Diari de Girona

DIMECRES, 22 D'AGOST DE 2007 FUNDAT EL 1889 NÚM. 20.484 PREU: 1 EURO

MÚSICA

Una ràdio gironina adreçada al turisme opera amb 4 freqüències a la Costa Blanca

Un estudi diu que **Xtra FM ja és coneguda pel 30%** dels residents anglesos i holandesos

Joaquim Bohigas, Girona

Xtra FM, amb seu a Sant Feliu de Guíxols, està operant des de fa poc més d'un any al mercat radiofònic de la província d'Alacant amb quatre freqüències situades a l'àrea geogràfica de la Costa Blanca: Dènia (91.0 FM), Moraira (101.5), Altea (91.5) i Benidorm (92.7). Xtra FM, adreçada al turisme, va començar emetent a l'Alt Empordà i ara té dues freqüències a Girona: Figueres (106.5 FM) i Sant Feliu de Guíxols (101.3).

Un estudi d'Infortècnica, fet el desembre de 2006, diu que Xtra FM ja és coneguda pel 30% dels residents anglesos i holandesos de la Costa Blanca. També ha aconseguit una ràpida penetració entre la població espanyola. Infortècnica els ha atorgat, en l'esmentat àmbit territorial, 17.000 oients.

Segons l'estudi, el perfil de públic de l'emissora és ampli encara que amb puntes d'audiència en el tàrget de joves i edat intermitja. L'informe justifica els bons resultats en audiència per la «bona oferta musical». La ràdio gironina empra el format Fresh Feelgood, amb grans èxits dels 70, 80 i 90, entesa com a adaptació de l'homònim Adult Contemporary. Això vol dir *«música sense estridències»*, en paraules del director gerent, David González, que no significa renunciar al ritme, *«sobretot als mesos d'estiu»*.

Hi ha dues «versions» del format, amb diferències poc significatives, a partir de la zona territorial en què s'opera. A la Costa Brava, el format és complementat, puntualment, amb els *top hits* –èxits del moment– de la cançó espanyola, mentre que a la Costa Blanca programen *oldies*: grans èxits del passat.



ANIOL RESCLOSA

TAULA. David González i Mònica Anglada, als estudis gironins de Xtra FM.

També hi ha publicitat i butlletins informatius –en diferents idiomes– diferenciats, i una imatge corporativa arrelada a cadascun dels territoris. No hi ha programes de contingut, ni espais en directe. Per tant, absència de locutors. Tot està automatitzat.

No es pot considerar que realitzin emissió simultània a causa de la publicitat territorialitzada. Com que a la Costa Blanca, on hi ha uns estudis, hi ha més publicitat, hi ha un desfasament en l'emissió de peces musicals. Tot i això, l'emissora d'Alacant es pot gestionar des de Girona via informàtica.

El projecte de Xtra FM és fruit d'exhaustius estudis previs, que permeten saber les característiques dels mercats, des de l'audiència a l'economia del territori. És a favor de la ràdio gironina l'elevat percentatge de persones de països europeus que han convertit la Costa Blanca en residència habitual durant diversos mesos a l'any. Això ha creat una economia local –immobiliàries, establiments de restauració...– enfocada a satisfer les necessitats d'aquestes persones. Una altra de les variables en què la ràdio gironina ha incidit és la qualitat de so de l'emissió per ones hertzianes i Internet. L'estudi d'Infortècnica també recull la qualitat òptima de recepció de Xtra FM.

El format no sols significa la selecció d'un tipus de música, sinó també treballar la «forma», com ara les transicions o les insercions comercials, fet que implica el disseny d'indicatius i ràfegues, entre d'altres, a fi d'explicitar unitat i identitat en el producte radiofònic que després serà emès per ser escoltat.

Un format importat d'Holanda

El projecte de Xtra FM va començar el 2000 en associar-se David González i Kees Nijssen, i «importar» d'Holanda un format aleshores inèdit a l'Estat espanyol. Es considera que Holanda és un «laboratori» de la ràdio europea. Xtra Fm és un exemple d'emissora urbana. Des d'aleshores, el format ha variat en el tipus de música delimitada, passant de cercar un tàrget merament juvenil a un de més adult no excloent.

La nova temporada radiofònica, que comença al setembre, portarà nova imatge corporativa, certs canvis en els informatius i una nova campanya publicitària.