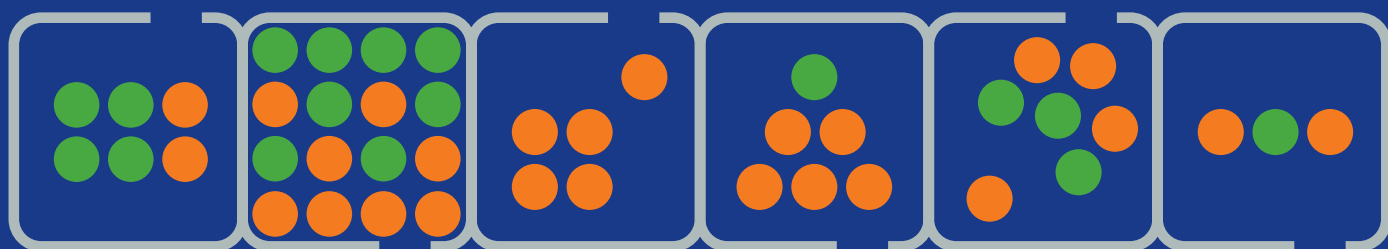


# **Els treballadors i els col·laboradors de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya**

**Definició i funcions de les figures professionals**



**Tesi doctoral  
SERGI SOLÀ SAÑA**

**Direcció: Dr. Josep Lluís Micó  
Dr. Miquel Peralta**

**Facultat de Comunicació Blanquerna  
UNIVERSITAT RAMON LLULL**





**Universitat Ramon Llull**

## **TESI DOCTORAL**

Títol	Els treballadors i els col·laboradors de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. Definició i funcions de les figures professionals.
Realitzada per	Sergi Solà Saña
en el Centre	Facultat de Comunicació Blanquerna
i en el Departament	Comunicació
Dirigida per	Dr. Josep Lluís Micó Sanz Dr. Miquel Peralta Mas



Aquestes pàgines recullen un treball que no hauria estat possible sense l'aportació, participació i acompanyament de moltes persones. I són fruit d'un procés en què s'ha rebut molt i s'ha après encara més. A tots els qui heu pres part en la investigació, i a tots els que m'heu guiat i acompanyat, moltes gràcies.

*A tots els col·laboradors i treballadors de les ràdios locals, que amb el seu esforç i dedicació diaris fan possible que aquest mitjà de comunicació tan important pel territori pugui seguir endavant.*



# ÍNDIX

## I INTRODUCCIÓ, OBJECTIUS I METODOLOGIA

<b>1 Introducció</b> .....	15
1.1 Justificació de la recerca .....	16
<b>2 Objecte d'estudi, objectius i hipòtesis</b> .....	19
2.1 Objecte d'estudi .....	19
2.1.1 Les emissores de ràdio de proximitat .....	20
2.1.2 Els treballadors i col·laboradors a les ràdios locals i comarcals de Catalunya .....	21
2.2 Objectius i hipòtesis .....	22
2.2.1 Primer objectiu i primera hipòtesi .....	23
2.2.2 Segon objectiu i segona hipòtesi .....	24
2.2.3 Tercer objectiu i tercera hipòtesi .....	25
2.2.4 Quart objectiu i quarta hipòtesi .....	26
<b>3 Metodologia</b> .....	29
3.1 Mètode quantitatiu: l'enquesta .....	31
3.1.1 Definició de la mostra .....	34
3.1.2 El qüestionari.....	35
3.2 Mètode qualitatiu: l'entrevista en profunditat .....	38
3.2.1 Definició de la mostra.....	40
3.2.2 El qüestionari .....	49

## II COMUNICACIÓ LOCAL, RÀDIO DE PROXIMITAT I FIGURES PROFESSIONALS

<b>4 Els mitjans de comunicació locals: creació de continguts des d'un entorn proper</b> .....	55
4.1 Els mitjans de comunicació locals.....	56
4.1.1 Concepte de local .....	57
4.2 Els mitjans de comunicació locals en un entorn mediàtic global .....	60
4.2.1 Informar del més proper sense oblidar l'entorn .....	60
4.2.1.1 Relació dels mitjans locals amb les fonts d'informació i l'audiència.....	62
4.2.2 El paper dels mitjans locals a l'hora de configurar la identitat d'un territori .....	67

4.2.2.1 El periodisme local en un entorn global.....	71
4.3 La funció social dels mitjans de comunicació propers al ciutadà .....	74
4.3.1 La configuració de la realitat més pròxima .....	75
4.3.2 Formes de relació existents entre mitjans locals i societat .....	76
4.3.2.1 Els mitjans de comunicació com a configuradors de l'univers cognitiu del receptor.....	78
4.3.2.2 Els mitjans de comunicació com a intermediaris entre la política, l'economia i la societat civil.....	79
4.4 Semblances i diferències entre mitjans de comunicació públics i privats.....	81
4.4.1 Definició de mitjà públic i de mitjà privat .....	82
4.4.2 La competència entre els mitjans de comunicació públics i privats.....	83
4.5 Situació dels mitjans de comunicació locals a Catalunya .....	85
4.5.1 El model comunicatiu de Catalunya.....	85
4.5.2 Fonaments socials dels mitjans de comunicació locals a Catalunya.....	86
4.5.3 Els mitjans locals i la creació d'una cultura catalana. El component lingüístic .....	88
<b>5 La ràdio local a Catalunya: un model comunicatiu singular.....</b>	<b>91</b>
5.1 Definició de ràdio local .....	91
5.1.1 El concepte de ràdio comunitària .....	94
5.1.2 Tipologia de ràdios locals .....	99
5.1.3 La relació de les ràdios locals amb els altres mitjans de comunicació i la societat.....	101
5.1.3.1 Influència de la ràdio local en el conjunt de la comunicació local ....	101
5.1.3.2 Les ràdios locals com a font d'informació per altres mitjans .....	102
5.1.3.3 La relació entre les ràdios locals i la societat per a la qual emeten ...	104
5.1.3.4 Les ràdios locals com a actor social.....	105
5.2 La programació i els serveis informatius de la ràdio de proximitat.....	108
5.2.1 La programació de les emissores de ràdio locals: definició i característiques .....	109
5.2.1.1 Models de programacions radiofòniques .....	112
5.2.2 Els serveis informatius a les emissores de ràdio locals .....	113
5.2.2.1 Les notícies locals a la ràdio .....	114
5.2.2.2 Principis i funcionament dels serveis informatius radiofònics.....	117
5.2.2.3 Estructura dels serveis informatius .....	119
5.2.2.4 La neutralitat i la credibilitat .....	120
5.2.3 La ràdio local a l'era digital. L'emissió per internet .....	121



5.3	Antecedents històrics de la ràdio local a Catalunya .....	127
5.3.1	Inicis de la comunicació local catalana .....	127
5.3.2	Origen i evolució de la ràdio local .....	129
5.3.3	El model radiofònic de Catalunya.....	131
5.4	Situació actual de la ràdio local a Catalunya .....	132
5.4.1	Tipologies i forma de la ràdio local .....	133
5.4.2	Situació empresarial de la ràdio local .....	135
5.4.2.1	Estructura del sector radiofònic local .....	136
5.4.2.2	Relacions històriques entre la ràdio pública i la ràdio privada a Espanya.....	140
5.4.2.3	La ràdio pública i privada a Catalunya, avui.....	142
<b>6</b>	<b>Les figures professionals als mitjans de comunicació locals.....</b>	<b>145</b>
6.1	Concepte de treballador .....	145
6.1.1	La professió periodística .....	148
6.1.1.1	La vessant social del periodisme .....	150
6.1.1.2	La independència professional .....	152
6.1.2	L'accés a la professió .....	153
6.1.3	Grau de satisfacció laboral .....	157
6.1.4	Consolidació de la professió .....	158
6.1.5	L'especialització en el periodisme .....	159
6.1.6	La realitat laboral als mitjans de comunicació de Catalunya .....	161
6.1.7	L'aplicació de les noves tecnologies a la professió periodística .....	162
6.1.7.1	La convergència comunicativa .....	165
6.1.7.2	La polivalència periodística .....	167
6.1.8	La situació a la ràdio.....	168
6.2	Concepte de col·laborador .....	169
6.2.1	Context laboral dels col·laboradors.....	171
6.2.2	Presència als mitjans.....	172
6.2.2.1	La situació a la ràdio .....	174
6.2.2.2	La situació a les ràdios locals .....	174
6.3	La separació de funcions entre els col·laboradors i els treballadors.....	177
6.4	Marc legal .....	178
6.4.1.	Possibles relacions professionals entre periodistes i mitjans.....	179
6.4.2	La representació dels col·laboradors als convenis col·lectius .....	180
6.4.3	La jurisprudència .....	185
6.5	La cultura de redacció .....	186

### **III ELS TREBALLADORS I ELS COL·LABORADORS A LES EMISSORES LOCALS I COMARCALS CATALANES**

<b>7 Les figures professionals a les ràdios locals i comarcals catalanes .....</b>	<b>191</b>
7.1 Descripció del sector de les ràdios de proximitat a Catalunya .....	192
7.2 Situació legal de les figures professionals.....	196
7.3 El cos de treballadors de les emissores.....	198
7.3.1 Nivell formatiu i experiència dels treballadors .....	200
7.3.2 Estabilitat professional dels treballadors .....	203
7.4 El cos de col·laboradors de les emissores .....	205
7.4.1 Remuneració dels col·laboradors .....	208
7.4.2 Nivell formatiu i experiència dels col·laboradors.....	211
7.4.3 Formació rebuda per part de l'emissora .....	212
7.5 Els estudiants en pràctiques.....	215
<b>8 Producció i distribució de les tasques entre les diferents figures professionals .....</b>	<b>219</b>
8.1 Organització de les emissores en funció de la seva dimensió .....	220
8.2 Participació dels treballadors en l'estructura de les emissores .....	222
8.2.1 Funcions i tasques dels directius .....	224
8.2.2 Funcions i tasques dels professionals.....	227
8.2.3 Grau de polivalència dels treballadors .....	230
8.3 Participació dels col·laboradors en l'estructura de les emissores.....	231
8.3.1 Funcions i tasques dels col·laboradors .....	232
8.3.2 Participació dels col·laboradors a l'estructura de les emissores segons si estan o no remunerats .....	234
8.4 Participació dels treballadors i col·laboradors en les emissores segons la seva formació.....	239
8.4.1 Treballadors amb estudis universitaris en Comunicació .....	239
8.4.2 Treballadors amb altres estudis universitaris .....	240
8.4.3 Treballadors amb estudis en Comunicació no universitaris.....	241
8.4.4 Col·laboradors amb estudis universitaris en Comunicació.....	244
8.4.5 Col·laboradors amb altres estudis universitaris.....	245
8.4.6 Col·laboradors amb estudis en Comunicació no universitaris .....	246
8.5 Participació d'estudiants en pràctiques en les emissores .....	249

<b>9 Cultura de redacció i direcció de grups humans a les emissores de ràdio locals i comarcals .....</b>	<b>251</b>
9.1 Els directores en relació amb els professionals i els col·laboradors .....	252
9.1.1 Visió i descripció de les tasques dels professionals.....	253
9.1.2 Visió i descripció de les tasques dels col·laboradors.....	255
9.2 Els professionals en relació amb els directores i els col·laboradors .....	257
9.2.1 Visió i descripció de les tasques dels directores .....	259
9.2.2 Visió i descripció de les tasques dels col·laboradors .....	261
9.3 Els col·laboradors en relació amb els directores i els professionals .....	262
9.3.1 Visió i descripció de les tasques dels directores .....	264
9.3.2 Visió i descripció de les tasques dels professionals .....	265
9.4 La direcció de grups humans amb diferents condicions laborals.....	267
9.4.1 Experiència dels directores en la gestió de personal .....	267
9.4.2 Peculiaritats de dirigir equips humans amb presència de voluntaris.....	269
9.4.3 La influència de la participació de col·laboradors sobre el rigor i la veracitat de les ràdios, segons els directores .....	271
9.4.4 Exigència professional dels directores vers els voluntaris.....	273
9.5 La visió dels diferents actors sobre el funcionament de les emissores .....	276
9.5.1 El punt de vista dels treballadors: els directores .....	276
9.5.2 El punt de vista dels treballadors: els professionals.....	279
9.5.3 El punt de vista dels col·laboradors.....	281
<b>10 Compromís dels treballadors i col·laboradors amb les ràdios i vinculació amb el teixit social del territori .....</b>	<b>285</b>
10.1 Identificació i compromís de les diferents figures professionals amb les emissores.....	286
10.1.1 Compromís dels treballadors: els directores .....	288
10.1.1.1 Aspiracions professionals .....	288
10.1.2 Compromís dels treballadors: els professionals .....	289
10.1.2.1 Aspiracions professionals.....	291
10.1.3 Compromís dels col·laboradors.....	293
10.1.3.1 Aspiracions professionals.....	294
10.2 Vinculació dels treballadors i dels col·laboradors amb el teixit social del territori .....	295
10.2.1 Els treballadors en relació amb el teixit social: els directores .....	296
10.2.1.1 Pressions externes .....	298
10.2.1.2 El servei que ofereixen les ràdios, segons els directores.....	300

