

El futur de la ràdio

EMILI PRADO

En tractar del futur de la ràdio hom està obligat a posicionar-se respecte a dues tendències interpretatives representades pels optimistes, que no dubten en pronosticar llarga i esplendorosa vida pel mitjà; i pels pessimistes, que ja han pronosticat la mort de la ràdio “n” vegades, particularment cada cop que un nou mitjà ha aparegut sobre l’escenari.

Compartim amb els optimistes la idea que la ràdio té un futur pel davant però, prenent compte de les alarmes manifestades pels pessimistes, creiem que aquest futur la ràdio se l’ha de guanyar.

En l’etapa actual, el tradicional sistema conformat pels “mass-media” no és l’únic marc de competència per la ràdio. Avui, els diferents suports emprats per a la comunicació formen un ecosistema en el qual tots són condicionadors i condicionats dels altres. Un ecosistema farcit de sinèrgies que cal prendre en consideració per garantir-se un espai.

158

Malgrat tot, la lliçó que ens ofereix la història és ben clara: En l’àmbit de la comunicació, cap mitjà ha implicat el reemplaçament d’un altre de precedent i així, la ràdio no matà la premsa, la televisió no liquidà la ràdio, el cinema no substituï el teatre, el teletext no suplantà el diari de paper, etc.

Les raons d’aquesta persistència són de diversa índole, però la més important de totes és el principi de gratificació. Cada mitjà, segons les seves característiques, ofereix unes condicions

de consum i fruïcio diferents i, en conseqüència, suposen diferents tipus de gratificació.

Les característiques de la ràdio que més notablement han contribuït al subministrament d'una gratificació específica són: la celeritat, la mobilitat, l'apel·lació a la imaginació dels individus per a la recreació dels missatges, i la possibilitat de compartir el seu consum amb el desenvolupament d'altres activitats.

En part per això, cada vegada que el panorama comunicatiu es veu sacsejat per una novetat, la ràdio aconsegueix reposar-se del primer impacte. Un bon indicador en aquest sentit ens el subministren les dades d'audiència de la ràdio a Espanya. Així, amb l'aparició de les televisions privades el 1990 l'audiència global de la ràdio passà del 53% l'any 1989 al 50,5%, però a l'any següent (1991), ja es registrà una recuperació fins el 52,2% marcant la tendència per als anys successius.

I malgrat que aquesta constatació es repeteix històricament, les pors del sector emergeixen amb massa freqüència, moltes vegades paralitzadorament, endarrerint la necessària resposta empresarial, tecnològica i programàtica.

Superats els daltabaix de la primera multiplicació de l'oferta televisiva garantida pels primers satèl·lits i cables, la penúltima gran amenaça per a la ràdio fou la irrupció dels nous mitjans de matriu telemàtica, però se'n sortí prou bé de les noves competències derivades del videotext o del teletext i d'altres innovacions. Per testimoniar aquesta resistència és útil constatar com als EUA, els recursos publicitaris destinats a la ràdio es tripliquen en 10 anys entre el 1980 i el 1990, com succeeix també a Itàlia en el mateix període i comportaments similars s'observen a la resta d'Europa.

Altres factors com la universalització dels equips receptors,

que en els països més industrialitzats abasta un 98% de les llars, o com la penetració, que en la dècada dels noranta ja suposa xifres que quasi arriben al 60% i en alguns casos més del 70% en dies feiners, i l'augment del nombre d'hores d'audició diària, que se situa en els nostres dies en les tres hores; són indicadors que permeten diagnosticar una bona salut per a la ràdio que haurà d'enfrontar-se a una nova situació de competència.

Aquest nou estadi es caracteritza per la celeritat amb què es produeixen les innovacions tecnològiques i la consegüent transformació en les formes de consum cultural en general i àudiovisual en particular.

Els mots clau per descriure allò radicalment nou en el panorama són: digitalització, multicompressió, interactivitat, serveis integrats... I què farà la pobra vella ràdio per fer front a tot això? Doncs investigar, innovar i adaptar-se.

A la darrera reunió de la NAB ("National Association of Broadcasting") celebrada a Las Vegas el 1993, els enginyers presentaren tota mena d'innovacions sobre les innovacions, que mostren la decidida actitud de lluita de la ràdio per un espai en l'univers mediàtic. Aquest conjunt d'innovacions va des de la RDBS a la DAB, del AMAX al "Coupon Radio". Innovacions que no fan altra cosa que aprofundir la línia de desenvolupament tecnològic emprès per la ràdio davant de la proliferació de noves tecnologies en la dècada anterior.

