

AUTOR: María Victoria Gabilondo García del Barco

 <http://orcid.org/0000-0002-6664-383X>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica.
Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional: Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

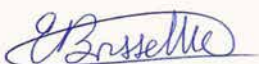
Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA); riuma.uma.es

AUTORIZACIÓN DE LOS DIRECTORES DE TESIS PARA SU PRESENTACIÓN

Dr. Demetrio E. Brisset Martín y Dr. Manuel Chaparro Escudero, como directores de la tesis "LAS EMISORAS MUNICIPALES EN ANDALUCÍA: Proximidad y rentabilidad social (1979- 2014)", realizada en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, por la doctoranda María Victoria Gabilondo García del Barco, autorizan la presentación de la citada tesis, dado que reúne las condiciones necesarias.

En Málaga, a 26 de octubre de 2015

Firmado:



Dr. Demetrio E. Brisset Martín



Dr. Manuel Chaparro Escudero

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

EMISORAS MUNICIPALES EN ANDALUCÍA PROXIMIDAD Y RENTABILIDAD SOCIAL (1979-2014)

TESIS DOCTORAL DE

-

**María Victoria Gabilondo
García del Barco**

DIRIGIDA POR:

-

**Demetrio Brisset Martín
Manuel Chaparro Escudero**

Málaga, 2015





ÍNDICE

I Introducción

■ 21

II Objeto de estudio

■ 24

III Metodología

■ 26

IV Agradecimientos

■ 32

1. Marco teórico conceptual

1.1. Comunicación/Información

■ 39

1.2. Comunicación alternativa

■ 45

1.3. Comunicación local de proximidad

■ 53

1.4. Derecho a la comunicación y derechos culturales

■ 57

1.5. Derecho a la comunicación local de proximidad

■ 64

1.6. Concentración y pluralismo

■ 68

1.7. Comunicación y desarrollo

■ 73

1.8. Indicadores de rentabilidad social

■ 83

2. Contexto de las Emisoras Municipales

2.1. El sector público de la radio: de lo macro a lo meso y micro medios

■ 95

2.2. Características del panorama mediático en Andalucía

■ 98

2.3. Los desafíos de la comunicación de proximidad ante la convergencia tecnológica

■ 103

2.4. Cambios en la demanda informativa

■ 107

2.5. Hábitos de acceso y uso de los medios audiovisuales en Andalucía

■ 109

3. Evolución histórica de las Emisoras Municipales en Andalucía

3.1. Las primeras experiencias de comunicación de proximidad en la España predemocrática

■ 121

3.1.1. La aparición de los movimientos vecinales y urbanos

■ 121

3.1.2. Las incipientes experiencias locales de comunicación social

■ 123

3.1.3. La vertebración territorial y los medios locales de comunicación social

■ 127

3.2. La ordenación democrática de los medios locales de comunicación social

■ 129

3.2.1. El Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora de 1978

■ 129

3.2.2. Primeras iniciativas autonómicas: Catalunya, País Vasco y Andalucía

■ 131

3.3. Las Emisoras Municipales en Andalucía: primeras experiencias en los años 80

■ 134

3.3.1. El Estatuto de Autonomía en Andalucía alienta la creación de Emisoras Municipales en 1983

■ 134

3.3.2. Las primeras concesiones autonómicas de radiodifusión en el año 1984

■ 138

3.3.3. Situación de las Emisoras Municipales en funcionamiento en el año 1984

■ 145

3.4. La consolidación del sistema público de comunicación social en Andalucía

■ 148

3.4.1. La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) y el Plan Técnico Nacional de 1989

■ 148

3.4.2. El asociacionismo de las Emisoras Municipales: la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMA)

■ 150

3.4.3. Las Emisoras Municipales en funcionamiento en el año 1989

■ 153

3.5. Legislación y gestión de los medios locales

■ 155

3.5.1. El impulso de la Ley de Organización y Control de las Emisoras Municipales (LOCEM) y el Decreto 202/1991 de la Junta de Andalucía

