

Anàlisi comparativa de la legislació de continguts musicals a la ràdio i a les plataformes digitals: quin és el futur de les quotes en el nou escenari?

CARLES LLORENS MALUQUER

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

carles.llorens@uab.cat

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4411-5865>

Article rebut el 15/05/2024 i acceptat l'01/10/2024

Com citar:

Llorens Maluquer, C. (2024). Anàlisi comparativa de la legislació de continguts musicals a la ràdio i a les plataformes digitals: quin és el futur de les quotes en el nou escenari?. *Quaderns del CAC*, 50, 51-60. doi: <https://doi.org/10.60940/qcac50id431853>

Resum

L'article analitza les polítiques de comunicació de diversos països que regulen el contingut de la ràdio i les noves plataformes digitals sonores. Estudia les quotes de contingut local a la ràdio tradicional i com les noves regulacions s'adapten a les noves tecnologies, com ara els altaveus intel·ligents i els sistemes multimèdia dels automòbils. La metodologia inclou una anàlisi documental i comparativa de països com França, Canadà, Regne Unit i Austràlia. Revisa la regulació de plataformes com Spotify i Apple Music, i ofereix recomanacions per evitar el poder excessiu per part d'aquests nous intermediaris. Finalment, planteja diferents opcions per mantenir un equilibri en la diversitat de contingut sonor.

Paraules clau

Ràdio, legislació, música, plataformes digitals, quotes.

Abstract

The article analyses the communication policies of several countries that regulate radio content and new digital sound platforms. It examines local content quotas in traditional radio and the way new regulations adapt to new technologies, such as smart speakers and car multimedia systems. The methodology includes a documentary and comparative analysis of countries such as France, Canada, the United Kingdom and Australia. It reviews the regulation of platforms such as Spotify and Apple Music, offering recommendations to avoid the excessive power of these new intermediaries. Finally, it provides different options to maintain a balance in the diversity of sound content.

Keywords

Radio, legislation, music, digital platforms, quotes.

Introducció

No és gens estrany que els estudis sobre la regulació de la ràdio a Espanya i a Catalunya no siguin tan nombrosos com els dedicats a la televisió, atesa la importància econòmica, social i publicitària més baixa del sector radiofònic. La inversió publicitària a la ràdio a Espanya el 2023 va arribar als 461,3 milions d'euros, cosa que representa el 7% de la inversió en mitjans, mentre que la televisió va arribar al 29%, uns 1.735 milions d'euros (InfoAdex, 2024). El tret positiu és que el seu nivell d'audiència és manté des de fa anys entre el 50 i el 60%, la qual cosa el converteix en un mitjà rellevant. La penetració del mitjà radiofònic a Espanya i Catalunya és de prop del 54% el 2023, una xifra només superada per la televisió (81%) i internet (79%). Fa dues dècades el percentatge era del 56%, un descens de dos punts en 20 anys (AIMC, 2024; Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2024).

En una anàlisi de la literatura prèvia trobem que una part dels estudis es focalitzen en el repte, encara no assolit, de regular les ràdios alternatives o del tercer sector (Meda González, 2015; Lema Blanco, 2020; García, 2021; Pérez-Martínez i Reguero Jiménez, 2021). També són freqüents els estudis sobre les polítiques de concessió de llicències i les seves derivades de concentració i clientelisme (Fernández Alonso, 2003; Peñafiel *et al.*, 2005; Arboledas, 2009; Arboledas i Bonet, 2013, 2014; Bonet i Guimerà, 2016). En altres casos, la perspectiva és purament jurídica (Chinchilla-Marín, 1999; Cousido, 2022; García Caba, 2023) o es fa un estudi comparatiu d'atorgament de llicències amb altres països (Domènech-Costafreda, 2000). En canvi, són més freqüents els estudis sobre la diversitat musical en l'oferta radiofònica (Gallego, 2016; Bonet *et al.*, 2011) i el paper del servei públic com a generador d'oferta musical diversa (Costa Gálvez, 2017).

Metodologia

Aquesta investigació¹ realitza un estudi comparatiu de les polítiques de comunicació de diversos països, dirigides a regular, en primer lloc, el contingut de la ràdio en forma de quotes —França, Canadà i Austràlia— i, en segon lloc, com estan abordant la regulació de les noves plataformes digitals sonores i els nous dispositius que esdevenen nous intermediaris en l'escolta dels continguts sonors, com ara els altaveus intel·ligents o els sistemes multimèdia dels automòbils (França, Regne Unit, Canadà i Austràlia). La metodologia d'aquest estudi és l'anàlisi documental i comparativa, i abasta un seguit de països propers culturalment i política a Catalunya i a Espanya, que han estat escollits perquè presenten desenvolupaments normatius significatius en aquest sector. L'interval temporal s'ha situat en els darrers desenvolupaments des del 2020 fins a gener del 2024. S'hi analitzen el sistema de quotes, si s'escau, i com plantegen la regulació de plataformes sonores com Spotify, AppleMusic, etc., i els ginyes que fan d'intermediaris en l'escolta de continguts sonors. Finalment, s'ofereixen unes conclusions i es proposen certes opcions que té el regulador per tal d'evitar situacions de control excessiu per part d'aquests intermediaris o plataformes en l'escenari actual del sector.

La regulació de quotes de contingut a la ràdio

Abans de l'expansió de les plataformes de distribució de contingut sonor, una de les principals eines del regulador per assegurar contingut local va ser imposar a les emissores de ràdio quotes determinades de música produïda localment o en la llengua del país —com a França, Catalunya, Austràlia, Canadà o Polònia— o quotes de contingut local com al Regne Unit. Aquestes normes van ser concebudes en un marc competitiu més reduït i en un context on la ràdio era l'única manera de descobrir nova música i molt sovint també de consumir-la. Des d'aleshores, el sector ha patit un seguit de canvis i transformacions tecnològiques que han impactat en les pràctiques de producció, distribució i consum. L'audiència ha basculat cap a l'escolta per *streaming* de pòdcasts, ràdio i música, i ha posat en qüestió el sector, sobretot el de la ràdio musical. La pregunta és si l'antic sistema de quotes s'hauria d'aplicar també als nous operadors de *streaming* i als ginyes, com ara els altaveus intel·ligents o els sistemes multimèdia dels automòbils.