10.2.2 Els treballadors en relació amb el teixit social: els professionals .....	301
10.2.2.1 Pressions externes.....	303
10.2.2.2 El servei que ofereixen les ràdios, segons els professionals .....	304
10.2.3 Els col·laboradors en relació amb el teixit social.....	305
10.2.3.1 Pressions externes.....	306
10.2.3.2 El servei que ofereixen les ràdios, segons els col·laboradors .....	307
10.3 Motius pels quals els col·laboradors participen a les emissores .....	307
10.3.1 Valoració personal dels col·laboradors de la seva aportació .....	310

#### **IV CONCLUSIONS**

<b>11 Conclusions de la recerca .....</b>	<b>315</b>
11.1 Primers resultats de la investigació .....	316
11.2 Revisió crítica dels objectius i les hipòtesis.....	319
11.2.1 Primer objectiu i primera hipòtesi .....	319
11.2.2 Segon objectiu i segona hipòtesi.....	324
11.2.3 Tercer objectiu i tercera hipòtesi .....	331
11.2.4 Quart objectiu i quarta hipòtesi.....	336
11.3 Altres aportacions rellevants sorgides de la investigació.....	340
11.3.1 La cultura de redacció .....	340
11.3.2 Un aprofundiment en la figura del col·laborador .....	341
11.3.3 El compromís personal .....	343
11.3.4 El paper dels estudiants en pràctiques .....	344
11.3.5 El servei de les ràdios locals i comarcals segons els seus actors .....	346
11.4 Perspectives futures d'estudi .....	346

<b>Bibliografia .....</b>	<b>351</b>
---------------------------	------------

<b>Annexos.....</b>	<b>371</b>
Annex 1 Emissores a les quals s'ha enviat l'enquesta.....	371
Annex 2 Emissores que han respost l'enquesta.....	377
Annex 3 Qüestionari de les enquestes .....	381
Annex 4 Qüestionari d'entrevistes en profunditat als directors de ràdios locals .....	386

Annex 5 Qüestionari d'entrevistes en profunditat als treballadors de ràdios locals .....	388
Annex 6 Qüestionari d'entrevistes en profunditat als col·laboradors de ràdios locals .....	390
<b>Índex de figures</b> .....	<b>393</b>
<b>Índex de taules</b> .....	<b>394</b>



# **I INTRODUCCIÓ, OBJECTIUS I METODOLOGIA**

- 1 Introducció
- 2 Objecte d'estudi, objectius i hipòtesis
- 3 Metodologia





## 1 INTRODUCCIÓ

Perquè un mitjà de comunicació realitzi la seva funció social d'informar i difondre l'actualitat a la població, és necessària la participació activa de persones en la seva gestió i funcionament. El factor humà és un dels condicionants que expliquen la realitat dels mitjans, perquè sense persones no es podrien elaborar i retransmetre notícies o no es podrien dirigir les organitzacions. Malgrat la creixent digitalització i tecnificació dels mitjans de comunicació, és per l'actuació de diferents figures professionals que es pot explicar la funció i la tasca social que porten a terme.

La vessant humana dels mitjans de comunicació és un dels elements transversals que s'estudia en aquesta tesi doctoral. Ubicada en l'àmbit de les ciències socials, i concretament en el camp de la comunicació, la investigació que ara s'inicia vol posar el seu punt d'enfocament en les persones que fan possibles els mitjans de comunicació. Però no es vol fer de forma generalitzada, perquè existeix una àmplia gamma de mitjans i són moltes les figures que hi participen en múltiples funcions.

Així, la recerca que comença en aquest punt se centra en el paper que desenvolupen els treballadors i els col·laboradors en un segment mediàtic concret com són les emissores de ràdios locals i comarcals de Catalunya.

Fer ràdio és, per a moltes persones, quelcom més que parlar per un micròfon, elaborar i emetre notícies i fer programes de temàtica variada. Per a molts dels participants de les emissores, fer ràdio és una activitat social que els permet expressar-se i fer arribar els seus coneixements i opinions a una audiència, formant part d'un mitjà de comunicació lligat a un municipi. I és la ràdio de proximitat la que fa possible que l'opció social de les emissores prengui el seu sentit més real, perquè permet la participació directa dels veïns en el funcionament d'un mitjà de comunicació amb el qual poden expressar-se i ser emissors del missatge comunicatiu. A les ràdios locals, més que en mitjans generalistes d'un abast territorial més ampli, l'accés de les persones al mitjà és directe, no només com a receptors que volen participar dels temes que es tracten, sinó com a emissors directes del missatge.

Els mitjans de comunicació ofereixen a la ciutadania un ventall informatiu ampli i permeten conèixer, a temps real, esdeveniments que tenen lloc tant a milers de quilometres com a pocs carrers de distància. I les diferents tipologies de mitjans existents es complementen per aportar al receptor una visió global d'una actualitat amb diferents cares.

### **1.1 Justificació de la recerca**

L'autor de la investigació ha dedicat part de la seva activitat professional als mitjans de comunicació de proximitat, amb una especial implicació en les emissores de ràdio locals i comarcals. El seu primer contacte amb el món de la comunicació, de fet, va ser com a col·laborador en una emissora de ràdio local, Ràdio Voltregà, de Sant Hipòlit de Voltregà, funció que encara exerceix, i durant anys va treballar als serveis informatius d'Ona Osona, emissora de la cadena Ona Catalana, una ràdio d'abast comarcal. A més, va ser director de Ràdio Ona, emissora municipal de la població de Torelló, de manera que ha fet totes les funcions laborals possibles en una ràdio de proximitat, exercint-hi de professional i de voluntari. El coneixement directe i de primera mà del sector ha derivat en la formulació de qüestions i dubtes acadèmics que s'han modelat fins a prendre forma en la present recerca.

D'entrada, es reconeix la tasca social que porten a terme els mitjans de comunicació a l'hora de configurar l'agenda d'actualitat dels receptors, amb una important incidència dels mitjans de proximitat. Si una persona coneix què passa al món i quins són els principals temes d'interès social gràcies a les diferents tipologies de mitjans de massa, també necessita dels mitjans locals per saber què s'esdevé en l'entorn més proper. I la unió de la informació que aporten els mitjans de diferent abast és el que permet al receptor configurar-se un tot de coneixement sobre la situació que es viu a la societat.

El convenciment que els mitjans de proximitat són essencials en la creació de l'univers cognitiu del receptor és un dels factors que explica l'enfocament mediàtic i territorial que pren la recerca. És un reconeixement a la feina que fan les emissores de ràdio locals i comarcals a l'hora d'informar els seus receptors sobre tot el que té lloc en un entorn proper, donant veu directa a la societat que les rep per poder-se

expressar a través dels mitjans i sent en molts casos la porta d'entrada de nous professionals al sector.

L'interès sobre la funció social dels mitjans de proximitat parteix també d'una recerca prèvia centrada en un sistema concret d'emissores de ràdio locals i comarcals com és el de la comarca d'Osona, realitzada en el marc dels estudis de doctorat (Solà, 2009; Solà, Micó i Peralta, 2011; Solà, Micó i Peralta, 2012). Aquesta investigació va permetre una primera aproximació a l'objecte d'estudi i l'obertura de noves preguntes sobre el funcionament de les ràdios de proximitat a Catalunya, centrades en la incidència directa que hi tenen els treballadors i els col·laboradors.

De totes les variants que expliquen la realitat de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya, la present investigació se centra en el seu factor humà. Això significa que s'estudien les persones que les fan possibles, tant si hi treballen com si hi participen voluntàriament.

La figura del col·laborador dels mitjans de comunicació és la gran oblidada del sector. Com es veurà més endavant, amb múltiples exemples i detalls, la majoria de recerques acadèmiques sobre el tema se centren en els periodistes i professionals, obviant les persones que hi participen com a voluntaris, aportant el seu temps i els seus coneixements sense rebre, en la majoria dels casos, res a canvi. I la mateixa experiència en el món dels mitjans, especialment en les emissores de ràdio locals, demostra que els col·laboradors són una peça clau per explicar-ne el funcionament.

Per tots aquests motius, la recerca se centra en la vessant humana i laboral d'un model concret de comunicació, les ràdios locals i comarcals de Catalunya. La investigació girarà sobre les figures dels professionals i dels col·laboradors, per conèixer-ne la seva incidència i aportació real en el funcionament dels mitjans.



## **2 OBJECTE D'ESTUDI, OBJECTIUS I HIPÒTESIS**

El fet d'estudiar les figures professionals a les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya comporta enfocar la recerca cap a una doble vessant investigadora per emmarcar i delimitar els objectius que es volen assolir.

D'una banda, la investigació se centra en una forma de comunicació concreta, delimitada per una qüestió mediàtica i territorial com són les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. Això significa que es para atenció a un tipus de comunicació amb unes característiques concretes, com és la de proximitat; en un territori determinat, com és Catalunya; i en un mitjà específic, com és la ràdio.

De l'altra, es vol aprofundir en el coneixement sobre la situació laboral en aquests mitjans de comunicació, estudiant les figures dels seus treballadors i col·laboradors. Així, hi ha una part de la recerca centrada en l'aspecte professional, i es tenen en compte temes com l'estabilitat laboral dels treballadors, la incidència de cada figura en el funcionament dels mitjans, i la formació d'aquestes persones.

Acotar la investigació en un mitjà de comunicació tan concret permet tenir un coneixement específic de la situació i aprofundir en la recerca sobre els seus perfils professionals per arribar a resultats que expliquin una realitat laboral concreta.

### **2.1 Objecte d'estudi**

La concreció d'un objecte d'estudi delimitat i conegut possibilita emmarcar la investigació en un camp sobre el que es poden obtenir resultats que expliquin una realitat i posin les bases per tal de millorar o entendre una situació inicial.

A l'hora de definir l'objecte d'estudi d'aquesta tesi, es parteix de dos conceptes que s'han unit per a la investigació i que ajuden a conformar una realitat sobre la que es pot portar a terme la recerca. D'una banda, s'establiran els límits mediàtics i territorials de la investigació, és a dir, quin mitjà de comunicació s'estudia i quina és la seva ubicació. I de l'altra, s'acotarà la situació laboral en els mitjans que s'estudien, centrant-la en les figures dels treballadors i dels col·laboradors.

Així, en els següents apartats es fa una descripció de l'objecte d'estudi dividit en dos apartats perquè quedi el màxim d'acotat i delimitat possible.

### **2.1.1 Les emissores de ràdio de proximitat**

La realitat mediàtica que es vol estudiar és la que conformen les emissores de ràdio locals i comarcals que operen a Catalunya i que emeten a través de la freqüència modulada (FM). Es tracta d'aquelles ràdios que ofereixen la seva programació des del territori en què estan ubicades, que no formen part de cap cadena d'un abast territorial més gran i que tenen totes elles la seu social al municipi pel qual emeten. D'aquesta manera, es descarten per a la recerca les emissores de ràdio que formen part de cadenes generalistes o especialitzades que ofereixen la seva programació en desconexions horàries determinades.

Les emissores de ràdio s'estudiaran independentment de la seva titularitat, de manera que es tindran en compte tant les públiques com les privades. El principal condicionant és que el seu domicili social estigui ubicat en una població de Catalunya, que el seu radi d'emissió no sigui més gran que un municipi o una comarca i que emetin de forma independent, sense formar part de cap cadena.

