tant en la variant autòctona del contenidor, com en la convencional o especialitzada.

La resta de gèneres són bàsicament els tradicionals radiodiaris i els formats de participació com els de línia telefònica.

Un altre element que cal tenir en compte en l'estructura del model generalista espanyol és que les cadenes estatals, i algunes de catalanes, treballen amb una graella que té dos o tres nivells: programació estatal, difosa per tota la xarxa i en la qual les emissores catalanes actuen com a repetidors; programació nacional, emesa per les emissores que els grans operadors tenen a Catalunya; i programació local, específica de cada emissora. En la pràctica, aquesta política fa que els dos darrers nivells de programació s'emetin en segments horaris més residuals pel que fa a l'audiència disponible.

Un últim aspecte a tenir en compte és el de les estratègies de programació. La més utilitzada pels

diferents operadors és la de la competència directa, és a dir, gènere contra gènere, contingut contra contingut, presentador contra presentador, etc.

Probablement aquesta és la raó principal per la qual tots han optat pel submodel de blocs, ja que és el més fàcil per atacar directament allò que fa el contrari. En general, observem que no hi ha estratègies ni alternatives, ni innovadores ni de cap altre tipus que trenquin aquest comportament monolític.

### El model especialitzat

La ràdio especialitzada va néixer els anys seixanta als EUA com a conseqüència, entre d'altres raons, de l'aparició de l'FM i de l'increment del nombre d'emissores. A Europa, a mesura que ha anat avançant el procés de desregulació i han aparegut nous operadors privats, s'ha produït un procés semblant. A Catalunya aquests canvis es van experimentar molt abans que a la resta de l'Estat, i amb els temps han anat apareixent un seguit d'ofertes programàtiques molt específiques i ben diferenciades, les quals ens indiquen que ens trobem en un mercat d'oferta molt desenvolupada, amb formats exclusius del territori català i amb una competitivitat molt alta.

En el quadre núm. 2 hem intentat de resumir la situació indicant-hi els submodels presents, les famílies de formats a les quals pertanyen i els exemples més significatius de les emissores que els emeten.

Des del punt de vista tipològic, tenim tres submodels de ràdio especialitzada. El primer l'anomenem temàtic, ja que es distingeix per la seva especialització en continguts i per la varietat de gèneres de programes; el segon és el de les radiofórmules, les quals també tenen continguts monotemàtics però fonamenten la seva programació en una estructura circular i repetitiva; finalment tenim els formats híbrids, els qual són una mica una barreja dels dos formats anteriors.

En general, l'oferta de la ràdio especialitzada és molt més variada que la de la ràdio generalista, pel fet que hi ha set famílies de formats diferents, els quals, si bé no esgoten el repertori que ofereixen uns altres sistemes radiodifusors, com a mínim ens permeten dir que hi ha més varietat que a l'oferta espanyola. En aquest sentit cal destacar les aportacions que han fet i fan les ràdios públiques i privades catalanes, les quals o bé han estat pioneres en la introducció de

## 2. L'oferta de ràdio especialitzada a Catalunya

Submodel	Família	Emissores
Temàtic	Classic	Radio 2 Catalunya Música
	Cultural	Catalunya Cultura
Formats híbrids (Fórmula amb tendència temàtica)		C100 R3 OC MÚSICA RTELE-TAXI
	Radiofórmula	Música de Llistes 40P Flash-Ràdio
	Música per a adults	HotRC25 M-80 Flash Back Soft:RKOR
	Música autòctona	Cadena Dial
	Música amable	R. Estel
	Totnotícies	RNE 5 Catalunya Informació

determinats formats o bé en tenen en antena uns altres que són exclusius.

Arreu del món, la tendència general que segueix la ràdio especialitzada és la de bastir interessos informatius generals o especialitzats(4), o de companyia musical que interessin segments d'audiència d'edats compreses entre els 25 i els 45 anys, que són els anomenats formats de música per a adults. Si tenim en compte aquest fet podem dir que l'oferta catalana és, en general, força homologable, però que presenta encara algunes mancances significatives. Si parem una mica d'atenció podem observar que en la franja alta d'edat dels oients, que en altres països està dominada per la música del record, aquí té una oferta quasi inexistent. D'altra banda, tampoc no hi ha presència de ràdios temàtiques en àmbits tan específics i de tanta actualitat com els de l'economia.

Com a conclusió podem dir que a Catalunya hi ha una oferta de programació radiofònica diferenciada, sobretot si ens atenim a la varietat de formats existents pel que fa a la ràdio especialitzada, però no podem dir el mateix de la ràdio generalista, ja que la competència directa que practiquen habitualment els operadors radiofònics sembla que deixa poc espai per a les alternatives que representin una opció diferenciada real per a molts oients i, sobretot, per a aquells que no ho són perquè troben aquest mitjà massa monotemàtic i poc variat. **J-M. M.**

**Notes:**

(1) MARTÍ, J.M. *Modelos de programación radiofónica*. Feed Back, Barcelona, 1994.

(2) PERONA, J.J. «Oferta programàtica». A «Actes del primer congrés de la ràdio a Catalunya», SCC.IEC. 1997.

(3) MARTÍ, J.M. *La ràdio a Catalunya*. CIC, Barcelona, 1996.

(4) SEMPRINI, A. *L'information en continu*. Nathan.Ina, París.