Les quotes, tant a la ràdio com a la televisió, s'han entès tradicionalment com una de les tècniques de les polítiques de comunicació, a fi i efecte d'assolir uns objectius culturals i/o econòmics que el mercat per si sol no pot proporcionar en determinats mercats petits o amenaçats lingüísticament per veïns amb unes capacitats de producció i de distribució altes. En l'àmbit europeu, les trobem aplicades a la televisió o al cinema per tal de garantir la presència de contingut local, per tant, la cultura d'un país i protegir-ne la indústria.

En el cas de la ràdio, poden consistir en quotes d'un tipus

determinat de música o de notícies de caire local; en aquesta anàlisi, només s'hi tractaran les primeres. Pel que fa, doncs, a les quotes musicals, es poden referir a l'origen nacional dels artistes, al tipus o gènere de música o a l'idioma utilitzat. Aquestes quotes poden ser o bé prescrites per l'Estat a través d'una llei o bé imposades per les condicions de la llicència. També es poden aplicar a través d'un mecanisme d'autoregulació o compromís voluntari, o ser una barreja de totes dues, és a dir, un sistema de coregulació.

França: el màxim exponent de les quotes

França és el país on la regulació de quotes musicals a la radiodifusió és més extensa i complexa, amb l'objectiu de protegir la seva cultura musical i la llengua francesa envers el domini de la música anglosaxona. L'objectiu de les quotes és promoure la *chanson* francesa, entenent que el concepte és quelcom més ampli que la simple traducció; és una manera francesa de fer cultura fent música; un gènere en si mateix que té les arrels en clàssics com Edith Piaf, George Brassens, Georges Moustaki, Jacques Brel o Johnny Hallyday; és una part important del pòsit cultural i popular de França que cal defensar.

Primer es va intentar promocionar la música francesa a les ràdios a partir dels compromisos de programació pactats en l'atorgament de les llicències entre el Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) i les emissores, però el grau d'incompliment era prou elevat com perquè a mitjans dels anys noranta del segle xx s'impulsés un sistema de quotes que en principi havia de ser més clar i proporcionar més seguretat jurídica (Machill, 1996). Les quotes musicals a França van entrar en vigor el 1996, van ser reformades parcialment el 2016 i van patir algun canvi menor al 2021 (Loi n° 86-1067). Són normes extremament complexes i detallades, la qual cosa en dificulta l'aplicació i el control per part de l'autoritat independent de regulació, actualment l'Arcom, l'autoritat francesa de regulació de la comunicació audiovisual i digital.

Diferents tipus de quotes segons el tipus de ràdio

Les quotes del 1996 imposen a les ràdios privades emetre un mínim del 40% de música en francès o en una llengua regional parlada a França, de la qual la meitat almenys ha d'estar dedicada a nous artistes francesos en un horari no nocturn o en hores d'escolta significativa. Els dies laborables, de 6 a 22.30 h; dissabtes, de 6.30 a 22.30 h, i diumenges, de 7 a 22.30 h. Pel que fa al servei públic de radiodifusió, Radio France, l'article 30 del decret de 13 de novembre de 1987, que en regula les missions i els serveis, especifica que la quota de música en francès serà del 50%.

A la norma general del 40% aplicada a la ràdio privada, hi trobem dues excepcions:

1. Per a les ràdios especialitzades a promoure els talents joves, s'estableix una quota del 35% pel que fa a les

cançons d'expressió francesa, de la qual un 25% ha de ser de joves talents (8,75% del total).

- Per a les ràdios anomenades *de patrimoine* (Nostalgie o ChérieFM), s'eleva la quota al 60%, un 10% de la qual ha de ser de noves produccions, amb un mínim d'un títol nou per hora. Aquestes dues obligacions s'han de donar de manera mensual i en hores d'escolta significativa.

El juliol del 2016 es fa una reforma en què les quotes es flexibilitzen, però alhora es compliquen amb tres disposicions que són molt detallades i que es troben també dins de l'article 28.2 bis de la Loi n° 86-1067:

- Un tercer règim derogatori específic per a les ràdios especialitzades en la "descoberta musical" (aquelles que difonen com a mínim 1.000 títols diferents cada mes, la meitat dels quals són noves produccions i cap dels títols és difós més de 100 vegades). La quota general del 40% es manté, però la de nous talents baixa del 20% general al 15%.
- En segon lloc, la reforma del 2016 estableix una penalització o *malus* en el recompte del compliment, amb l'objectiu d'excloure dels compromisos en matèria de difusió de cançons d'expressió francesa els 10 títols francòfons més programats si representen més del 50% del total de difusions francòfones. Aquesta mesura s'explica perquè abans d'aquesta disposició, un estudi encarregat pel Ministeri de Cultura francès va confirmar que molt poques cançons d'expressió francesa, entre el 2 i el 3%, representaven el 75% de les difusions de la quota (Bordes, 2014). És a dir, sempre sonaven les mateixes cançons en francès i hi havia poca varietat. Aquest *malus* és molt criticat per la indústria, perquè implica que, en no poder repetir els èxits francòfons, les seves audiències baixen i perquè la mesura té l'efecte no desitjat que si bé ara els títols francòfons són molt presents en el top 100, perden presència en el top 10. Com a conseqüència, algunes ràdios han modificat la seva línia editorial o han augmentat els programes no musicals per evitar aquest problema.
- Finalment, s'implanta una rebaixa potencial del 5% de la quota general si es compleixen diverses condicions acumulatives de diversitat i d'originalitat pactades entre l'Arcom i aquelles emissores que tenen en els programes musicals una proporció important de la seva programació. Així, una ràdio musical que no cau en les excepcions esmentades més amunt pot baixar del 40% al 35% i una ràdio especialitzada en promoure talents joves pot baixar del 35% al 30% si assumeix un seguit de compromisos: que la música emesa tingui un 45% de novetats mensuals i no repeteixi un mateix títol més de 150 vegades al mes, i que s'impulsi el nombre de títols i d'artistes, i la diversitat de discogràfiques. Aquest segon compromís es vehicula a través d'un pacte entre l'Arcom i les emissores que vulguin aquesta rebaixa del 5%.