160 Des de la meitat de la dècada dels 80, la renovació tecnològica de la ràdio en els països industrialitzats ha anat augmentant en progressió geomètrica.

En l'àmbit dels equips de transmissió s'ha aconseguit millorar la qualitat de so, l'abast de transmissió, el nombre de canals disponibles i l'oferta de nous serveis complementaris

amb una certa base interactiva, tant a les xarxes hertzianes terrestres com als satèl·lits i el cable, i finalment la perseguida implantació del DAB “Digital Audio Broadcasting” que suposa la digitalització total de l'emissió.

En el terreny dels equips de producció s'han registrat novetats revolucionàries que es manifesten en la qualitat de so i en l'organització de la producció, tot permetent la total automatització en determinats formats de programació.

Pel que fa als equips de recepció també s'han produït canvis importants tot permetent una major flexibilitat en el consum, una potenciació de la intervenció del consumidor en la construcció d'una programació a la seva mida enfront a una oferta cada cop més diversificada, i una potenciació de la intervenció mitjançant l'adaptació a diferents nivells d'interactivitat.

D'entre les innovacions del primer capítol, és a dir el de l'emissió, destaca la importància del RDS en la lluita de la ràdio per modernitzar-se, tot oferint un conjunt de serveis i utilitats que reforcin la seva tradicional capacitat d'ésser útil. El sistema “Radio Data System” (RDS) es desenvolupa a Europa i al 1988 es llencen els primers equips de recepció. El sistema permet la transmissió d'un senyal digital inaudible acompanyant el senyal normal i possibilita la prestació de serveis addicionals de gran interès per l'audiència. Serveis que poden estar interrelacionats amb el programa difós contemporàniament per l'estació o ser totalment autònoms i compatibles amb la fruïció del programa desitjat.

El RDS s'empra en FM insertant un canal addicional de dades de forma compatible amb la transmissió estereofònica tot aprofitant l'amplada de banda. El RDS permet desenvolupar funcions molt sofisticades pels automobilistes i moltes d'altres

útils, també, pel consum radiofònic general i pel domèstic en particular.

Així el sistema permet la sintonia automàtica; visualitzar el nom de l'emissora; recerca automàtica de l'emissor amb senyal més fort, memorització i recerca del programa d'informació sobre el tràfic; sintonització automàtica del programa sobre el tràfic, independentment del que s'estigui fent servir en aquell moment, la ràdio o el cassette; selecció de la font sonora, identificació permanent de la data i l'hora; recerca d'un programa segons el seu gènere ja sigui musical o parlat; atribució d'un número a cada programa; comentari del programa principal en el "display" sota la forma de missatge radiotext; identificació de descodificació estereofònica, identificació de música o paraula per a una regulació òptima del volum i transcripció d'un missatge personal. Més encara, el TDC (Canal de Dades Transparent) permet enviar documents complementaris que es poden obtenir a domicili mitjançant la seva impressió.

La popularitat del RDS va en augment en diferents països europeus, malgrat que encara no s'ha aplicat en tota la seva potencialitat i s'ha concentrat el seu ús en auxili de l'automobilista.

Però aquest desenvolupament de la "European Broadcasting Union" ha despertat l'interès dels radiodifusors nord-americans i el 8 de gener de 1993 veia la llum l'estàndard dels EUA de RDS que serà conegut amb l'acrònim RBDS "Radio Broadcast Data System", cosa que feia pronosticar l'inici d'una nova era per a la radiodifusió en FM a la reunió de la NAB de Las Vegas a l'abril del 93.

Per la seva banda els japonesos també han desenvolupat un sistema de "subcarrier" d'alta capacitat per la FM. La NHK ha posat en escena el L-MSK que amb una capacitat de 16kbps

promet grans possibilitats. Segons els resultats de les proves fetes per la NHK Tokyo FM, millora encara les “ratios” de qualitat de recepció en moviment garantides pel RDS.

D’una altra banda els progressos se centren en el camp de la difusió digital del senyal i s’implementa el sistema DAB “Digital Audio Broadcasting” o Ràdio Digital. També en aquest camp Europa, mitjançant el projecte EUREKA 147, s’avança a trobar una solució als problemes que tenien els senyals digitals per a la radiodifusió a causa dels efectes d’interferències “multipath” i els esvaïments que feien els canals de transmissió inservibles en molts casos.