■ 155

3.5.2. Situación de las Emisoras Municipales al amparo de la LOCEM entre 1996-1998

■ 158

3.5.3. Representación de los gobiernos locales: Emisoras Municipales en 1998

■ 159

3.5.4. Distribución geográfica de las Emisoras Municipales en 1998

■ 161

3.6. El actual marco legal de los medios de comunicación: presente y futuro de los medios locales de proximidad

■ 163

3.6.1. La Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010

■ 163

3.6.2. Andalucía, propuestas para una Ley del Audiovisual

■ 165

4. Situación actual de las Emisoras Municipales en Andalucía

4.1. Distribución de las licencias de las Emisoras Municipales en 2014

■ 175

4.1.1. Licencias en Andalucía Occidental/Oriental

■ 177

4.1.2. Licencias por provincias

■ 178

4.1.3. Licencias por rangos de población

■ 180

4.2. Clasificación de las licencias de las Emisoras Municipales en función de su situación

■ 182

4.2.1. Categorías establecidas para el análisis de las Emisoras Municipales

■ 183

4.3. El Mapa de las Emisoras Municipales

■ 185

4.3.1. Emisoras Municipales en Andalucía Occidental/Oriental

■ 188

4.3.2. Emisoras Municipales por provincias

■ 190

4.3.3. Emisoras Municipales por rangos de población

■ 192

4.3.4. Emisoras Municipales por comarcas

■ 194

4.4. Evolución de las Emisoras Municipales en funcionamiento a 2014

■ 199

4.4.1. Crecimiento del número de Emisoras Municipales en funcionamiento

■ 199

4.4.2. Evolución de las Emisoras Municipales en funcionamiento por provincias

■ 200

4.4.3. Cambios en las Emisoras Municipales por su gobierno corporativo

■ 202

4.5. La gobernanza política en el Mapa de las Emisoras Municipales

■ 204

4.5.1. Reparto de licencias en Andalucía Occidental/ Oriental y por provincias

■ 204

4.5.2. Gobiernos corporativos de las Emisoras Municipales por categorías

■ 205

4.6. La externalización y cierre en las Emisoras Municipales

■ 208

4.6.1. La externalización: responsabilidad política de las corporaciones municipales

■ 208

4.6.2. Variaciones de la externalización en el Mapa de las Emisoras Municipales en 2014-2015

■ 208

4.6.3. Casos de externalización y cierre de emisoras

■ 213

4.6.4. Nuevo Mapa de las Emisoras Municipales: elecciones municipales de mayo de 2015

■ 216

5. Rentabilidad social y participación ciudadana en las Emisoras Municipales Operativas

5.1. Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM)

■ 227

5.1.1. Definición de campos, sub-indicadores y puntuación de la rentabilidad social en las Emisoras Municipales

■ 230

5.1.2. Criterios de valoración de la Rentabilidad Social con el IRSCOM

■ 237

5.1.3 Grupo de Emisoras Municipales Operativas evaluadas con el IRSCOM

■ 239

5.2. Resultados de la aplicación del IRSCOM

■ 241

5.2.1. Resultados en Gestión

■ 241

5.2.2. Resultados en Capital Social

■ 245

5.2.3. Resultados en Articulación Territorial

■ 246

5.2.4. Resultados en Programación

■ 248

5.2.5. Resultados en Presencia en Internet

■ 252

5.2.6. Resultados en Infraestructura

■ 254

5.3. Ranking de resultados del IRSCOM

■ 256

5.3.1. Ranking de IRSCOM de las emisoras mejor clasificadas en abril 2014

■ 256

5.3.2. Comparativa ranking IRSCOM de las emisoras en 2014-2015

■ 258

5.4. Internet: una oportunidad para incidir en la participación ciudadana

■ 260

5.4.1. Presencia de las Emisoras Operativas en Internet a través de redes sociales *online*

■ 264

5.4.2. La incidencia de la marca de las Emisoras Municipales Operativas en Internet

■ 266

5.5. El uso de recursos audiovisuales y contenidos *online* por las Emisoras Municipales Operativas

■ 268

5.5.1. Tipología de contenidos y recursos audiovisuales utilizados en las redes sociales *online*

■ 269

5.5.2. Frecuencia de actualización de las redes sociales *online*

■ 274

5.6. Actividad de los usuarios, amigos y seguidores de las Emisoras Municipales en su actividad *online*

■ 276

5.6.1. Respuestas y participación de los usuarios de las redes sociales *online*

■ 276

5.6.2. Amigos y seguidores de las Emisoras Municipales Operativas en Facebook y Twitter

■ 277

6. Conclusiones

6.1. Conclusiones

■ 285

7. Bibliografía

7.1. Libros / monografías

■ 305

7.2. Revistas/Actas de congresos

■ 310

7.3. Material consultado en Internet

■ 317

8. Anexos

8.1. Listado de Tablas y Gráficos

■ 329

8.2. Listado de Anexos

■ 332

8.3. Anexos

■ 335





I	Introducción
II	Objeto de estudio
III	Metodología
IV	Agradecimientos

I Introducción

La presente tesis doctoral examina las Emisoras Municipales (E.M.) en Andalucía entre 1979 y 2014. Los datos recabados en la investigación nos permiten realizar un recorrido histórico y entender la evolución de las E.M. hasta la actualidad. Con la aprobación de la Constitución de 1978 se inició una nueva etapa en la organización del territorio, en las comunicaciones y en el régimen de libertades. Si bien la mayoría de las licencias fueron otorgadas a partir de 1992, el comienzo de la actividad de las E.M. se realizó en los años de la Transición y estuvo impulsada por los primeros ayuntamientos democráticos.