Després d'una consulta pública sobre les quotes musicals (CSA, 2021) i per demanda del sector, el 2021 es detalla de manera exhaustiva aquest segon compromís per rebaixar 5 punts la quota amb una norma (Délibération n° 2021-103). Inclou cinc indicadors referits al percentatge de noves produccions, el nombre de reemissions, el nombre de títols diferents, el nombre d'artistes diferents i la diversitat de productors de fonogrames. A més, estableix el procediment de la recollida de dades i les definicions de cada concepte, claus per monitorar l'acompliment d'aquestes disposicions i oferir més seguretat jurídica als operadors i a l'Arcom.

Les quotes funcionen? Segons la política i la indústria musical, sí

Des del món polític es considera que les quotes musicals han estat efectives perquè han sostingut l'exposició de la creació de música en francès; així ho reconeixen diputats de l'Assemblea Nacional francesa en un document de la Comissió de Cultura i Educació d'aquest òrgan legislatiu (Provendier i Victory, 2019). Segons la indústria, l'efectivitat també és patent. Segons un estudi de l'Observatoire de la Musique (Véronique i Martiréné, 2018), les ràdios difonien menys del 20% de títols francòfons el 1994, abans de l'establiment de les quotes, mentre que el 2018 aquesta xifra gairebé arribava al 33%. Pel que fa al seu impacte, segons la indústria fonogràfica, les vendes d'àlbums d'artistes francesos al 2018 representaven el 80% del top 200 (SNEP, 2019). Pel que fa als nous talents, el 20% del top 200 de vendes eren de primers àlbums produïts a França. Les xifres de l'any 2022 mostren que aquesta tendència és manté, si bé amb una lleugera tendència a la baixa: el 77% del top 200 d'àlbums més venuts són de producció francesa i els nous talents n'ocupen el 13% (SNEP, 2023).

Canadà: quotes per protegir indústria i llengua

La situació lingüística peculiar del Canadà (país bilingüe) i geogràfica (vé dels EUA) explica l'existència de quotes musicals a la ràdio en aquest país i la seva complexitat elevada, similar a la de França. Així, la Llei Radio Regulations (SOR/86-982) del 1986 va definir amb molta precisió quina quantitat de música canadenca s'ha d'emetre a les estacions de ràdio. L'article 2.2 de la llei estableix que el 35% de la música emesa entre les 6 del matí i les 6 de la tarda dels dies laborables i el 35% de tota la música emesa cada setmana a totes les estacions AM i FM ha de ser canadenca. A més d'això, en el cas de les estacions de ràdio en llengua francesa, el 55% de la música vocal emesa entre les 6 del matí i les 6 de la tarda, excepte els caps de setmana, i el 65% de tota la música emesa cada setmana ha de ser en llengua francesa. Pel que fa a la cadena de ràdio pública, CBC-Radio Canada, ha d'assegurar que al menys el 50% de la seva música és d'origen canadenc.

Condicions per considerar canadenc/a una obra musical

És interessant que, a diferència de les normes franceses, la legislació canadenc/a no tracta la llengua com l'únic criteri per definir el contingut local. L'article 2.2.2 de la llei del 1986 defineix el contingut local, denominat *selecció canadenc/a*, com una selecció musical que compleix almenys dues de les condicions següents: (i) la música o les lletres són interpretades principalment per un/a canadenc/a, (ii) la música està composta íntegrament per un/a canadenc/a, (iii) les lletres estan escrites de manera íntegra per un/a canadenc/a, (iv) la selecció musical consisteix en una actuació en viu que és enregistrada íntegrament a Canadà o interpretada íntegrament i emesa en directe a Canadà, i (v) la selecció musical es va interpretar en viu o registrar després de l'1 de setembre de 1991 i un/a canadenc/a que ha col·laborat amb un/a no canadenc/a rep almenys el cinquanta per cent del crèdit com a compositor/a i lletrista, segons els registres d'una societat de gestió de drets d'intèrprets reconeguda.

Aquest èmfasi en l'origen de la cançó o dels artistes i la llengua en què es realitza la cançó és una conseqüència directa dels objectius de la legislació canadenc/a sobre quotes. Les normes tenen com a finalitat no només protegir la llengua, la cultura i la indústria musical a la part de parla francesa del Canadà, sinó també protegir-la a la part de parla anglesa del país. Si el francès fos l'única llengua parlada al Canadà, n'hi hauria prou a establir una quota que afavorís el contingut musical en francès a la ràdio i això rebaixaria automàticament la presència musical anglosaxona. Com que el Canadà és bilingüe, les regulacions de la ràdio van haver d'afegir condicions addicionals per definir què s'entén exactament per *música canadenc/a* i protegir així també la indústria i la cultura del Canadà.

Excepcions segons el tipus de llicència

Tanmateix, hi ha nombroses excepcions i modificacions de les quotes a partir de quin tipus de llicència té l'emissora (comercial, universitària, comunitària, ètnica, indígena, pública o del tercer sector) i del tipus de música emesa: popular, d'especial interès (jazz, blues, clàssica), popular de vells èxits o *oldies*. En general, pel cap alt suposen un descens del 5% de la quota general i, en casos d'emissores que emeten música d'abans del 1956, pot abaixar-se la quota entre el 10 i el 2% (CRTC, 2024). L'òrgan de control i sancionador és la Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC).

Una petita flexibilització de les quotes al 2022

Precisament, el 2022 el regulador va actualitzar les normes de contingut canadenc per tal d'intentar protegir els artistes del país i alhora oferir més flexibilitat a la indústria de la ràdio, perquè sigui competitiva en un entorn molt dinàmic per la competència dels operadors de plataformes de contingut sonor (CRTC, 2022).

En concret, per donar més flexibilitat al sector radiofònic, s'han ampliat tant els criteris per considerar una cançó com a canadenc/a com les categories de contingut, la qual cosa

permet a les emissores complir millor amb les quotes. Com a contrapartida, s'ha definit de manera més estricta la música vocal canadenc/a i francesa, perquè no és puguin eludir les quotes mitjançant muntatges de cançons populars no canadencs; també s'ha creat una nova quota d'un mínim del 5% per a cançons d'artistes canadencs emergents i s'ha llançat un procés de consulta sobre com utilitzar el fons que els radiodifusors estan obligats a pagar per al desenvolupament de contingut canadenc. A més, s'està treballant en un sistema digital de monitoratge i de base de dades oberta que reduirà la càrrega de treball de les emissores.