Així el grup del projecte EUREKA 147 treballa per aconseguir un sistema DAB capaç de posar remei als problemes associats a la transmissió digital en entorns mòbils. És d’aquesta manera que s’implementa el sistema COFDM (“Coded Orthogonal Frequency Division Multiplex”) el primer que permet solucionar els problemes precedents.

La ràdio digital utilitza ones radioelèctriques similars a les utilitzades per la FM, però garantint un so de millor qualitat. Aquestes ones vehiculen un bus d’impulsos que recorda el dels senyals informàtics. Les primeres experimentacions es realitzaren a Europa, a les ciutats de Rennes, Ginebra i Munich, i també s’han realitzat experiments a Canadà.

Aquesta fusió de la informàtica i de les tècniques de radiodifusió tradicionals té diferents conseqüències per la ràdio, entre elles permet oferir un senyal de qualitat virtualment idèntic al Compact Disc o el DAT. D’una altra banda permet la prestació de nous serveis donat que, a més de la difusió del so, fa possible la difusió d’informació en forma de dades. Aquestes dades poden ésser utilitzades internament per facilitar la gestió de les xarxes. Aquesta informació també pot estar lligada als

programes difosos i destinada directament als oïdors en forma de text, foto o missatges personalitzats. Permet també l'establiment de formes d'accés als programes per subscripció o "pay-per programme". I finalment tota mena de serveis de dades de base digital.

Segons assenyala l'informe de l'experimentació feta a Canadà (1990) amb el sistema europeu, la ràdio digital permet compartir un mateix emissor per 16 estacions, cosa que faria reduir considerablement el cost d'emissió en benefici de la inversió en programació.

Una altra de les peculiaritats del DAB és la necessitat de noves freqüències per a la seva implantació, el que podria alliberar les freqüències ara utilitzades per la radiodifusió analògica per a d'altres serveis de radiocomunicació. L'adopció majoritària d'aquest sistema suposaria un volum de negoci en equipament d'emissió i recepció de gran magnitud.

Per la seva banda els nord-americans han abocat els seus esforços per tal d'aconseguir un sistema alternatiu que han denominat "inband". Els Drs. Fleisch, Vigil i Hunsinger (1993) de l'"Electronic Decisions, Inc". presentaren a la 47a. conferència de la NAB, els resultats del test amb un sistema FM-DAB "in band". El test es desenvolupà utilitzant senyals estàndard de FM en estacions de Nova Orleans (Louisiana), Urbana (Illinois), i Los Angeles (California). Els resultats demostraren que era possible la transmissió simultània d'un canal FM-DAB sense interferir els senyals analògics de l'emissió convencional.

164

Els sistemes de ràdio digital són aplicables tant a les xarxes terrestres com als satèl·lits i el cable.

De fet la radiodifusió ja es beneficia del satèl·lit de moltes maneres, una de les principals ha estat l'afavoriment dels enllaços de cadenes a costos molt inferiors als sistemes d'enllaç

tradicionals i amb una millora de qualitat, així als EUA augmenten progressivament les cadenes estereofòniques que utilitzen els satèl·lits per oferir un servei complet de programació. Les possibilitats obertes pels avenços que representa el DAB aplicat a la difusió directa per satèl·lit, no fan més que multiplicar les expectatives de creixement del seu ús per a la radiodifusió sonora, tant per millorar els serveis tradicionals com per introduir-ne de nous.

Tanmateix, el cable ja havia garantit al final de la dècada dels 80, la multiplicació de l'oferta de programes radiofònics d'alta qualitat de so, cosa que donà lloc a la creació de grans serveis en aquest suport que, a l'inici d'aquesta dècada, comptava amb diverses opcions als EUA, essent les més destacades la "Digital Cable Radio" (DCR), la "CD/18 System" o la "Digital Radio Laboratories" (DRL) amb una oferta de 16, 18 i 20 formats respectivament.

Els diferents sistemes de ràdio digital permeten, però, igualar o superar la qualitat de so subministrat per aquest suport amb l'avantatge de permetre-ho en entorns mòbils.

Pel que fa a les innovacions tecnològiques en el terreny de la producció radiofònica els avenços estan ja més consolidats i la dècada precedent fou escenari d'una gran transformació, car la generalitat de les estacions en els països industrialitzats procedí a la renovació d'infraestructures, procés que s'està conclouent en l'actualitat en els que començaren a fer-ho amb més retard. La incorporació de la digitalització en tots els equips i la seva combinació amb la informàtica ha estat la norma, cosa que ha suposat una modernització amb conseqüències programàtiques i de rendibilitat econòmica. D'aquesta forma les innovacions en el camp de la producció se centren ara en la incorporació de les DAWs (Estacions digitals de treball) que faciliten grans

avantatges, per l'edició, enregistrament, coordinació d'equipaments, emmagatzematge i automatització.