En tant que mitjans de comunicació, aquestes emissores de ràdio locals i comarcals compleixen la funció social de fer arribar un contingut a uns receptors i, per tant, ajudar-los a tenir coneixement sobre el que s'esdevé a la societat i conformar-se una opinió sobre l'actualitat. De la mateixa manera, actuen com a intermediàries entre uns estaments polítics, socials o econòmics concrets i la seva audiència, que troba en aquestes ràdios una via d'accés directe als mitjans de comunicació que li és de més dificultat amb un altre tipus de mitjans. Així, és una tipologia mediàtica que juga un paper destacat en la forma com la comunicació arriba i és interpretada per la societat, i que té un contacte molt directe tant amb emissors com amb receptors de la informació perquè tots formen part de la mateixa societat local o comarcal i el coneixement entre els diferents actors que en prenen part és directe.

### **2.1.2 Els treballadors i col·laboradors a les ràdios locals i comarcals de Catalunya**

La investigació sobre els mitjans de comunicació es pot realitzar des de múltiples punts de vista per conèixer-ne el funcionament i la seva acció social. Així, es poden estudiar com a instruments informatius que permeten a la societat saber quins esdeveniments són noticiables i conformen l'agenda temàtica, però també com a empreses i/o institucions que funcionen gràcies a la participació de persones amb diferents tasques assignades i graus de responsabilitat i remuneració.

La funció dels mitjans com a empreses en què participen treballadors i col·laboradors s'estudia des del punt de vista laboral i de les persones que hi participen, i no des de la vessant dels mitjans com a empreses que contracten o ocupen persones en diferents condicions. Concretament, l'estudi se centra en dues figures professionals: els treballadors i els col·laboradors, que es prenen com a base de la investigació, contraposant-les i sense destacar-ne cap per sobre de l'altra.

S'entén per treballador la persona que participa de l'emissora dins el seu cos redaccional, és a dir, que forma part de la plantilla i que hi està vinculada a través d'un contracte laboral. Aquesta persona treballa a la ràdio a temps complet o a temps parcial, cobra per la seva feina i té més o menys grau de formació i de preparació per dur a terme la seva tasca.

En canvi, s'entén per col·laborador la persona que pren part de l'emissora fora del cos redaccional, sense estar en plantilla, i que no té un contracte laboral que la vinculi a la ràdio. El col·laborador hi participa de manera parcial o puntual sense cobrar per la seva tasca, encara que en alguns casos ho pot fer, i pot tenir un major o menor grau de formació per participar a l'emissora.

Per tant, treballadors i col·laboradors conformen una part central de l'objecte d'estudi d'aquesta investigació, perquè és la seva relació amb el mitjà i la incidència que tenen en el seu funcionament el que es vol conèixer a partir de la recerca. Però no solament es veurà com treballen i quines tasques porten a terme a les ràdios locals i comarcals, sinó que també es volen conèixer aspectes com la formació d'aquestes persones en matèria de Comunicació abans i durant la seva estada als mitjans i la seva incidència en la presa de decisions que afecten a les emissores.

## **2.2 Objectius i hipòtesis**

Aquesta tesi doctoral es proposa conèixer quines feines porten a terme els treballadors i col·laboradors de les ràdios de proximitat catalanes, a més de les relacions que s'estableixen entre aquestes figures, que són les que en fan possible la programació. Es pretén definir les funcions d'una i altra figura professional, fet que implica, en primer lloc, desglossar la seva relació amb el mitjà. Els treballadors i col·laboradors exerceixen tasques i assoleixen responsabilitats que poden coincidir o que estan diferenciades, i que es vinculen amb el lloc que ocupen dins l'organigrama del mitjà.

Com a conseqüència, cada una d'aquestes figures juga el seu paper a l'hora d'explicar el funcionament de les ràdios locals i comarcals catalanes, però també s'han de tenir en compte aspectes com les relacions que s'estableixen entre elles. I, relacionat amb la funció que exerceix la ràdio local com a mitjà de comunicació al servei d'un entorn proper i determinat, també és d'interès conèixer com afecta la combinació de la feina de treballadors i col·laboradors a l'hora de determinar el producte radiofònic que les emissores de ràdio posen en antena.

És en aquest sentit que passaran a ser factors determinants per a la recerca poder conèixer la formació d'uns i altres, els llocs de treball que ocupen en relació amb la seva relació contractual amb l'empresa i el mateix nivell formatiu, així com el seu grau de remuneració. D'aquesta manera, els factors que defineixen la situació laboral de treballadors i col·laboradors a emissores de ràdio de proximitat permetran explicar també el tipus de producte que es pot oferir a l'audiència.

Per tirar endavant la recerca, és imprescindible definir des d'un primer moment els objectius que es volen aconseguir i que guiaran en tot moment la investigació que es portarà a terme. A partir dels objectius que es plantegen, se'n deriven unes hipòtesis de treball on es recullen les impressions inicials que es tenen sobre el tema en un moment incipient de la investigació, i que es validaran o es refutaran a la part final, quan s'hagi portat a terme tota la investigació sobre la situació laboral de treballadors i col·laboradors a les emissores locals i comarcals de Catalunya.



Les diferents cares que presenta la recerca que es planteja i els factors que intervenen a la realitat que es vol conèixer fa oportú plantejar els objectius i hipòtesis de la investigació en quatre grans apartats.

### **2.2.1 Primer objectiu i primera hipòtesi**

En primer lloc es vol determinar una tipologia de treballadors i col·laboradors per a les ràdios locals i comarcals de Catalunya, en funció de la relació laboral que tinguin amb l'emissora en què participen. Generalment, les empreses donen feina a professionals que hi treballen a canvi d'uns honoraris, però als mitjans de comunicació és habitual que també hi prenguin part persones que no formen part de la plantilla i no estan contractades. Es tracta dels col·laboradors, que poden tenir situacions molt variades en funció dels horaris que tinguin, de la regularitat amb què participin de les ràdios i, sobretot, del fet de rebre o no una remuneració pel seu treball.

Aquesta relació laboral de treballadors i col·laboradors amb les emissores de ràdio locals i comarcals pot estar condicionada per factors com la formació o vàlua professional dels participants, però també per aspectes com les necessitats o possibilitats de les ràdios, que també poden condicionar el seu funcionament, el repartiment de possibilitats i el producte final que s'ofereix a l'audiència.

Per donar resposta a aquest plantejament inicial, el primer objectiu que es proposa per a la recerca és:

- Definir les figures del treballador i del col·laborador de les emissores locals i comarcals catalanes pel que fa a la seva relació contractual i temporal amb l'empresa i a la seva remuneració.

Vinculada a aquest objectiu, la primera hipòtesi de la investigació és:

- Tant els treballadors com els col·laboradors participen a les emissores de forma regular i durant períodes continuats de temps, però els col·laboradors, que generalment no cobren per la seva feina, ni tan sols han signat un contracte amb l'empresa.

### **2.2.2 Segon objectiu i segona hipòtesi**

Després de definir una i altra figura professional, segons la seva vinculació i relació formal amb l'empresa, cal determinar la importància que un col·lectiu té en relació amb l'altre en el global de les emissores de proximitat catalanes. En aquest cas, interessa saber si hi ha una figura més nombrosa que l'altra i si el gruix principal de persones que treballen a les emissores són professionals o col·laboradors.

Ara bé, un fet és establir aquesta participació de forma numèrica i l'altre és veure quines responsabilitats assumeixen uns i altres. És per això que es veu necessari relacionar el nombre de treballadors i col·laboradors que tenen les emissores amb el seu grau d'intervenció en la gestió i presa de decisions de les ràdios.

El simple fet que a les ràdios locals i comarcals catalanes hi participin professionals i col·laboradors ja condiciona la programació que s'ofereix a l'audiència i la mateixa gestió del mitjà, perquè si només hi prenguessin part treballadors, el producte que s'oferiria seria diferent pel fet que tan sols hi hauria participat una figura. Per tant, es considera d'interès poder quantificar els col·laboradors que formen part de les ràdios i quina és la seva dedicació, perquè això influenciarà en la dinàmica de treball de les emissores i en la presa de decisions.

La intenció d'aquest segon apartat és poder conèixer quants treballadors i col·laboradors hi ha a les ràdios locals i comarcals i quins llocs ocupen en la seva estructura. Per això es proposa, com a segon objectiu:

- Saber quines responsabilitats assumeixen els treballadors i col·laboradors a les emissores de proximitat catalanes, en funció del nombre en què hi participen i de les seves competències.

En relació amb aquest objectiu, la segona hipòtesi és:

- Malgrat que els treballadors formen el nucli funcional i de responsabilitat de les ràdios de proximitat catalanes, els col·laboradors són majors en nombre. Aquest col·lectiu col·laborador condiciona el funcionament de les emissores,

tant per la tasca que desenvolupa en el dia a dia com per la seva participació en la presa de decisions.

### **2.2.3 Tercer objectiu i tercera hipòtesi**

La quantificació de treballadors i col·laboradors que es proposa en l'objectiu anterior ha de veure's relacionada amb els diferents llocs de treball que existeixen en una emissora de ràdio de proximitat. Els mitjans de comunicació estan formats per professionals, sobretot periodistes, que elaboren els continguts informatius i d'entreteniment, però també per tècnics, comercials i personal administratiu. Així, es vol conèixer si hi ha alguna relació entre les figures que s'estudien i el fet d'ocupar determinats llocs de treball, veient on estan ubicats uns i altres en l'organigrama de les emissores.

La intenció és conèixer, sobretot, quina incidència tenen les figures professionals en els continguts periodístics. L'interès es troba en saber si els informatius de les ràdios són elaborats només per treballadors o si hi participen col·laboradors, en funció del nombre que n'hi hagi a les ràdios. La preparació de continguts periodístics requereix d'uns coneixements que s'adquireixen amb els estudis universitaris en Comunicació, de manera que acostuma a ser responsabilitat de professionals amb una formació prèvia. Amb tot, la participació de col·laboradors als serveis informatius en pot condicionar la qualitat i gestió. Per això, es pretén avaluar com incideix aquesta figura en la programació de les emissores, perquè el seu nivell formatiu i d'implicació pot afectar la qualitat del producte que s'ofereix.

Així, un altre aspecte que interessa investigar és fins a quin punt els col·laboradors poden realitzar tasques que en un mitjà de comunicació d'un abast més ampli farien periodistes professionals o si, al contrari, la seva feina se centra només en funcions que afecten als mitjans de proximitat.

Per tant, el tercer objectiu principal que es proposa per aquesta recerca és:

- Conèixer quina repercussió tenen els treballadors i col·laboradors, tant junts com per separat, en la programació de les emissores i quines funcions hi exerceixen.

En relació amb aquest objectiu, la tercera hipòtesi de la investigació és:

- La base de la programació de les emissores on participen treballadors i col·laboradors, amb els serveis informatius al centre, és gestionada i produïda majoritàriament per treballadors en plantilla. Els col·laboradors també poden implicar-se en aquestes tasques, però la seva principal aportació a les ràdios és la producció de programes no informatius.

#### **2.2.4 Quart objectiu i quarta hipòtesi**

Un element que condiciona els llocs de treball i les responsabilitats que poden exercir els treballadors i col·laboradors de les ràdios locals catalanes és la seva capacitat per portar a terme les feines pròpies d'una emissora, unes tasques que venen determinades, en bona part, per la formació rebuda. Així, esbrinar la seva preparació professional i formativa permetrà acabar de definir les figures professionals dels treballadors i col·laboradors que fan la producció de les ràdios locals i comarcals catalanes.

Les diferències que poden presentar una i altra figura en aquest sentit poden ser significatives. Tot fa pensar que els professionals que tenen una relació contractual i estable amb l'empresa, a més d'obtenir una remuneració i ocupar els llocs de treball de més responsabilitat, són els que estan més ben preparats i formats per portar a terme aquestes funcions. Ara bé, la diferència que hi ha entre les persones que cobren i les que no cobren és per mèrits professionals i de formació?