Austràlia

Com a país on l'anglès és la llengua principal, el sistema de quotes aplicat a la ràdio australiana també s'adreça a protegir els artistes, la indústria i la cultura musical australiana, més que no pas la llengua, davant la pressió d'altres països, com el Regne Unit i els Estats Units, amb una forta tradició i indústria musical. No ha d'estranyar, doncs, que el sistema de quotes a Austràlia tingui una llarga història, fins i tot molt anterior a la normativa francesa. Les primeres quotes es van imposar el 1942, quan es va establir que el 2,5% de música radiada fos australiana per evitar que la difusió per ràdio estigués dominada per artistes nord-americans i britànics. Progressivament va anar augmentant al 5% el 1956, al 10% el 1973 i al 20% el 1976 (Homan, 2013, p. 389).

Taula 1. Quotes de música australiana segons el gènere musical

Format radiofònic	Quota
Mainstream Rock Album Oriented Rock Contemporary Hits Top 40 Alternative	Mínim 25%
Hot/Mainstream Adult Contemporary Country Classic Rock	Mínim 20%
Soft Adult Contemporary Hits & Memories Gold - encompassing Classic Hits Hip Hop	Mínim 15%
Oldies Easy Listening Easy Gold Country Gold	Mínim 10%
Nostalgia Jazz NAC (smooth jazz)	Mínim 5%

Font: Commercial Radio Code of Practice, 2018.

El tret diferencial australià respecte dels països analitzats més amunt és l'autoregulació de la indústria a partir del 1992, quan es va acordar el Commercial Radio Code of Practice, que s'ha anat actualitzant al llarg dels anys i que compromet a cada emissora comercial. La darrera versió és del 2018 (Commercial Radio Australia, 2018). Les quotes s'estableixen segons el gènere musical, com es pot apreciar a la taula 1.

Per exemple, les estacions que reproduïen rock i pop comercial havien d'assegurar que el 25% del material fos d'artistes australians. A la versió del Code d'octubre del 1999 es va acordar que almenys el 25% de la música australiana reproduïda per emissores de ràdio musicals de rock *mainstream* i d'èxits contemporanis havien de ser produccions de l'últim any. Es volia garantir que les cançons noves estiguessin incloses dins de la graella de les estacions més comercials d'aquests gèneres. El període en què les quotes s'apliquen és entre les 6 h i les 24 h. A la ràdio pública la quota s'eleva fins a un mínim del 50%. L'acompliment d'aquestes quotes és tasca de l'òrgan regulador, l'Australian Communications and Media Authority (ACMA).

El 2019 el parlament australià va elaborar un informe sobre la indústria musical australiana, en què demanava a la autoritat reguladora que treballés per simplificar i esmenar el Code a fi efecte que el 25% s'apliqués a totes les emissores i que una quarta part d'aquesta quota fos de nova música australiana (The Parliament of the Commonwealth of Australia, 2019). La flexibilitat vindria perquè, en tot cas, correspondria a cada emissora demostrar que no hi ha prou música australiana i aleshores, demanar al regulador una quota més baixa. Tanmateix, aquestes peticions dels diputats no han tingut més recorregut fins avui en el terreny legislatiu.

La regulació de les noves plataformes digitals sonores als països occidentals

El sistema de quotes ha estat una de les principals eines del regulador per assegurar contingut local. Tanmateix, aquestes normes van ser concebudes en un marc menys competitiu i en un context on la ràdio era la principal forma de descobrir i consumir música. Des de l'expansió massiva dels mòbils intel·ligents amb l'aparició de l'iPhone (2007), el sector radiofònic, com tants d'altres, ha patit un seguit de canvis i transformacions tecnològiques que han impactat en les pràctiques de producció, distribució i consum, i han conduït a l'aparició de nous actors, formats i productes, que han posat en qüestió també el sistema de quotes o almenys la seva aplicació limitada a la radiodifusió clàssica.

Malgrat que, com és habitual, la regulació va sempre per darrere dels desenvolupaments tecnològics i del mercat, es constata en països culturalment propers un moviment de fons per intentar introduir obligacions de contingut en les plataformes sonores de distribució digital, sobre tot aquelles com Spotify, Apple Music o Deezer, on la persona usuària no crea ni distribueix contingut, a diferència de YouTube. S'observa també moviments per regular els nous ginyes tecnològics que fan d'intermediaris en l'escolta

de continguts sonors, com els altaveus intel·ligents (UK) o els gestors dels sistemes de comunicació i entreteniment dels automòbils (EUA).

Aquest moviment per regular els nous actors s'explica per tres factors principals. El primer, perquè les preocupacions dels actors polítics per preservar la cultura o la llengua en un món tecnològicament dominat per empreses globals continuen presents, malgrat la globalització. En aquest sentit, també el sector ho argumenta: si no s'apliquen les quotes a les plataformes de música en *streaming*, paradoxalment es podria debilitar els actors regulats dels quals depèn la política de diversitat tant lingüística com cultural (Joux, 2016, 2020). En segon terme, la indústria de la ràdio ho demana en observar que, sobretot Spotify, competeix no només per l'audiència, sinó també per la publicitat. Si es vol disposar d'una indústria local de distribució de continguts sonors que doni feina i respongui als trets locals, és bàsic protegir-la o almenys no perjudicar-la. A l'últim, la regulació es veu també impulsada pels usuaris que demanen que les emissores radiofòniques convencionals s'incorporin al catàleg de l'oferta de les plataformes digitals sonores d'ofici i en un lloc preferencial, per accedir-hi des del mòbil. Els usuaris de Spotify poden demanar millores a l'aplicació a través d'una web específica i una de les peticions amb més vots és la inclusió directa de les emissores de ràdio FM i OM a l'oferta de Spotify. La resposta de l'empresa de *streaming* és que no té plans per incorporar aquesta funció (figura 1).