Finalment, en aquest repàs a les innovacions més recents cal destacar les referents als equips de recepció, punt de contacte per excel·lència entre el mitjà i l'audiència.

Les múltiples innovacions assenyalades en el camp de la difusió porten aparellades grans transformacions en el ràdioreceptor, que cada vegada més es converteix en un terminal multifuncional.

En el cas del receptor adaptat als avantatges del RDS, un conjunt de tecles de funció dóna versatilitat a l'ús de la ràdio i dels serveis afegits. Així, la tecla de funció PI permet la sintonització automàtica que resulta cada cop de més interès tant per l'increment de l'audiència simultània a d'altres activitats com per la saturació de l'oferta. Aquesta funció es complementa amb la PS que ens identifica inequívocament l'estació sintonitzada, també de gran interès per compondre l'autoprogramació enmig d'una multiplicació exponencial de l'oferta. En la mateixa direcció d'autoprogramació, la funció PTY permet l'elecció del programa preferit segons la seva categoria genèrica, música o paraula i dintre d'aquestes sis i nou classificacions respectivament. Aquest conjunt de funcions permet un ús molt versàtil de la ràdio, tot establint amb facilitat un menú personalitzat segons els interessos enmig d'una elevada oferta especialitzada de programes, cada cop més abundant en els països industrialitzats.

166

Per tal d'obtenir una qualitat de so homogènia, malgrat la provenença de diferents canals del resultat de l'autoprogramació, el receptor ofereix la funció MS que detecta automàticament la substància sonora (música o paraula) i procedeix a l'ajustament automàtic de nivell, estalviant la manipulació mecànica a l'usuari.

El consum radiofònic en automòbil representa cada cop una

porció més elevada de l'audiència, especialment a les grans aglomeracions urbanes, però tampoc és menyspreable l'audiència en grans desplaçaments. Destinats específicament a aquestes audiències, el receptor RDS ofereix un conjunt d'avantatges. La funció AF evita distraccions de l'automobilista, en canviar automàticament a l'estació amb senyal més nítid en el sentit de la marxa quan la precedent pateix un esvaïment que distorsiona l'audició.

D'altra banda, mitjançant la funció TA, l'autoràdio augmenta autònomament el volum cada cop que l'emissora ofereix informació referent al tràfic, tot evitant que per distracció en el moment de la seva difusió, l'usuari no captés una informació de vital importància per al millor desenvolupament del seu viatge. Aquesta mateixa funció permet autonomia de consum, car l'oïdor pot escoltar una cassette amb la seguretat que si l'estació emet informació relativa al tràfic es connectarà automàticament.

A més, la funció TP localitza automàticament l'estació local de la regió que emet regularment informació per a l'automobilista i al "display" del receptor poden aparèixer missatges fins a 64 caràcters amb dades sobre accidents que pot trobar en el camí. El sistema permet també la localització d'usuaris per tal de fer-los arribar missatges personals. Per a l'usuari en general, la funció RT permet l'accés a informacions útils com telèfons de l'emissora sintonitzada, referències de discos o contingut de la programació, títol del programa, etc.

Finalment el canal de dades transparents (TDC) permet, com ja hem assenyalat, enviar dades, informacions i documents que es podrien obtenir mitjançant impressora.

En la mateixa direcció, els receptors desenvolupats per l'estàndard americà RBDS permeten tota mena de funcions com

en el cas de la RDS europea, d'entre les quals una bona dosi pensant en el tràfic. La novetat més recent és el receptor "Coupon Radio", desenvolupat per aprofitar els avantatges del RBDS; permet la captació de missatges seleccionats per l'oïdor en targes magnètiques removibles i la seva lectura en el "display" o la posterior impressió, el que obre gran quantitat d'aplicacions entre d'altres, algunes comercials associades a les ofertes publicitàries.

Aquesta cursa d'innovacions no fa més que mostrar l'enorme interès per modernitzar el mitjà i les extremades possibilitats de desenvolupament que té pel davant i la seva capacitat per adaptar-se a la transformació del consum comunicatiu, que passa d'una qualitat d'audiència massiva, a la segmentada, d'aquesta a la compartimentada per finalitzar, segons tots els indicis, en una audiència massiva-personalitzada. I, amb tot plegat, qui dubta del futur de la ràdio.