Els mitjans de comunicació de proximitat, a més, entre comptar amb professionals que estiguin llicenciats en Periodisme o Ciències de la Comunicació i tenir, per exemple col·laboradors sense cap estudi, poden tenir un ampli ventall de perfils curriculars. Entre aquests, estudiants de Periodisme, o persones llicenciades en altres àmbits o amb diferents graus de formació. I és interessant saber com encaixen aquestes persones amb uns coneixements diferents en els llocs de treball de les emissores.

En un altre sentit, i donat que es parteix de la base que a les ràdios locals i comarcals catalanes hi intervenen com a col·laboradors persones sense

coneixements en el mitjà, es vol saber si les emissores disposen de mecanismes per oferir-los algun tipus de formació, entenent que com a col·laboradors incidiran en el funcionament i el producte que s'emet. Aquesta formació que s'ofereix pot ser molt bàsica i centrar-se en els aspectes generals que cal saber a l'hora de fer ràdio – funcionament dels equips tècnics, nocions de redacció i locució, etc.– o pot ser de caire més formal.

Per tot això, el quart objectiu principal que es proposa és:

- Determinar la formació dels treballadors i col·laboradors a les emissores de ràdio locals i comarcals catalanes.

Derivat d'aquest objectiu, la quarta hipòtesi d'aquesta recerca és:

- Els treballadors de les ràdios de proximitat catalanes accedeixen a les emissores amb una formació acadèmica prèvia i adequada al seu lloc de treball. La majoria de col·laboradors, en canvi, no ho fa, de manera que aquest col·lectiu rep una formació bàsica sobre el funcionament de la ràdio quan arriba a l'emissora o al llarg de la seva estada.



### 3 METODOLOGIA

La recerca que es portarà a terme en aquesta tesi doctoral s'emmarca en la investigació en ciències socials i, més concretament, en l'estudi de la comunicació local. Per realitzar-la, s'utilitzaran diverses tècniques d'anàlisi i de recollida de dades, tant quantitatives com qualitatives, que han de servir per tenir un coneixement detallat sobre l'objecte d'estudi que s'acaba de descriure.

La part inicial de la investigació (sota l'epígraf "Comunicació local, ràdio de proximitat i figures professionals"), es basarà en una aproximació teòrica i una recerca bibliogràfica centrada en els temes que es tracten a la tesi: els mitjans de comunicació de proximitat, la ràdio local i les figures dels treballadors i els col·laboradors als mitjans de comunicació. En tots els casos, es consultaran publicacions i articles acadèmics, per tenir una base de coneixement consistent a l'hora d'afrontar el treball de camp. En els àmbits referents a la comunicació de proximitat i de la ràdio local, es donarà preferència als treballs publicats que fan referència a la situació de Catalunya per sobre d'altres obres amb un abast territorial més ampli. D'aquesta manera, es pot acotar millor l'objecte d'estudi i es pot cenyir la recerca a l'àmbit territorial concret d'aquesta investigació.

En el cas del treball bibliogràfic sobre les figures professionals als mitjans de comunicació, es donarà preferència a aquella literatura acadèmica que ajudi a aprofundir en el coneixement sobre les condicions o la naturalesa laboral de les tasques que es porten a terme en un mitjà de comunicació com és una emissora de ràdio local. Així, cal tenir present ja d'entrada que la investigació no se centra en els perfils professionals als mitjans de proximitat, com han fet altres recerques precedents,<sup>1</sup> sinó en les condicions laborals de les persones que fan possible la ràdio local de Catalunya. La intenció és conèixer la situació professional de les persones que fan possible el funcionament de les ràdios de proximitat catalanes i la seva relació amb l'empresa, i no la producció de material radiofònic.

---

<sup>1</sup> El Grup de Recerca en Interaccions Digitals (GRID) de la Universitat de Vic ha realitzat diversos treballs i estudis centrats més en els perfils professionals i la polivalència dels periodistes de Catalunya que en les seves condicions laborals: SCOLARI, C. A.; MICÓ, J. LL.; NAVARRO GÜERE, H.; PARDO KUKLINSKI, H. (Grup de Recerca d'Interaccions Digitals. GRID). *Nous perfils professionals de l'actual panorama informatiu, audiovisual i multimèdia de Catalunya*. Vic: Eumogràfic, 2006; SCOLARI, C. A.; NAVARRO GÜERE, H.; PARDO KUKLINSKI, H.; MICÓ, J. LL. "Nous perfils professionals i polivalència del periodista a Catalunya". *Quaderns del CAC*, 2008, núm. 27, p. 113-122.

El següent bloc de la tesi doctoral, després del recull de bibliografia sobre l'objecte d'estudi, és el que mostra el treball de camp realitzat amb la investigació. Aquí, es desgranarà la recerca que s'ha realitzat per conèixer la situació laboral a les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. Per fer-ho, se seguiran diferents mètodes d'investigació acadèmica que han de servir per arribar a l'obtenció de dades concretes i poder oferir, al final, els resultats propis de la recerca. En aquest sentit, es combinarà la utilització del mètode quantitatiu de l'enquesta amb la tècnica qualitativa de l'entrevista en profunditat.

En els dos casos, es farà després de concretar una mostra d'emissores a estudiar i que conformen l'univers sobre el qual es realitza la investigació. S'ha optat per la combinació de dues metodologies de recerca perquè es considera que la utilització d'una sola tècnica no faria possible l'obtenció de resultats tan significatius.

Si la recerca es basés exclusivament en el mètode quantitatiu de l'enquesta, mancaria el coneixement detallat que aporten les entrevistes en profunditat. I si es fes al revés, a la recerca li faltaria la informació sobre la situació general del sector que ofereixen les enquestes. Aquesta combinació de mètodes de recerca quantitatius i qualitatius ja s'ha utilitzat amb èxit en recerques recents realitzades sobre mitjans de comunicació de proximitat de Catalunya, una mostra semblant a la que s'estudia en aquesta tesi.<sup>2</sup>

Al final de la investigació, i després del buidatge dels resultats obtinguts amb la realització de les enquestes i entrevistes en profunditat, es farà una consulta als serveis jurídics del Col·legi de Periodistes de Catalunya i als serveis tècnics del Sindicat de Periodistes de Catalunya. Aquesta actuació servirà per confirmar i contrastar que la realitat observada amb la recerca concorda amb la situació que regula la professió des d'un punt de vista jurídic i legal.

Es farà així perquè en un estadi inicial de la investigació, i a través de la documentació, es pot obtenir un coneixement teòric de la realitat que s'estudia, que després es confirma i materialitza amb l'aplicació d'una recerca metodològica sobre

---

<sup>2</sup> Masip i Micó (2010a: 23), per exemple, en una investigació sobre la convergència comunicativa a la premsa local i comarcal, justifiquen la combinació de mètodes quantitatius i qualitatius perquè "l'ús de paràmetres exclusivament quantitatius presenta limitacions quant a la capacitat d'explicar la realitat del fenomen".



una mostra determinada. D'aquesta manera, s'obté una casuística que es voldrà contrastar i confirmar amb la consulta als serveis jurídics del Col·legi de Periodistes de Catalunya, per assegurar que tots els conceptes tractats s'adeqüen a la realitat professional i legal del sector que centra la investigació.<sup>3</sup>

### **3.1 Mètode quantitatiu: l'enquesta**

La idea, definició i realització de l'enquesta es farà segons els preceptes de Wimmer i Dominick (1996). Aquests investigadors exposen que hi ha dos tipus d'enquestes: la descriptiva i l'analítica. La primera serveix com a reflex d'una situació actual, mentre que la segona pretén fer una descripció i explicar el perquè de determinades situacions. De les dues opcions, s'optarà per la primera modalitat. Així, s'elaborarà una enquesta basada en preguntes tancades, perquè interessa obtenir informacions concretes i quantitatives relacionades amb la situació laboral de les emissores de ràdio locals, i la seva activitat. Tot i això, les enquestes poden incloure preguntes més obertes per obtenir coneixements més amplis sobre el tema de recerca que s'està estudiant i no restringir l'obtenció d'informació.

Els resultats que es puguin obtenir de l'enquesta seran fonamentals per a la investigació, perquè permetran determinar, des d'un punt de vista científic, la quantitat de treballadors i col·laboradors que hi ha a les emissores de ràdio locals i comarcals catalanes, i quines són les seves funcions. A més, es podran conèixer aspectes com la formació i remuneració de les persones que participen de les emissores de proximitat. L'enquesta és un mètode d'investigació quantitativa on, segons Rodrigo (2001: 150), "l'investigador realitza experiments o investigacions que li permeten portar a terme una mesura. L'anàlisi se centra en uns productes concrets que es delimiten clarament".<sup>4</sup>

Amb l'enquesta es pretén tenir un coneixement numèric però també d'importància del treball que porten a terme les persones que fan possible les ràdios de proximitat catalanes. En aquest sentit, segons Berger i Kellner (1985: 83), "els mètodes quantitatius són clarament correctes en la mesura que s'utilitzen per a clarificar els

---

<sup>3</sup> L'entrevista als serveis jurídics del Col·legi de Periodistes de Catalunya s'ha fet a Maria Eugènia Gay i Andrea Casto, del bufet d'advocats Gay Vendrell. Barcelona, 16 de gener de 2012.

<sup>4</sup> Citació original: "El investigador realiza experimentos o investigaciones que le permiten llevar a cabo una medición. El análisis se centra en unos productos concretos que se delimitan claramente."

significats que funcionen en la situació que s'estudia".<sup>5</sup> Una condició que justifica la utilització d'aquest mètode d'investigació per a la recerca que es realitza.

Els resultats que s'obtinguin de les enquestes serviran per configurar un mapa de la situació laboral a les emissores de ràdio locals i comarcals catalanes. Però també seran la base sobre la qual es definirà la segona part de la recerca, les entrevistes en profunditat. Així ho explica Estruch (1999: 20):

“Les enquestes proporcionen senzillament un material poc o molt aprofitable però per elles mateixes no expliquen encara res: perquè parlin, perquè expliquin alguna cosa, han de ser interpretades, és a dir els resultats s'han de situar en un marc de referència teòrica, han de ser contrastades amb unes hipòtesis de treball prèvies, etc.”

Les dades que s'obtinguin amb aquesta tècnica no es prendran com a única font d'informació per conèixer la realitat que s'estudia, sinó que es contrastaran amb altres tècniques per aconseguir els objectius que es proposen.

Utilitzar mètodes quantitativs permet crear uns indicadors a partir dels quals es poden descriure les característiques d'una realitat social, uns resultats que combinats amb altres metodologies conformen una visió global del tema estudiat. Sobre la utilització d'aquestes tècniques, Busquet, Medina i Sort (2006: 149) afirmen: “En proporcionar una visió estadística de la magnitud del problema, es facilita una anàlisi detallada de les diferents variables seleccionades per a la investigació i que incideixen directament o indirectament en les característiques o fets socials que analitzem.” Per tant, es considera justificada la utilització d'aquest mètode en la present investigació.

Quivy i Van Campenhoudt (1997: 184) defensen la utilització de l'enquesta per poder satisfer l'exigència de representativitat necessària en la recerca acadèmica, i distingeixen l'ús d'aquesta metodologia dels sondejos d'opinió en el fet que l'enquesta per a la investigació serveix per verificar unes hipòtesis teòriques. A més, per aquests autors, té com a avantatge “la possibilitat de quantificar un gran nombre de dades, i de procedir a múltiples anàlisis de correlació”. Per tant, es

---

<sup>5</sup> Citació original: “Los métodos cuantitativos son claramente correctos en la medida que se utilizan para clarificar los significados que funcionan en la situación que se estudia.”

tracta de plantejar a un conjunt de persones representatiu d'una població una sèrie de preguntes a partir de les quals es pot donar explicació a una realitat.

La combinació dels resultats de l'enquesta amb altres respostes obtingudes en la recerca la defensa Cea D'Ancona (1998: 239) quan afirma que "els seus resultats milloren quan en la seva realització hi han intervingut altres estratègies, ja en fases precedents (en la confecció del marc teòric de l'estudi, el disseny del qüestionari i el disseny mostral) o en fases posteriors al seu desenvolupament (en la validació i interpretació dels resultats de l'enquesta)".<sup>6</sup> A més, Hakim (1994: 52) exposa que les enquestes busquen informació que va més enllà de conducta individual i que se centren en les relacions, interaccions o activitats de la persona amb altra gent, proporcionant dades sobre contextos socials o grups humans. Bosch i Torrent (1993: 136), per la seva banda, expliquen que una enquesta "és el conjunt de processos encaminats a obtenir informació d'una mostra representativa d'una població",<sup>7</sup> i que es fa a partir d'un conjunt de preguntes recollides en un qüestionari.