Figura 1. Petició i resposta sobre la inclusió de la ràdio FM i AM a l'app de Spotify

[Radio] AM/FM Radio Streaming

Submitted by user-removed on 2015-12-19 03:54 AM

A suggestion like this has already been marked inactive, but I do believe that Spotify can be made a more complete service by incorporating AM and FM radio channel streaming. If it would be possible to add stations in to the radio feature, perhaps separating stations into two categories, live radio and Spotify radio, then Spotify would truly become the chosen one, giving users access to virtually every legal music listening service on the market. Listeners could use the feature for new popular music, news, and talk entertainment. Similar to the way the feature currently works, listeners could save their favorite stations, and browse through lists organized by genre, location, or amplitude/frequency. Feedback from people familiar with the way that radio stations would react to third-party streaming would be particularly appreciated to solve the business end of this proposal. Let's get this second attempt at implementing a good feature a shot at getting off the ground!

Status: Not Right Now

764 VOTED

Status Update

Updated on 2017-08-23

Hey @Rhuide! thanks for bringing your idea to the Spotify Idea Exchange. We don't have any plans to add AM/FM Radio options to Spotify at this time. We're going to mark this idea as 'Not Right Now', but it's still open for votes and feedback. If we have any updates on this we'll post here again, thanks!

Font: <https://scur.cat/FKD08F>

França: hi ha debat, però encara no regulació

Pel que fa a la regulació de l'*streaming* musical, a França les denúncies dels operadors de ràdio envers aquests competidors són freqüents per la discriminació que suposa que no se'ls imposi un sistema similar de quotes. En el document de l'Assemblea Nacional francesa esmentat més amunt (Provendier i Victory, 2019) ja s'hi planteja la necessitat d'imposar un sistema de quotes en aquests serveis digitals de continguts sonors, però s'admet que les quotes són inviablès a l'*streaming*, perquè, atès que és un model a petició, la persona consumidora les eliminaria de la seva *playlist* o en buscaria d'altres. No obstant això, els diputats expressaven que és legítim perseguir l'objectiu d'incrementar l'exposició de la *chanson* francesa en aquestes noves plataformes. En aquest sentit, se suggeria que en el futur es podria regular que les propostes editorials pròpies elaborades per les plataformes mateixes —com les *playlists* destacades o les recomanacions— incloguessin música francòfona, un mètode que podria aconseguir uns efectes similars a les quotes dels operadors radiofònics. Segons les dades d'Aguiar i Waldfogel (2018), si una cançó es afegida a la llista *Today's Top Hits*, amb 18,5 milions de seguidors al 2018, automàticament sumava 20 milions a les seves reproduccions, la qual cosa implicava un guany d'entre 116.000 i 163.000 dòlars. Afegien que la inclusió d'una cançó a les diferents llistes nacionals de les novetats dels divendres, "Novetats Divendres Catalunya", per exemple, augmenta de manera substancial la probabilitat d'èxit de la cançó, fins i tot en el cas de nous artistes.

Regne Unit: mantenir la ràdio en els nous ginyos

Potser el cas més interessant i avançat és el britànic. En primer lloc, cal explicar que al Regne Unit no existeixen quotes musicals, però sí de contingut. Cada emissora, en obtenir la llicència, s'ha compromès a emetre un tipus de programació musical o generalista molt concreta i definida, i a una certa quota de producció local de contingut. En el seu informe *Up Next. The Government's vision for the broadcasting sector*, publicat al 2022, el Govern del Regne Unit proposava actualitzar la llei de l'audiovisual del 1996 reformulant, o fins i tot eliminant, aquests requeriments (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022). Actualment, un canvi a la programació o el tipus de música emesa per una emissora implica justificar-lo davant del regulador, l'Ofcom, que pot fins i tot plantejar una consulta pública abans d'acceptar el canvi. Relaxar aquests processos permetria al Govern ser més exigent amb l'emissió de més informació local. Finalment, aquestes propostes del 2022 s'han inclòs en la proposta de llei que el Govern conservador va presentar el març del 2023 i que està en procés de tramitació al Parlament des del 8 de novembre (Media Bill, 2023). Es calcula que podria entrar en vigor a principis de l'estiu del 2024.²

En segon lloc, i potser el que és més interessant del cas britànic, són les mesures d'aquesta nova llei per regular i afavorir

la presència dels serveis de ràdio a través de les plataformes dels assistents de veu. Segons les dades oficials d'audiència, al voltant d'un terç de les llars del Regne Unit tenen accés a un altaveu intel·ligent (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2023). Però el que és més destacable és que la ràdio representa el 70% del consum de serveis d'àudio que s'escolta en aquests aparells (RAJAR, 2023a). Aquest seguiment alt de la ràdio tradicional en aquests nous dispositius es tradueix en una aportació del 14% del total d'escolta de la ràdio al Regne Unit (RAJAR, 2023b).

Davant aquesta situació, el Govern conservador interpreta que hi ha un risc potencial de desequilibri de forces a favor de les plataformes i en contra de les emissores de ràdio. Per garantir que en endavant l'accés a la ràdio a través d'aquests ginyos estigui protegit, s'ha decidit regular-lo. Actualment, als operadors d'Alexa (Amazon), HomePod (Apple) o Google Nest els interessa que els serveis de ràdio estiguin incorporats a la seva oferta de continguts d'àudio, perquè són serveis atractius per als usuaris que en fan un gran ús, però en el moment en què això pugui canviar i els altaveus tinguin més serveis i la ràdio tradicional no sigui tan important com a *killer application*, els operadors dels altaveus podrien començar a posar-hi condicions, com cobrar per estar incorporats a la seva oferta, participar dels ingressos publicitaris de les emissores o incloure la seva pròpia publicitat, vulnerant la integritat de les emissions radiofòniques.

Així, doncs, la nova llei proposa unes mesures que tenen com a objectiu garantir: a) que els serveis de ràdio estan disponibles en aquests ginyos i que els usuaris els poden trobar fàcilment; b) que són rebuts en integritat, és a dir, sense contingut afegit com a publicitat incorporada per les plataformes, i c) que les emissores poden especificar el sistema o la ruta a través de la qual es fan arribar al públic (Media Bill, art 362BI).