L'enquesta permet conèixer i explicar una part de la realitat a partir de les paraules dels seus actors. Així, segons Igartua i Humanes (2004: 94), aquesta tècnica ofereix dades a partir de l'"observació no directa dels fets", mentre que Sierra Bravo (1995) defensa que aquest mètode aporta informació a partir de les manifestacions i no de l'observació del comportament d'un grup determinat de persones.

En el cas de la present investigació, l'enquesta s'utilitzarà per conèixer la realitat laboral de les emissores de ràdio locals i comarca de Catalunya, i se centrarà sobretot en les figures dels treballadors que estan en plantilla i dels col·laboradors. Per tenir una visió completa d'aquesta realitat, però, al qüestionari s'hi inclouran preguntes referents a la participació d'estudiants en pràctiques en el funcionament de les ràdios. Es farà així perquè la presència d'aquests estudiants a les emissores, malgrat no ser universal, sí que és representativa del funcionament regular de les ràdios. La imatge que es pot captar de la presència d'estudiants en pràctiques a les emissores no és una situació inalterable, perquè pot variar amb el temps, però sí

---

<sup>6</sup> Citació original: "Sus resultados mejoran cuando en su realización han intervenido otras estrategias, ya en fases precedentes (en la confección del marco teórico del estudio, el diseño del cuestionario y el diseño muestral) o en fases posteriores a su desarrollo (en la validación e interpretación de los resultados de encuesta)."

<sup>7</sup> Citació original: "Es el conjunto de procesos encaminados a obtener información de una muestra representativa de una población."

que és representativa del funcionament regular de les ràdios de proximitat. La participació d'estudiants a les emissores, tot i no ser universal al conjunt del sector, si que és interessant per a la recerca perquè mostra quin és el paisatge real de les ràdios des del punt de vista laboral, amb una tercera figura que dóna suport a la feina que fan treballadors i col·laboradors.

### 3.1.1 Definició de la mostra

Una de les tasques que cal fer a la recerca és definir la mostra de les emissores de ràdio locals i comarcals amb què es treballarà. Tant les ràdios a qui s'enviarà l'enquesta, que configuren l'univers general d'investigació, com les que s'escolliran per fer les entrevistes en profunditat.

En el cas de les enquestes, la mostra d'emissores de ràdio a estudiar està formada per totes aquelles estacions amb seu social a Catalunya, que ofereixen la seva programació per a un territori delimitat territorialment, sigui un municipi o una comarca, i que no formen part de cap cadena d'un abast territorial més gran, ja sigui nacional o estatal.

Per seleccionar la mostra, s'ha pres com a base un estudi del Consell de l'Audiovisual de Catalunya<sup>8</sup> que referencia una llista segons la qual a Catalunya hi ha 258 emissores locals. Les dades s'han contraposat amb les de llistes publicades per l'Observatori de la Ràdio a Catalunya –segons la que hi ha 276 emissores–<sup>9</sup> i la Federació de Ràdios Locals de Catalunya –que en comptabilitza 237–.<sup>10</sup>

A partir d'aquest creuament d'informació inicial s'ha obtingut una llista d'emissores locals i comarcals sobre la que s'ha treballat per enviar l'enquesta i que les ràdios

---

<sup>8</sup> MASIP, P.; MICÓ, J. Ll., *et al. Els reptes de la regulació en l'era de la convergència mediàtica*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2010b.

<sup>9</sup> L'Observatori de la Ràdio a Catalunya recull al seu espai a internet informació sobre la ràdio que es fa a Catalunya. Una de les seves eines és una llista de les emissores que es poden escoltar a cada comarca a través de la FM. Per confirmar la mostra de ràdios a estudiar i contrastar-la amb les dades del CAC, s'ha comprovat comarca a comarca aquelles emissores considerades com a municipals o locals. En aquest cas, s'ha obtingut una llista de 276 emissores de ràdio locals i comarcals: <http://www.l-obsradio.cat> [Consulta: 15 de març de 2011].

<sup>10</sup> La Federació de Ràdios Locals de Catalunya, segons es recull al seu web, és una entitat que agrupa les emissores locals de titularitat pública i els ofereix assessorament tècnic i jurídic, a més de formació i subministrament de programació. La llista de ràdios associades a la Federació, un total de 237, també s'ha pres com a base de la recerca per elaborar la mostra de ràdios a estudiar: <http://www.radiolocal.cat>. [Consulta: 15 de març de 2011].

participessin de la recerca que es porta a terme. El treball ha consistit en una comprovació de les dades i en conèixer si les emissores que apareixen a les llistes estan o no en funcionament. Per fer-ho, s'han utilitzat les dades de contacte que hi apareixien i d'altres que s'han buscat de manera alternativa, i s'ha contactat amb totes les emissores, per telèfon i correu electrònic, per demanar-los la seva participació a la investigació que es porta a terme a la tesi doctoral. Després de fer aquesta comprovació, s'ha enviat el qüestionari de la recerca a un total de 244 emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya.<sup>11</sup>

Les ràdios participants han contestat l'enquesta a través d'internet<sup>12</sup> en el període de temps comprès entre el 15 de juny i el 18 de juliol de 2011. De les 244 enquestes enviades s'han rebut 126 respostes,<sup>13</sup> que representen un 51,64% del total, una xifra que dóna credibilitat a les dades obtingudes, i a partir de les quals s'ha escollit la mostra d'emissores per fer les entrevistes en profunditat.

### **3.1.2 El qüestionari**

El qüestionari elaborat perquè el responguin les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya<sup>14</sup> consta de 38 preguntes, a través de les quals es vol dibuixar la realitat del sector des del punt de vista de la participació dels treballadors i col·laboradors.

Les cinc preguntes inicials serveixen per descriure les emissores en termes generals, amb aspectes com la població on estan ubicades, la seva titularitat, l'any de fundació o la freqüència d'emissió per FM.

Amb les cinc qüestions següents s'aprofundeix en la descripció de les ràdios, amb temes com l'àmbit de cobertura, per saber si emeten per a un municipi, una comarca o un territori diferent. També, en aquest bloc, es pregunta si la ràdio té pàgina web i si, a més, emet per internet, amb el que es pot saber la situació del sector i la seva aposta q per l'ús de les noves tecnologies. La pregunta número 9 fa referència a la programació de l'emissora i es donen tres opcions: generalista,

---

<sup>11</sup> La taula amb la mostra d'emissores a qui s'ha enviat l'enquesta es pot consultar a l'Annex 1.

<sup>12</sup> La gestió per internet de les enquestes i la recollida de les respostes i de les dades obtingudes s'ha fet a través de la pàgina web <http://www.encuestafacil.com>.

<sup>13</sup> La taula amb la mostra d'emissores que han respost l'enquesta es pot consultar a l'Annex 2.

<sup>14</sup> El qüestionari enviat amb les enquestes es pot consultar a l'Annex 3.

especialitzada –concretant en la radiofórmula musical– o mixta entre generalista i radiofórmula musical. S’ha optat per aquestes opcions de programació perquè són les més freqüents en el món de la radiofonia.<sup>15</sup> Per tancar aquest bloc, es demana a les emissores si tenen serveis informatius propis, a través dels que poden complir la funció de fer pública la realitat del seu territori.

A partir d’aquí, l’enquesta s’ocupa de la presència i funcions dels treballadors i col·laboradors a les emissores. Per fer-ho, es demana primer sobre la figura dels professionals, i després sobre la dels col·laboradors.

Així, a les preguntes 11 i 12 es demana quants treballadors amb contracte tenen les ràdios i quines funcions desenvolupen. D’aquesta manera, se’n pot quantificar el nombre i ubicar-los, de forma general, en un organigrama amb les opcions de direcció, administració, serveis informatius, realització de programes, departament comercial, departament tècnic i altres –on s’inclouen tasques com el suport informàtic i la neteja–. Les següents qüestions, de la 13 a la 18, serveixen per ubicar els professionals a l’organigrama de les ràdios segons el seu nivell d’estudis.

En aquest sentit, s’ha donat l’opció de classificar els treballadors segons tres possibles formacions acadèmiques: haver cursat estudis universitaris en Comunicació, tenir altres estudis universitaris o haver rebut formació sobre Comunicació fora de la universitat, com cicles formatius de grau superior. En tots els casos, s’ha demanat que s’indiqués el nombre de treballadors amb una determinada formació que fan les diferents feines dins d’un organigrama.

Amb les quatre preguntes següents, de la 19 a la 22, es pot conèixer la polivalència laboral dels treballadors, i es pot fer des de dos punts de vista: la combinació del treball a la ràdio amb altres ocupacions fora de les emissores i el tractament que té la feina que fan a l’emissora. Així, les preguntes 19 i 20 demanen si els professionals es dediquen només a la ràdio o combinen aquesta feina amb alguna altra ocupació i, en aquest segon cas, si ho fan en l’àmbit de la comunicació o fora d’aquest camp.

---

<sup>15</sup> La programació generalista és aquella que ofereix programes de contingut i informatius al llarg del dia, i l’especialitzada és la que es dedica a una temàtica concreta, com pot ser la música, o les notícies, entre d’altres. S’ha descartat l’opció de la ràdio especialitzada informativa, que ofereix notícies les 24 hores del dia, perquè no és present en l’oferta radiofònica de les emissores de proximitat. A l’apartat 5.3.3 de la tesi, dedicat a les emissores de ràdio locals, es fa una explicació dels diferents tipus de programació radiofònica que existeixen.

Les preguntes 21 i 22 volen esbrinar si els treballadors fan una única feina a l'emissora o en fan més d'una i, en el cas que tinguin una única ocupació, si pot ser útil per a diferents departaments i programes o només pot tenir un sol tractament.

A continuació, l'enquesta se centra en els col·laboradors, amb qüestions similars a les que s'han fet sobre els treballadors, per complir amb l'objectiu de contraposar en un mateix nivell la realitat de les dues figures.

Les quatre primeres preguntes sobre els col·laboradors, de la 23 a la 26, demanen a les ràdios quants en tenen, quants d'ells cobren i quants no, i de cada una de les opcions, quantes persones participen als diferents llocs de l'estructura de les emissores. Amb les respostes es pot determinar la presència numèrica de col·laboradors a les ràdios locals i conèixer-ne la remuneració, per determinar si tots són voluntaris o n'hi ha que cobren per la seva participació a les emissores. A més, es pot saber quants col·laboradors, tant si cobren com si no, estan ocupats en les diferents feines de l'organigrama.

Les següents qüestions, de la 27 a la 32, es dediquen a la formació dels col·laboradors, com ja s'ha fet amb els treballadors. Així, s'ha demanat a les emissores si tenen col·laboradors amb estudis universitaris en Comunicació, amb una altra formació universitària o amb estudis sobre Comunicació no universitaris. En tots els casos, s'ha demanat que se n'indiqués el nombre i el repartiment en els diferents departaments.

En relació amb els coneixements que poden tenir els col·laboradors, s'ha volgut conèixer quina formació se'ls ofereix des de les emissores. Per respondre al quart objectiu i hipòtesi de la recerca,<sup>16</sup> s'ha demanat a les ràdios –entre les preguntes 33 i 35– si els col·laboradors reben alguna formació per part de les emissores, de quin tipus és i en quin moment de la seva estada s'ofereix.

Les tres últimes preguntes del qüestionari, de la 36 a la 38, es dediquen als estudiants en pràctiques. Com s'ha explicat a l'apartat 3.1, introduint aquesta figura a les enquestes es pot tenir un dibuix complet de la realitat professional a les ràdios, encara que la investigació se centri en els treballadors i col·laboradors. En el cas

---

<sup>16</sup> Vegeu pàgines 26 i 27.

dels estudiants en pràctiques, s'ha demanat a les emissores si en tenen, en quin nombre, i quins tasques fan dins l'organigrama.

### **3.2 Mètode qualitatiu: l'entrevista en profunditat**

La part qualitativa de la recerca es farà a partir d'entrevistes en profunditat a una mostra concreta d'emissores de ràdios locals que es descriurà seguidament. Igual que passava quan es definia el tipus d'enquesta a realitzar, a l'hora de decantar-se per un model d'entrevista, s'ha pres com a base l'obra de Wimmer i Dominick (1996: 132), que en diferencien dos tipus:

“Estructurada i inestructurada. A l'entrevista estructurada les preguntes prèviament fixades es plantegen en l'ordre preestablert, amb escassa llibertat d'acció per als entrevistadors. A l'entrevista inestructurada es plantegen en canvi preguntes de sentit més general, el que implica per als entrevistadors major atenció pròpia a l'hora d'afegir preguntes que serveixin per a obtenir la informació desitjada.”<sup>17</sup>

De les dues modalitats d'entrevistes en profunditat proposades per Wimmer i Dominick, s'ha optat per la realització d'entrevistes estructurades, perquè es creu que poden aportar dades més concretes i interessants per a l'estudi que es realitza.

Respecte aquest tipus d'entrevistes, Taylor i Bogdan (1992: 101) consideren que “a les entrevistes més estructurades a totes les persones se'ls formula les preguntes en termes idèntics per assegurar que els resultats siguin comparables”.<sup>18</sup> Mentre que Ander-Egg (1989: 227) explica que l'entrevista estructurada “es realitza sobre la base d'un formulari prèviament preparat i estrictament normalitzat, a través d'una llista de preguntes establertes amb anterioritat. (...) Pren la forma d'un interrogatori en el qual les preguntes, establertes amb anterioritat, es plantegen sempre en el mateix ordre i es formulen amb les mateixos termes”.<sup>19</sup> I així és com es

---

<sup>17</sup> Citació original: “Existen a su vez dos modalidades básicas en entrevista: estructurada e inestructurada. En la entrevista estructurada las preguntas previamente fijadas se plantean en el orden preestablecido, con escasa libertad de acción para los entrevistadores. En la entrevista inestructurada se plantean en cambio preguntas de sentido más general, lo que implica para los entrevistadores mayor intervención propia a la hora de añadir repreguntas que sirvan para obtener la información deseada.”

<sup>18</sup> Citació original: “En las entrevistas más estructuradas a todas las personas se les formula las preguntas en términos idénticos para asegurar que los resultados sean comparables.”

<sup>19</sup> Citació original: “Esta forma de entrevista se realiza sobre la base de un formulario previamente preparado y estrictamente normalizado, a través de una lista de preguntas establecidas con



farà a la mostra de persones de cada una de les emissores seleccionades per la part qualitativa de la investigació.

A l'hora de definir les entrevistes que es realitzaran, es pot prendre de nou el treball de Quivy i Van Campenhoudt (1997: 186), per a qui aquesta tècnica aporta uns coneixements rics i matisats: “A diferència de l'enquesta per qüestionari, els mètodes d'entrevista es distingeixen pel contacte directe entre l'investigador i els seus interlocutors, i per una major llibertat en les formes d'expressió.” De fet, segons aquests autors, l'ús de l'entrevista en ciències socials serveix per donar a conèixer elements d'informació que serveixen per explicar una realitat concreta.

La utilització de mètodes qualitatius en la recerca sobre mitjans de proximitat ve avalada per investigadors que els han utilitzat amb anterioritat, i que els valoren especialment per treballar sobre aquest tipus de comunicació. Jankowski (1993: 208) afirma: “Existeix una gran necessitat d'investigació en l'interior de les organitzacions de les emissores, per exemple, sobre la tensió entre les rutines professionals dels mitjans de comunicació i els ciutadans ‘corrents’ que busquen un mitjà i una forma d'expressió per a les seves preocupacions.”<sup>20</sup> La recerca d'aquesta tesi doctoral dóna resposta, en part, a la demanda que fa l'autor.

La realització d'entrevistes estructurades es justifica perquè és la modalitat més directa amb la que es pot aconseguir un coneixement ampli de la realitat laboral de les emissores de ràdio locals i comarcals, aprofundint en les dades que s'hagin obtingut de les enquestes. La proposta de qüestionari de les entrevistes s'ha elaborat a partir de la concreció dels objectius de la investigació plantejats i de les hipòtesis formulades.

En aquest sentit, les entrevistes en profunditat estructurades s'han pensat i definit per una mostra molt concreta, els directors, treballadors i col·laboradors de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. És a dir, totes aquelles figures que participen laboralment del funcionament de les ràdios, i de la seva presa de

---

anterioridad. (...) Toma la forma de un interrogatorio en el cual las preguntas, establecidas con anterioridad, se plantean siempre en el mismo orden y se formulan con los mismos términos.”

<sup>20</sup> Citació original: “Existe una gran necesidad de investigación en el interior de las organizaciones de las emisoras, por ejemplo, sobre la tensión entre las rutinas profesionales de los medios de comunicación y los ciudadanos ‘corrientes’ que buscan un medio y una forma de expresión para sus preocupaciones.”

decisions. S'ha escollit aquesta mostra delimitada perquè són les persones que millor coneixen les tasques que es realitzen a les ràdios i quines figures les porten a terme. Per tot això, s'han elaborat tres qüestionaris amb la intenció de respondre als objectius i hipòtesis de la investigació. Un per als directors de les ràdios, un segon per als treballadors en plantilla, i un tercer per als col·laboradors.<sup>21</sup>

La recerca que es porta a terme està centrada en la situació laboral a les emissores de ràdio locals i comarcals, amb les figures dels treballadors i els col·laboradors al centre. Els qüestionaris de les entrevistes en profunditat estan elaborats per explicar aquesta situació, i s'hi ha inclòs un apartat que no apareix als objectius de la recerca encara que serveix per donar una visió completa de la realitat. Es tracta del concepte de compromís, que pot servir per explicar el perquè de la participació de les persones a les emissores de ràdio de proximitat, en tant que veïns del municipi en què s'actua. En tractar-se de ràdios properes a l'audiència, les persones hi poden prendre part com un compromís vers la seva audiència, el seu poble o el seu país. I aquest és un aspecte que es vol conèixer a través de la recerca qualitativa i les entrevistes en profunditat.

La investigació no se centra en l'audiència de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya, sinó en el seu funcionament intern, de manera que no es porta a terme cap recerca numèrica sobre els seus receptors, ni se'ls estudia, sinó que es vol veure quin és el grau de compromís de les persones que fan ràdio cap al seu públic. Un compromís que es pot conèixer més qualitativament que quantitativament. En la recerca, l'interès sobre el públic receptor de les ràdios locals es justifica perquè és molt proper als mateixos emissors, i es vol saber com aquests darrers poden veure's influenciats pel fet de treballar per a una audiència que els és coneguda i amb qui interactuen a diari en els diferents àmbits de les relacions socials.

### **3.2.1 Definició de la mostra**

La vessant qualitativa de la investigació descansa sobre unes entrevistes en profunditat que es faran a una mostra concreta d'emissores de ràdio seleccionada

---

<sup>21</sup> Els qüestionaris de les diferents entrevistes en profunditat, per a directors, treballadors i col·laboradors de les ràdios locals de la mostra, es poden consultar als Annexos 4, 5 i 6.

d'entre les que han contestat a les enquestes enviades. Així, s'ha escollit un total de 12 ràdios de les 126 que han participat a la part quantitativa de la investigació.<sup>22</sup>

Per fer la selecció, s'ha pres com a punt de partida una sèrie de condicionants que determinen el conjunt de ràdios que configuren la part qualitativa de la recerca, i se n'han creuat les dades per obtenir la mostra representativa: la representació territorial, l'antiguitat, la titularitat, la cobertura i la infraestructura laboral.

A l'hora de determinar la representació territorial, s'han dividit les emissores al llarg del territori català. La divisió s'ha fet segons el mapa de vegueries aprovat pel Parlament de Catalunya.<sup>23</sup> L'elecció del repartiment en set vegueries en lloc de les quatre diputacions que divideixen actualment Catalunya s'ha fet per aconseguir una major representativitat de les singularitats territorials que conformen el conjunt del mapa català. Si s'haguessin repartit les emissores en quatre diputacions, no s'hauria tingut en compte l'especificitat de les Terres de l'Ebre, els Pirineus, o les comarques centrals, que sí que s'han considerat en el repartiment escollit.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> No existeix un barem exacte sobre el nombre d'entrevistes que cal realitzar per a una recerca com la que s'afronta. Malgrat això, el més habitual per una mostra com la que es tracta, són les investigacions que oscil·len entre la desena i la quinzena d'entrevistes. Un exemple és una recerca de García Avilés: GARCÍA AVILÉS, J. A. "Estándares profesionales en la convergencia de redacciones multimedia. Hacia una cultura periodística convergente". A: MASIP, P.; ROM, J. (eds.). *Les cruïlles de la comunicació: límits i transgressions. Actes del IV Congrés Internacional Comunicació i Realitat*. Barcelona: Trípod, 2007. També es pot prendre com a referència l'elecció de la mostra que es va fer per a un estudi del Grup de Recerca en Interaccions Digitals de la Universitat de Vic: SCOLARI, C. A.; NAVARRO GÜERE, H.; PARDO KUKLINSKI, H.; MICÓ, J. Ll. "Nous perfils professionals i polivalència del periodista a Catalunya". *Quaderns del CAC*, 2008, núm. 27, p. 113-122. I encara, una investigació del grup de recerca Digilab, de la Universitat Ramon Llull, guanyadora del premi de recerca que organitza l'Associació Catalana de Premsa Comarcal: MASIP, P.; MICÓ, J. Ll. *La convergència comunicativa a la premsa local i comarcal. Noves perspectives per a la informació*. Barcelona: Associació Catalana de Premsa Comarcal, 2010a.

<sup>23</sup> La proposta d'organització territorial aprovada pel Parlament de Catalunya el 27 de juliol de 2010 està recollida a la "Llei 30/2010, del 3 d'agost, de vegueries". *Diari Oficial de la Generalitat*, 6 de setembre de 2010, núm. 5708, p. 66059. Segons aquesta llei, la divisió territorial de Catalunya quedaria dividida en set vegueries:

- Alt Pirineu i Aran
- Barcelona
- Catalunya Central
- Girona
- Lleida
- Camp de Tarragona
- Terres de l'Ebre

<sup>24</sup> La divisió territorial de Catalunya ha passat per diversos períodes històrics abans de consolidar-se en les quatre províncies actuals, amb les seves corresponents Diputacions com a òrgan de govern, que daten de l'any 1833. Anteriorment, el territori català ja havia estat dividit en vegueries, que van arribar a ser deu a finals del segle XII. Cada una d'elles estava governada llavors per un veguer. Amb la Llei de Vegueries aprovada pel Parlament de Catalunya el 2010, les Diputacions se substituïren per Consells de Vegueria. Per a més informació, vegeu: COLL AMARGÓS, J. "Regions o vegueries:

Així, s'ha partit d'un repartiment del territori de Catalunya en set vegueries: Alt Pirineu i Aran, Barcelona, Catalunya Central, Girona, Lleida, Camp de Tarragona i Terres de l'Ebre. De les respostes d'emissores obtingudes, un 44,44% corresponia a emissores de Barcelona, un 19,84% a ràdios de Girona, un 13,50% a la Catalunya Central, un 10,30% al camp de Tarragona, un 6,75% a Lleida, un 4,76% a les Terres de l'Ebre, i un 0,79% a emissores de l'Alt Pirineu i Aran.

Una vegada ponderats aquests resultats en relació amb la mostra de 12 emissores a les quals es faran les entrevistes en profunditat, s'obté el percentatge de ràdios a entrevistar per a cada un d'aquests set territoris. És així com un 5,33% hauran de ser de Barcelona, un 2,38% de Girona, un 1,62% de la Catalunya Central, un 1,24% del Camp de Tarragona, un 0,76% de Lleida, un 0,57% de les Terres de l'Ebre i un 0,10% de l'Alt Pirineu i Aran.