En concret, proposa les mesures següents:

1. *Must facilitate*: garantir la presència en aquests ginyos d'aquelles emissores de ràdio que demanin a l'Ofcom estar-hi disponibles.
2. *No cost access*: que no hi hagi costos associats per aquesta presència.
3. *Findability*: assegurar que els oients tindran l'emissora que demanen quan fan la petició oral a l'altaveu intel·ligent.
4. *Integrity of service*: impedir que les plataformes insereixin o superposin el seu propi contingut en els continguts de les emissores.
5. *Default route*: garantir que la persona oient accedeixi a l'emissora que demana a través de l'agregador preferit per l'emissora (ex.: BBC Sounds), si no és que vol un altra via o la via que demana és molt difícil d'implementar.

L'Ofcom seria l'encarregada de vigilar l'acompliment d'aquests principis i d'elaborar-ne les normes i les guies concretes i detallades. Aquests cinc principis són molt favorables a la indústria de la ràdio i són un model que es podria aplicar al

sistema d'entreteniment dels vehicles, a les aplicacions com Spotify o Apple Music o qualsevol sistema de transmissió per IP, i als televisors intel·ligents.

Canadà: l'*streaming* ha d'oferir contingut canadenc

Com tants altres països, el Canadà també ha endegat una reforma regulatòria profunda de l'audiovisual per adaptar-la a les noves dinàmiques i als nous actors. El primer pas ha estat incloure les plataformes digitals en la regulació audiovisual, que ha transformat l'antiga Broadcasting Act (1991) en l'aprovada recentment Online Streaming Act (2023), on, segons el Govern, es prioritzen les necessitats i els interessos dels canadencs, i es busca més inclusió de la diversitat en la programació de la televisió i la ràdio. La novetat, com el seu nom indica, és que inclou les empreses que fan *broadcasting* des d'internet i, per tant, passen a estar regulades per la Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC). Ara, el regulador pot imposar-los condicions per desenvolupar les seves activitats en el país, com ara emprar talent local, invertir en contingut canadenc i/o millorar la *discoverability*, és a dir, la capacitat de trobar contingut canadenc en aquestes plataformes.

La CRTC admet que no pot manar als operadors de serveis de *streaming* l'ús específic d'algoritmes per promoure contingut canadenc, però defensa que hi ha altres sistemes més senzills, com ara incloure campanyes promocionals o destacar en les pàgines inicials aquest tipus de contingut. En tot cas, està previst debatre amb els actors implicats per determinar quines són les millors eines per donar suport a la música canadenc, mitjançant una consulta pública específica a la primavera del 2025 que tractarà sobre “tots els aspectes de la ràdio i els serveis de *streaming* d'àudio del Canadà... [i]... com donar suport a la indústria, a la música canadenc, com definir el contingut d'àudio i quines obligacions legals s'haurien d'implementar” (CRTC, 2023).

Austràlia: propostes de regulació

El 2019 la Comissió de Comunicacions i les Arts del Parlament d'Austràlia va elaborar un informe, ja esmentat, sobre la indústria musical australiana en què, entre altres recomanacions, demanava als serveis musicals de *streaming* que treballessin amb la indústria musical del país per augmentar el contingut australià a les llistes de reproduccions i garantir que els ciutadans tenen accés a contingut local (The Parliament of the Commonwealth of Australia, 2019). Com a eines que servirien per assolir aquest objectiu proposava:

- Contractar expert locals dedicats a seleccionar o editar contingut australià.
- Garantir que el contingut australià està representat de manera adequada a les llistes de reproducció locals seleccionades.

- Destacar els artistes australians en les accions promocionals vers els usuaris, de manera interna, i a través dels canals de màrqueting, vers l'exterior.

A banda d'aquest informe, el Govern australià està treballant per adaptar les polítiques de contingut a la nova era de l'*streaming*. Tony Burke, el ministre federal d'Arts, va suggerir canvis en els algoritmes dels serveis de *streaming* com Spotify i Apple Music, per garantir que les cançons i els artistes australians siguin més destacats, tenint en compte que, segons dades del Govern mateix, el 67% de la música consumida al país va ser a través de l'*streaming* durant el 2021 (Quinn i Crowe, 2023). Aquesta iniciativa s'emmarca dins de la política cultural nacional del Govern, anomenada *Revive*, que, entre altres accions, busca ajudar la indústria musical australiana a través d'iniciatives estratègiques, associacions industrials, recerca, desenvolupament de competències i promoció d'exportacions (Office for the Arts, 2024). Els representants de la indústria musical han anat més enllà i han demanat que s'imposi als serveis de *streaming* una quota del 25% de música australiana (AGSC/APRA/AMCOS, 2022).

Altres opcions regulatòries per preservar la ràdio

Més enllà de les iniciatives de cada país, existeixen des de fa anys fórmules jurídiques que poden ser útils per a l'objectiu de preservar el sector radiofònic local davant les plataformes digitals sonores i la seva competència per l'audiència i el mercat publicitari.

En primer lloc, una opció és l'eina legal de la Digital Markets Act (DMA), que permet restringir les activitats de les empreses tecnològiques considerades crucials a l'hora de proporcionar serveis digitals. Aquestes empreses, anomenades *gatekeepers*, no poden prioritzar els seus propis serveis —inclosos els d'àudio— a les seves plataformes ni imposar condicions de serveis injustes a les empreses o als usuaris finals. En aquest sentit, una norma d'aquest tipus adaptada al món sonor seria positiva, perquè permetria un entorn obert i no discriminatori per a les emissores de ràdio que es vulguin vehicular a través d'aquestes plataformes i ginyos digitals.

Un segon concepte que es podria recuperar és el de *must carry*, que obligava i obliga a les plataformes de distribució (com ara operadors de cable o satèl·lit) a incloure contingut de certes emissores locals o nacionals en les seves ofertes audiovisuals. Aquest concepte és similar al *must facilitate* que utilitza el Regne Unit a la seva Media Bill esmentada més amunt o al *must offer* dels EUA. La diferència principal és que el concepte de *must carry* és obligatori i no condicionat a la petició de l'operador, mentre que el *must facilitate* o *must offer* l'ha de demanar l'emissora perquè sigui efectiu.