Partint purament d'aquests percentatge de representativitat territorial, i tenint en compte el criteri inicial que cada territori ha de ser present a la mostra, hi hauria d'haver cinc emissores de ràdio de Barcelona, dues de Girona, una de la Catalunya Central, una del Camp de Tarragona, una de Lleida, una de les Terres de l'Ebre i una de l'Alt Pirineu i Aran. Tot i això, veient que Lleida, les Terres de l'Ebre i l'Alt Pirineu i Aran tenen representació amb un percentatge molt baix de presència al territori, que tècnicament no els donaria la presència que se'ls vol donar per repartiment territorial, i que les comarques centrals tenen una representativitat que podria ser més alta, perquè l'1,62% és més proper a dues emissores que a una, s'ha optat per fer una repartició equitativa de les ràdios al llarg de Catalunya. D'aquesta manera, la mostra de 12 ràdios a entrevistar en funció del condicionant territorial quedarà repartida de la següent manera: quatre emissores de Barcelona, dues de Girona, dues de la Catalunya Central, una del Camp de Tarragona, una de Lleida, una de les Terres de l'Ebre i una de l'Alt Pirineu i Aran.

A part d'aquesta distribució general en set vegueries, i sempre que ha estat possible, s'ha buscat que les emissores estiguessin repartides en diferents comarques, per trobar una imatge el màxim de completa de la realitat territorial de Catalunya.

---

Apunts d'història i política per a un debat d'organització territorial". *Serra d'or portantveu del "Chor Montserratí"*, 2005, núm. 543, p. 30-36; FONT GAROLERA, J. "La Vegueria de l'Alt Ter. Bases històriques i geogràfiques". *Ausa*, 2003, vol. 21, núm. 152, p. 101-141; ROVIRA TARRAGÓ, J. "L'organització territorial: un debat etern de solució impossible". *Activitat Parlamentària*, 2010, núm. 23, p. 29-33.

A l'hora de repartir les 12 emissores de ràdio de la mostra a entrevistar segons la seva antiguitat, s'ha fet una divisió en tres etapes diferenciades. En primer lloc, s'han tingut en compte les emissores que es van crear abans de 1979, any en què es van constituir els primers ajuntaments democràtics a Catalunya. La segona etapa és entre l'any 1979<sup>25</sup> i 1995, ja en plena democràcia i fins al moment en què les emissores comencen a introduir la tecnologia digital a les seves instal·lacions. Aquesta és l'etapa en què es creen més emissores locals a Catalunya, moltes d'elles sorgides del moviment veïnal. La tercera i última etapa que s'ha tingut en compte és entre l'any 1995 i l'actualitat, quan es considera que les emissores ja s'han creat en un entorn plenament digital, si no en quant a l'emissió, perquè la difusió radiofònica digital no ha entrat en funcionament de manera generalitzada i els continguts encara s'emeten per ones hertzianes o a través d'internet, sí en la tecnologia que utilitzen a l'hora de produir els seus continguts.<sup>26</sup>

Del total de 126 ràdios que han contestat l'enquesta, n'hi ha vuit que es van crear abans de 1979, que representen un 6,45% del total. Entre 1979 i 1995, hi ha 97 emissores, un 77,42% del total, i a partir de l'any 1995, hi ha 21 ràdios, que són un 16,13% de totes les emissores que han contestat l'enquesta.

Quan s'han traslladat aquestes dades a la mostra de 12 emissores per entrevistar en profunditat, s'ha vist que la franja de ràdios creades fins a 1979 és un 0,77% del total, les emissores creades entre 1979 i 1995 són un 9,29%, i les emissores que van començar la seva activitat a partir de l'any 1995 representen un 1,93% del total. Així, a la mostra hi ha una ràdio creada abans de 1979, nou entre 1979 i 1995, i dues a partir de 1995.

---

<sup>25</sup> Com es veurà a l'apartat 5.2.2 d'aquesta tesi doctoral, les primeres emissores municipals de Catalunya es van posar en funcionament l'any 1979, impulsades pels incipients ajuntaments democràtics i amb una destacada participació dels veïns i veïnes de les poblacions on es posaven en marxa. Per saber-ne més: FRANQUET, R. *Història de la ràdio a Catalunya al segle XX (de la ràdio de galena a la ràdio digital)*. Barcelona: Direcció General de Ràdiodifusió i Televisió, 2001; COROMINAS, M.; LLINÉS, M. "La experiencia catalana de radiotelevisión local. Un importante fenómeno social y comunicativo". *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 1992, núm. 30, p. 125-130.

<sup>26</sup> La introducció de la tecnologia digital a les emissores de ràdio, entenent per aquest procés la utilització d'eines per emmagatzemar i manipular so digitalment, va començar a mitjans de la dècada de 1990. Així es recull en manuals i articles sobre la digitalització de la ràdio, que destaquen que des de llavors a les emissores es combina la tecnologia analògica de les taules de so amb els processos d'edició digital mitjançant programes d'ordinador i aparells d'enregistrament i reproducció digitals. En aquest sentit, es pot consultar: HAUSMAN, C.; BENOIT, P.; O'DONNELL, L. B. *Producción en la radio moderna*. Mèxic D. F. [etc.]: Thomson Learning, cop., 2000, p. 14; CORTÉS, C. E. "La radio digital". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 2005, núm. 089, p. 70-77.

La titularitat de les emissores fa referència a les ràdios públiques i privades, en funció de si la seva gestió depèn d'una administració o d'una empresa privada. A partir de les respostes obtingudes a l'enquesta, s'ha vist que un 93% de les ràdios de proximitat de Catalunya són públiques, és a dir, que depenen administrativa i econòmicament d'un ajuntament, i que el 7% restant són privades i, per tant, propietat d'empreses o institucions. Aquests percentatges, traslladats a la mostra de 12 ràdios que es volen entrevistar, representen que un 11,16% de ràdios són públiques i un 0,84% són privades. Per tant, s'entrevistaran 11 emissores públiques i una de privada.

La cobertura d'una emissora de ràdio es refereix a l'abast geogràfic de la seva emissió. És a dir, si la seva senyal es pot escoltar només en un municipi concret, en una comarca, o en un territori més gran com és una nació o un estat. Així, quan es parla de cobertura en el marc de la present investigació sobre emissores de ràdio locals i comarcals, es pot parlar de ràdios que emeten només per a una població, altres que ho fan per a una comarca, i encara una tercera categoria d'emissores que s'han agrupat en l'epígraf altres i que es poden escoltar en un territori no determinat, com un conjunt de municipis de comarques diferents, subcomarques, o més d'una comarca sense arribar a una vegueria.

Segons els resultats de les enquestes i tenint en compte el condicionant de la cobertura, s'han trobat 99 emissores de ràdio municipals, 22 de comarcals i cinc d'altres. Aquestes xifres, en percentatges, signifiquen que un 78,75% de les ràdios són municipals, un 17,46% són comarcals i un 3,97% es troben dins l'epígraf altres. Quan s'han traslladat aquestes respostes i percentatges a les 12 emissores de la mostra, s'han obtingut els resultats d'un 9,43% d'emissores municipals, un 2,1% de ràdios comarcals, i un 0,48% d'altres. Així, s'entrevistaran nou ràdios municipals, dues de comarcals, i una d'altres.

En últim lloc, s'han distribuït les emissores segons la seva infraestructura laboral, tenint en compte les dades de treballadors i col·laboradors que s'han obtingut de les respostes de les enquestes. Així, s'ha fet un creuament de les respostes obtingudes i s'han establert quatre categories diferents entre les emissores de Catalunya:

- 1- Emissores que tenen més treballadors que col·laboradors.
- 2- Emissores que tenen tants treballadors com col·laboradors.

- 3- Emissores que tenen més col·laboradors que treballadors.
- 4- Emissores que només tenen col·laboradors i no tenen treballadors.

Per tal que la mostra fos completa, hi hauria d'haver una primera categoria d'emissores formades només per treballadors, sense col·laboradors, però no se n'ha trobat cap, de manera que aquesta opció no s'ha tingut en compte i les ràdios s'han dividit en les quatre categories esmentades.

Així, s'ha vist que hi ha tres emissores de la primera categoria, quatre de la segona, 92 de la tercera i 27 de la quarta. Unes dades que demostren el pes numèric que tenen els col·laboradors a les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. En percentatges, un 2,38% de ràdios de proximitat tenen més treballadors que col·laboradors, un 3,17% tenen tants treballadors com col·laboradors, un 73,02% tenen més col·laboradors que treballadors, i un 21,43% funcionen només amb col·laboradors. Sobre la mostra de 12 emissores a entrevistar, un 0,29% de ràdios són de la primera categoria, un 0,38% de la segona, un 8,76% de la tercera, i un 2,57% de la quarta.

Igual que passava amb la divisió territorial, es vol que a la mostra d'emissores a entrevistar hi hagi representació de totes les categories que s'han observat d'infraestructura laboral. Així, s'entrevistarà una emissora que té més treballadors que col·laboradors, una altra ràdio que té tants treballadors com col·laboradors, vuit que tenen més col·laboradors que treballadors, i dues ràdios que només tenen col·laboradors i no compten amb cap treballador en plantilla.

A partir de totes aquestes consideracions, doncs, la mostra ha quedat definida de la següent manera:

Segons la divisió territorial:

- Quatres emissores de Barcelona: Cerdanyola Ràdio, Cugat Ràdio, Ràdio Silenci i Ràdio Taller Trinitat Vella.
- Dues emissores de Girona: Ràdio L'Escala i Bas Ràdio.
- Dues emissores de la Catalunya Central: Ràdio Manlleu i Ràdio Santpedor.
- Una emissora del Camp de Tarragona: Constantí Ràdio.
- Una emissora de Lleida: Ràdio Les Borges.

- Una emissora de les Terres de l'Ebre: Ràdio Delta.
- Una emissora de l'Alt Pirineu i Aran: RàdioSeu.

Segons l'antiguitat:

- Una emissora d'abans de 1979: Bas Ràdio
- Nou emissores nascudes entre 1979 i 1995: Cerdanyola Ràdio, Cugat Ràdio, Ràdio Taller Trinitat Vella, Ràdio L'Escala, Ràdio Manlleu, Ràdio Santpedor, Ràdio Les Borges, Ràdio Delta i RàdioSeu.
- Dues emissores nascudes a partir de 1995: Ràdio Silenci i Constantí Ràdio.

Segons la titularitat:

- Onze emissores públiques: Cerdanyola Ràdio, Cugat Ràdio, Ràdio Silenci, Ràdio L'Escala, Bas Ràdio, Ràdio Manlleu, Ràdio Santpedor, Constantí Ràdio, Ràdio Les Borges, Ràdio Delta i RàdioSeu.
- Una emissora privada: Ràdio Taller Trinitat Vella.

Segons la cobertura:

- Nou emissores municipals: Cerdanyola Ràdio, Cugat Ràdio, Ràdio Silenci, Ràdio Taller Trinitat Vella, Ràdio Santpedor, Constantí Ràdio, Ràdio Les Borges, Ràdio Delta i RàdioSeu.
- Dues emissores comarcals: Bas Ràdio i Ràdio Manlleu.
- Una emissora d'altres cobertures: Ràdio L'Escala.

Segons la infraestructura laboral:

- Una emissora amb més treballadors que col·laboradors: Cerdanyola Ràdio.
- Una emissora amb tants treballadors com col·laboradors: Cugat Ràdio.
- Vuit emissores amb més col·laboradors que treballadors: Ràdio Silenci, Ràdio Manlleu, Ràdio L'Escala, Bas Ràdio, Constantí Ràdio, Ràdio Les Borges, Ràdio Delta i RàdioSeu.
- Dues emissores amb només col·laboradors: Ràdio Taller Trinitat Vella i Ràdio Santpedor.

La llista definitiva de les 12 emissores de ràdio locals i comarcals que conformen la mostra per realitzar les entrevistes en profunditat és la següent:



- Cerdanyola Ràdio. Cerdanyola del Vallès, el Vallès Occidental. Barcelona, entre 1979 i 1995, pública, municipal, i amb més treballadors que col·laboradors.
- Cugat Ràdio. Sant Cugat del Vallès, el Vallès Occidental. Barcelona, entre 1979 i 1995, pública, municipal, i amb tants treballadors com col·laboradors.
- Ràdio Silenci. La Garriga, el Vallès Oriental. Barcelona, a partir de 1995, pública, municipal, i amb més col·laboradors que treballadors.
- Ràdio Taller Trinitat Vella. Barcelona, el Barcelonès. Barcelona, entre 1979 i 1995, privada, municipal, i només amb col·laboradors.
- Ràdio L'Escala. L'Escala, l'Alt Empordà. Girona, entre 1979 i 1995, pública, cobertura altres, i amb més col·laboradors que treballadors.
- Bas Ràdio. La Vall d'en Bas, la Garrotxa. Girona, d'abans de 1979, pública, comarcal, i amb més col·laboradors que treballadors.
- Ràdio Manlleu. Manlleu, Osona. Catalunya Central, entre 1979 i 1995, pública, comarcal, i amb més col·laboradors que treballadors.<sup>27</sup>
- Ràdio Santpedor. Santpedor, el Bages. Catalunya Central, entre 1979 i 1995, pública, municipal, i només amb col·laboradors.
- Constantí Ràdio. Constantí, el Tarragonès. Camp de Tarragona, a partir de 1995, pública, municipal, i amb més col·laboradors que treballadors.
- Ràdio Les Borges. Les Borges Blanques, les Garrigues. Lleida, entre 1979 i 1995, pública, municipal, i amb més col·laboradors que treballadors.
- Ràdio Delta. Deltebre, el Baix Ebre. Terres de l'Ebre, entre 1979 i 1995, pública, municipal, i amb més col·laboradors que treballadors.
- RàdioSeu. La Seu d'Urgell, l'Alt Urgell. Alt Pirineu i Aran, entre 1979 i 1995, pública, municipal, i amb més col·laboradors que treballadors.

De cada emissora de la mostra se seleccionaran tres persones a entrevistar en funció de la seva condició laboral. Així, es parlarà amb els directors o responsables de totes les ràdios, amb un treballador, i amb un col·laborador de cada una d'elles. Pot donar-se el cas d'emissores en què només hi hagi una persona contractada, que faci les funcions de director, i que la resta de personal sigui col·laborador. En aquest cas, la persona contractada serà entrevistada per la doble funció de director i de

---

<sup>27</sup> L'estructura professional de Ràdio Manlleu ha canviat entre el moment que es van fer les entrevistes en profunditat i la presentació dels resultats de la investigació. L'emissora va patir una remodelació estructural a partir de 31 de gener de 2012 amb la que es van eliminar la majoria de llocs de treball que hi havia i només van quedar dues persones contractades i la resta de participants com a col·laboradors. Tot i això, encara quedaria com una ràdio amb més col·laboradors que treballadors.

treballador, per conèixer totes les tasques que es realitzen. En les emissores que funcionen només amb col·laboradors, s'entrevistarà al director o responsable de la ràdio i a un dels col·laboradors. Aquí, no es realitzarà l'entrevista al treballador en plantilla perquè no n'hi ha. Per tant, com que a la mostra hi ha dues emissores de ràdio que funcionen només amb col·laboradors, i en aquests casos s'entrevistarà al director i a un dels voluntaris, i en dues més hi ha una sola persona contractada, amb qui es parlarà com a director i com a treballador, s'entrevistarà a un total de 32 persones a la part qualitativa de la investigació (veure Taula 1).

*Taula 1 Entrevistes en profunditat*

<b>Nom emissora</b>	<b>Càrrec</b>	<b>Nom</b>	<b>Dia entrevista</b>
Cerdanyola Ràdio	Director	Rafael Lumbreras	21-9-2011
Cerdanyola Ràdio	Treballador	Toni Álvaro	21-9-2011
Cerdanyola Ràdio	Col·laborador	Miquel Àngel López	21-9-2011
Cugat Ràdio	Director	Miquel Herrada	9-9-2011
Cugat Ràdio	Treballador	Mar Castro	9-9-2011
Cugat Ràdio	Col·laborador	Sergio Morales	9-9-2011
Ràdio Silenci	Director	Marc Querol	4-10-2011
Ràdio Silenci	Treballador	Berta Florés	4-10-2011
Ràdio Silenci	Col·laborador	Jordi Roig	4-10-2011
Ràdio Taller Trinitat Vella	Director	Yolanda Burgueño	7-10-2011
Ràdio Taller Trinitat Vella	Col·laborador	Jordi García	7-10-2011
Ràdio L'Escala	Director	Abel Font	16-9-2011
Ràdio L'Escala	Treballador	Josep Palma	16-9-2011
Ràdio L'Escala	Col·laborador	Joan Brugués	16-9-2011
Bas Ràdio	Director	Albert Badia	8-10-2011
Bas Ràdio	Treballador	Albert Badia	8-10-2011
Bas Ràdio	Col·laborador	Dani Feixas	8-10-2011
Ràdio Manlleu	Director	Arola Cumeras	26-9-2011
Ràdio Manlleu	Treballador	Jèss Carol	26-9-2011
Ràdio Manlleu	Col·laborador	Albert Dorca	26-9-2011
Ràdio Santpedor	Director	Albert Davins	8-10-2011
Ràdio Santpedor	Col·laborador	Marcel Tarazona	8-10-2011
Constantí Ràdio	Director	Jordi Martínez	27-9-2011

Constantí Ràdio	Treballador	Joan Rafael Mellado	27-9-2011
Constantí Ràdio	Col·laborador	Ricard Escarré	27-9-2011
Ràdio Les Borges	Director	Jordi Mir	27-9-2011
Ràdio Les Borges	Treballador	Jordi Mir	27-9-2011
Ràdio Les Borges	Col·laborador	Josep Farré	27-9-2011
Ràdio Delta	Director	Lluïsa Bartomeu	23-9-2011
Ràdio Delta	Treballador	Amado Cebolla	23-9-2011
Ràdio Delta	Col·laborador	Francesc Mateu	23-9-2011
RàdioSeu	Director	Marta Pujantell	30-9-2011
RàdioSeu	Treballador	Glòria González	30-9-2011
RàdioSeu	Col·laborador	Toñi Cabello	30-9-2011

Font: elaboració pròpia

Abans de realitzar les entrevistes, s'ha sol·licitat a cada una de les emissores la seva disposició a participar de la recerca, i a què tres de les persones que hi participen puguin respondre els qüestionaris. El dia de les trobades, prèviament a la realització de les entrevistes, es demanarà a tots i cadascun dels entrevistats la seva autorització per utilitzar les respostes en el treball. En tots els casos, les entrevistes es realitzaran personalment als despatxos, redaccions o estudis de les emissores de ràdio que conformen la mostra.

### 3.2.2 El qüestionari

Igual que s'ha fet amb el qüestionari de les enquestes, les preguntes de les entrevistes en profunditat s'han pensat per tenir un coneixement el màxim d'acurat possible sobre la realitat professional de les emissores de ràdio locals i comarcals.

En aquest cas, s'han definit tres qüestionaris, un per als directors, un altre per als treballadors i un tercer per als col·laboradors. A diferència de les enquestes, que s'han contestat a través d'internet, les entrevistes s'han fet directament a les persones interessades, amb el desplaçament a cada una de les emissores seleccionades de la mostra de la recerca qualitativa.

Les primeres preguntes dels qüestionaris són comunes per cada una de les figures, per poder dibuixar la realitat a partir de tres visions diferents. Com que directors,

treballadors i col·laboradors responen a les mateixes qüestions, es pot explicar el funcionament de les emissores segons el punt de vista dels seus integrants i les diferents opcions laborals que existeixen.

Així, les quatre primeres qüestions són introductòries, amb aspectes com la formació acadèmica i l'experiència prèvia d'aquestes persones, tant en el món de la comunicació com en el de les ràdios de proximitat i, amb més concreció, a la ràdio local en què participen en l'actualitat.

A partir d'aquí, de les preguntes 5 a la 7 es demana als entrevistats que descriguin les tasques que porten a terme a les ràdios, si reben alguna formació continuada per part de l'empresa i que expliquin com funciona la seva emissora. Aquesta darrera qüestió es divideix en diversos temes, com la distribució jeràrquica de les feines, una valoració sobre el model d'emissora, la relació que tenen amb l'audiència, o les possibles pressions externes que poden rebre a la feina, tant polítiques com econòmiques, per part dels governs municipals. Amb aquesta última part de la pregunta es vol saber quina incidència tenen els ajuntaments sobre el funcionament de les ràdios, tenint en compte que aquest és l'òrgan de govern polític més proper a les emissores i que la major part de les ràdios de la mostra són municipals, com ja s'ha explicat a la selecció de la mostra.

La vuitena pregunta serveix per determinar el domini que les diferents figures professionals tenen de la tecnologia que s'utilitza al mitjà radiofònic, i la novena se centra en les seves aspiracions professionals. En aquest cas, per saber si les persones estan bé amb la seva feina o col·laboració i per quins conceptes es plantejarien de canviar-la si ho consideressin necessari.

A continuació –a la desena pregunta– es demana quina és la cultura corporativa de les persones que fan la ràdio local a Catalunya. És a dir, si s'identifiquen amb l'emissora, municipi i territori del que formen part, i quina és la seva vocació, responsabilitat i compromís amb la ràdio. Aquesta és una qüestió de caire personal però que pot servir per explicar el per què de la implicació de treballadors i col·laboradors amb un mitjà de comunicació. A la següent pregunta, l'onzena, es demana quin servei creuen que ofereix la seva emissora a la comunitat, per saber quina percepció tenen professionals i col·laboradors de la utilitat que tenen les ràdios locals per a la societat.

Les tres preguntes següents, 12, 13 i 14, s'emmarquen en el concepte de la cultura de redacció,<sup>28</sup> i serveixen per saber quina és la relació que existeix entre figures professionals i quin coneixement en té cada una de les tasques i responsabilitats de les altres. Així, per exemple, es demana als directors quina relació tenen amb les altres figures, quines tasques i continguts fan els treballadors i quines fan els col·laboradors. I es demana, successivament, a treballadors i col·laboradors.

La quinzena pregunta fa referència explícitament a la situació laboral de les persones que formen les emissores de ràdio de proximitat. Així, se'ls demana si cobren per la seva feina, quant cobren, de quina forma ho fan i per quin concepte. Aquestes preguntes serveixen per dibuixar la situació professional del sector, amb aspectes com els tipus de contractes que existeixen, la remuneració i les formes de cobrament més utilitzades.

Aquí s'acaba el bloc comú del qüestionari per a les tres figures professionals i en comença un altre d'específic per a cada una d'elles. Fins ara, s'han plantejat temes que permeten dibuixar una realitat comuna a partir de tres punts de vista, i a través de les preguntes per a cada figura es pot tenir un coneixement més concret de cada realitat professional.

En el cas dels directors de les emissores de ràdio, se'ls proposen cinc preguntes relacionades amb la gestió i coordinació de grups humans. Així, se'ls demana quines són les peculiaritats de dirigir equips humans que en molts casos no són professionals, com es gestiona un grup format per treballadors i voluntaris, què es pot exigir professionalment a algú que no cobra per la seva feina i com queden el rigor, la veracitat i l'exactitud en mans de gent que pot tenir molt bona voluntat per fer ràdio però que no són professionals.

Per als treballadors de les emissores, a part del bloc comú només s'ha afegit una pregunta que es creu que pot servir per conèixer-ne millor les funcions. En aquest cas, la qüestió específica que se'ls ha proposat és saber quines són les seves rutines i pràctiques de treball. D'aquesta manera, es poden descriure les feines que porten a terme els professionals de les emissores a partir de les seves paraules.

---

<sup>28</sup> El concepte de cultura de redacció s'explica des d'un punt de vista teòric a l'apartat 6.5 de la tesi i se'n veu la realitat a les emissores de proximitat catalanes al capítol 9, dedicat a la situació laboral en aquestes ràdios i les relacions que s'estableixen entre les seves figures professionals.

En darrer lloc, s'han previst tres preguntes concretes per als col·laboradors, relacionades amb el mateix fet de la col·laboració i la participació en un mitjà de comunicació sense buscar una sortida professional. Així, es demana a aquestes persones per què col·laboren en una ràdio local, què creuen que els aporta aquesta participació i què creuen que aporten elles a la societat col·laborant en una emissora de proximitat.