Un exemple de *must carry* a la legislació espanyola el trobem a la Llei de Telecomunicacions del 2003, que ha estat replicada

a la Llei de Telecomunicacions del 2022, la vigent actualment, a la disposició addicional 7a:

“Mediante orden de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital se podrá imponer exigencias razonables de transmisión de determinados canales de servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos, así como exigencias de transmisión de servicios complementarios para posibilitar el acceso adecuado de los usuarios con discapacidad, a los operadores que exploten redes de comunicaciones electrónicas utilizadas para la distribución de servicios de comunicación audiovisual al público, si un número significativo de usuarios finales de dichas redes las utiliza como medio principal de recepción de programas de servicios de comunicación audiovisual, cuando resulte necesario para alcanzar objetivos de interés general claramente definidos y de forma proporcionada, transparente y periódicamente revisable”.

Una tercera fórmula jurídica que es podria emprar és aplicar al sector sonor l'obligació d'incorporar i de destacar el contingut local imposada a les grans empreses de *streaming* audiovisual. La Directiva de Serveis de Mitjans Audiovisuals de la UE (2018) especifica (article 13) que els proveïdors de serveis audiovisuals a la carta han de tenir un mínim del 30% d'obres europees en els seus catàlegs i n'han de garantir la preeminència. Per tant, a Europa es permet restringir la llibertat d'empresa imposant decisions editorials per assolir un objectiu cultural i industrial. La preeminència, segons es descriu en el considerant 35, pot ser garantida per mitjà d'una secció específica d'obres europees, a través de la possibilitat de buscar per obres europees en el cercador del servei o mitjançant la promoció de la plataforma mateixa. Malauradament, la Directiva només cobreix serveis de radiodifusió televisiva i a petició, i no inclou els serveis radiofònics, però aquest principi ja no és aliè al dret comunitari i es podria aplicar al sector radiofònic, si hi ha voluntat política.

Conclusions

Com en tants altres sectors econòmics, la regulació radiofònica del contingut s'ha trasbalsat per l'aparició de les plataformes digitals de distribució. En un món antic d'escassetat, el sector radiofònic privat va acceptar l'establiment d'unes quotes de contingut local, sobretot musical, a canvi d'una protecció contra una competència excessiva. De l'anàlisi presentada fins aquí se'n desprèn que les quotes són habituals en els països pròxims culturalment i que s'apliquen amb flexibilitat segons el tipus d'emissora, tot i que en el decurs dels anys s'han fet més complexes.

Tanmateix, l'aparició de les plataformes digitals sonores ha introduït uns actors nous i potents que fan trontollar aquest *quid pro quo*. Davant aquest nou escenari, els reguladors s'han

de preguntar si les quotes no estan ofegant les emissores musicals locals. Cal definir quins són els objectius a l'hora de regular-les i com es combinen: protegir la llengua, la cultura o la indústria local. Perquè, recordem-ho, la ràdio és local – inversions, treballadors, propietaris, publicitat, etc.– i és un sector en què, per exemple, Catalunya té competències. A més, en el cas català, és el mitjà de comunicació amb més consum en llengua pròpia, amb un 72%, i, per tant, seria lògic que se'n tingués una cura especial (Departament de Cultura, 2024).

La majoria de països analitzats estan estudiant la introducció de mesures per no perdre aquest contingut local en els nous operadors sonors, però el Regne Unit ha fet un pas més enllà i ha possibilitat la introducció sense cost de les emissores radiofòniques als altaveus intel·ligents; amb aquest sistema no és perd el que s'ha guanyat amb les quotes de contingut imposades a les ràdios privades. A banda, es poden imposar també sistemes de selecció i promoció de contingut local a les plataformes digitals sonores, com es fa a les audiovisuals. Les eines legals hi són, només cal voluntat política. Caure en el parany de fer només polítiques de promoció o de finançament de continguts locals és un error. Cal tenir molt clar que només tenen èxit si s'erigeix un sistema que permeti incorporar-los a les xarxes de distribució més utilitzades pels usuaris. El cas de les polítiques de suport al doblatge i a la subtitulació del cinema en català n'és un exemple palmari: la inclusió obligatòria o voluntària dins de les ofertes de les OTT és clau per la seva eficàcia i l'assoliment dels objectius culturals i lingüístics.

Notes

1. Aquest article deriva d'una recerca finançada per l'Associació Catalana de Ràdio (ACR) sobre la regulació internacional de la ràdio.
2. La Llei es va promulgar el 24 de maig del 2024, posterior a l'elaboració d'aquest article.

Referències

- AGSC/APRA/AMCOS. (2022). *Streaming Services reporting and investment scheme*. <https://scur.cat/X474Z8>
- Aguilar, L., i Waldfogel, J. (2018). *Platforms, Promotion, and Product Discovery: Evidence from Spotify Playlists*. National Bureau of Economic Research. <https://scur.cat/5C5Z4Y>
- AIMC. (2024). *Marco General de Medios 2024*. <https://scur.cat/X4Z6NL>
- Arboledas, L. (2009). Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64. <https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-870-894-925>

- Arboledas, L. i Bonet, M. (2013). Radio on the Iberian Peninsula: Autarky, revolution and convergence. *International Communication Gazette*, 75(2), 205-224. <https://doi.org/10.1177/1748048512465557>
- Arboledas, L. i Bonet, M. (2014). The Radio in Spain: European Appearance, Franco's Legacy. *Javnost - The Public*, 21(1), 85-100. <https://doi.org/10.1080/13183222.2014.11009141>
- Arcom. (2023). *Projet Stratégique 2023/2025. Construire la régulation audiovisuelle et numérique de demain*. <https://scur.cat/MCFNL4>
- Bonet, M., i Guimerà, J. À. (2016). When efficiency meets clientelism: Spectrum management policy and broadcasting model – The Spanish case. *European Journal of Communication*, 31(4), 411-425. <https://doi.org/10.1177/0267323116655511>
- Bonet, M., Fernández-Quijada, D., i Ribes, X. (2011). The Changing Nature of Public Service Radio: A Case Study of iCat fm. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 177-192. <https://doi.org/10.1177/1354856510394593>
- Bordes, J.-M. (2014). *L'exposition de la musique dans les medias. Rapport de Jean Marc Bordes a Aurelie Filippetti, Ministre de la Culture et de la Communication*. <https://scur.cat/XH7GEB>
- Chinchilla-Marín, C.C. (1999). El régimen jurídico de las emisoras comerciales de radio. *Quaderns del CAC*, 2(4).
- Commercial Radio Australia. (2018). *Commercial Radio Code of Practice*. <https://scur.cat/3Y0E4Y>
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2024). *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya*. (26). CAC. <https://scur.cat/D68JKN>
- Costa Gálvez, L. (2017). 'There's a star man waiting in the sky': How does public radio approach under-the-radar musicians in the United Kingdom and Spain? *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 15(1), 65-88. https://doi.org/10.1386/rjao.15.1.65_1
- Cousido, M.D.P. (2022). El actual régimen iusinformativo de la radiodifusión española. Cambios legales, políticos, jurisprudencia y doctrina menor significativa (1980-2021): El caso de Radio Nacional de España y la Corporación Radiotelevisión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 907-920. <https://doi.org/10.5209/esmp.82294>
- CRTC. (2022). *Revised Commercial Radio Policy [politiques regulatòries]*. <https://crtc.gc.ca/eng/archive/2022/2022-332.htm>
- CRTC. (2023). *Regulatory plan to modernize Canada's broadcasting framework*. <https://crtc.gc.ca/eng/industr/modern/plan.htm>
- CRTC. (2024). *Canadian content requirements for music on Canadian radio* [Consumer information]. https://crtc.gc.ca/eng/cancon/r_cdn.htm
- CSA (2021). *Consultation publique sur les quotas de chansons d'expression française à la radio*. <https://scur.cat/KJBEXB>
- Departament de Cultura (2024). *Estadístiques culturals de Catalunya 2024*. <https://drac.cultura.gencat.cat/handle/20.500.12368/33000>
- Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2022). *Up Next. The Government's vision for the broadcasting sector*. <https://scur.cat/8Y4C4F>
- Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2023). *Regulation of radio services across voice assistant platforms. Impact Assessment*. <https://scur.cat/XXGYEK>
- Domènech-Costafreda, G. (2000). Procediments de concessió de llicències de ràdio i televisió. *Quaderns del CAC*, 3(8), Article 8.
- Fernández Alonso, I. (2003). La política radiofónica en España (1996-2003). *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, V(3), 146-161.
- Gallego, J.I. (2016). Una mirada a la diversidad en las industrias radiofónica y musical en España. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 21, 139-155. <https://doi.org/10.5209/CIYC.52879>
- García Caba, M.M. (2023). El Derecho a la información radiofónica de los partidos del fútbol profesional y su reciente interpretación por el Tribunal Constitucional. *Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento*, 81, 5.
- García, J.G. (2021). 40 años de obstáculos a las radios comunitarias en España (1979-2021). *Historia y Comunicación Social*, 26(2), Article 2. <https://doi.org/10.5209/hics.77114>
- Homan, S. (2013). From Coombs to Crean: Popular music and cultural policy in Australia. *International Journal of Cultural Policy*, 19(3), 382-398. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.788164>
- InfoAdex (2024). *Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2024. Resumen*. <https://scur.cat/FE4LHY>
- Joux, A. (2016). La régulation des industries culturelles à l'heure d'Internet et les enjeux pour la diversité culturelle: Le cas des quotas radiophoniques français. *Global Media Journal Canadian Edition*, 9(1), 37-50.
- Joux, A. (2020). Le streaming musical, un révélateur des enjeux de la diversité culturelle. *Hermès*, 86(1), 275. <https://doi.org/10.3917/herm.086.0275>
- Lema Blanco, I. (2020). La deficient regulació a Espanya dels mitjans de comunicació comunitaris: El cas de Cuac FM. *Quaderns del CAC*, 23(46), 57-64.
- Machill, M. (1996). Musique as Opposed to Music: Background and Impact of Quotas for French Songs on French Radio. *Journal of Media Economics*, 9(3), 21-36. https://doi.org/10.1207/s15327736me0903_2

- Meda González, M. (2015). *El tratamiento de los medios comunitarios en el marco de la Ley General de la Comunicación Audiovisual* [Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias de la Información]. <https://scur.cat/96MPH3>
- Media Bill, 8, UK Parliament, 58/4 (2023). <https://scur.cat/X30Z3E>
- Office for the Arts. (2024). *A new National Cultural Policy* | Office for the Arts. <https://www.arts.gov.au/what-we-do/new-national-cultural-policy>
- Peñafiel, C., Casado, M.Á., i Fernández, L. (2005). La radiodifusión en la Comunidad Autónoma Vasca: Un modelo de concentración. *ZER*, 10(18), 43-66.
- Pérez-Martínez, J. E. i Reguero Jiménez, N. (2021). Libres y comunitarias: Medio siglo de radio alternativa en España (1976-2020). A: A. Barranquero, i C. Sáez Baeza (Coords.). *La comunicación desde abajo: Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España* (pp. 71-97). Gedisa.
- Provendier, F., i Victory, M. (2019). *Mission « flash » sur les quotas de chansons francophones applicables aux radios privées*. Assemblée Nationale. Commission Affaires Culturelles et de l'Éducation. <https://scur.cat/X0PPJ3>
- Quinn, K., i Crowe, D. (2023, febrer 1). Hey Spotify, the Australian government could be coming for you next. *The Sydney Morning Herald*. <https://scur.cat/5J3K2N>
- RAJAR. (2023a). *Measurement of Internet Delivered Audio Services (MIDAS)*. https://www.rajar.co.uk/docs/news/MIDAS_Spring_2023.pdf
- RAJAR. (2023b). *Rajar Data Release. Q3 2023*. <https://scur.cat/90PZG8>
- SNEP. (2019). *Produire en France. Bilan 2018 du marché de la musique enregistrée*. Syndicat National de l'Édition Phonographique. <https://scur.cat/JZY3Y2>
- SNEP. (2023). *La production musicale française en 2022 une tendance positive, des performances à consolider*. Syndicat National de l'Édition Phonographique. <https://scur.cat/HCALOH>
- The Parliament of the Commonwealth of Australia. (2019). *Report on the inquiry into the Australian music industry*. <https://scur.cat/AJL3CM>
- Véronique, J., i Martiréné, I. (2018). *Indicateurs de la diversité musicale dans le paysage radiophonique*. Observatoire de l'Économie de la Musique. <https://scur.cat/F2CCP3>