La investigación intenta ofrecer una doble aportación: evidenciar y dar visibilidad a la labor realizada por estos medios locales públicos desde sus inicios, en su apuesta por una comunicación horizontal y participativa; y una segunda aportación, que sería abogar por una clara defensa de los medios de proximidad. Y en este sentido, valorar la comunicación de proximidad pública que se realiza en la región, conocer e incidir en la realidad de los medios de proximidad, en la rentabilidad social y en las prácticas comunicativas.

Portanto, se hace necesario revisar la situación actual, en la que el crecimiento de la oferta de medios de comunicación no ha propiciado una mejor comprensión de la realidad. La difusión de determinados imaginarios parece defender más los intereses de las grandes empresas que la de los ciudadanos y, por otro lado, se observa un estado que distancia cada vez más la posibilidad de una mayor participación ciudadana en los grandes medios, al mismo tiempo que se debilitan las funciones democratizadoras, que fundamentaron su surgimiento, y la responsabilidad social con sus públicos, que creyeron en la posibilidad de tener un mayor acceso a la comunicación/información.

Se ha instalado la inmediatez, impuesta por un mercado orientado al consumo, de satisfacciones urgentes y globalizadas; una inmediatez liderada por las grandes corporaciones y medios de comunicación de masas, que se felicitan partiendo de índices de calidad y responsabilidad diseñados por ellos mismos.

Entendemos la comunicación como un conjunto de procesos y de estrategias comprometidas en desarrollarse en su función de dinamización y vertebración social y territorial, que apuesta por una sociedad más justa, en la que la participación democrática y horizontal sea un factor de empoderamiento que influya en la transformación y sea partícipe de ella, y que genere tejido social.

Consideramos así que los medios no sólo facilitan información, sino que son a su vez impulsores en la construcción de la opinión pública, al tiempo que ponen en valor el territorio y su cultura permitiendo construir identidad y contribuyendo a la movilización e integración de la economía local que deviene en progreso. Los medios asumen el papel de los comunicadores como agentes y facilitan dinámicas inclusivas, dando lugar a propuestas articuladoras y teniendo siempre en cuenta los intereses y las necesidades de la audiencia y el respeto por los derechos humanos, culturales y de comunicación de los pueblos.

La crisis económica de estos últimos años y las demandas sociales y políticas están reconfigurando el mapa social y político no solo de Andalucía sino de España. El clima cultural se encuentra afectado por medidas difíciles de asimilar por sus actores. Hoy se habla del final del periodo de la Transición, o del inicio del cambio de siglo. Puede que sea así.

La trayectoria de las Emisoras Municipales en Andalucía se erige como un ejemplo en defensa de los medios de comunicación públicos en el actual entorno mediático y social. En estos años han permitido estimular los espacios locales y comunitarios en el compromiso entre ciudadanos y han puesto en valor una convivencia compartida que fortalece la vulnerabilidad a la que se enfrentan nuestras comunidades en la búsqueda de una comunicación que sea legible y le dé sentido a las experiencias propias.

La tensión que se produce entre lo local y lo global en la actualidad ha propiciado una renovación del espíritu participativo de los ciudadanos. Los medios de

proximidad, en el caso de las radios, también han reordenado sus procesos de producción y emisión con motivo del uso de Internet.

Los cambios sociales y políticos están diseñando un mapa nuevo de las Emisoras Municipales en Andalucía. Por eso, esperamos que los compromisos sociales y culturales de las nuevas agrupaciones políticas se reflejen en una mejora del espacio radioeléctrico público, y que promuevan aún más esta comunicación pública de cercanía.

Por último, queremos que este estudio pueda representar un reconocimiento al esfuerzo y el trabajo realizado por todos los implicados en la labor de las Emisoras Municipales en Andalucía durante estas décadas pasadas; una forma de gratitud a los ciudadanos que las han mantenido vivas, a las organizaciones que apoyan esta actividad y a todos aquellos que apuestan por una comunicación de proximidad.

II Objeto de estudio

Se trata de definir el marco actual de las Emisoras Municipales en Andalucía como medios de alternativos de proximidad, en su contribución a la vertebración social y construcción democrática y en el aprovechamiento del ecosistema mediático.

Para cumplir nuestro objetivo principal, hemos concretado otros factores a tener en cuenta en el desarrollo de la investigación. Con el fin de entender este proceso, se han determinado los siguientes objetivos específicos.

Objetivos específicos

-Definición y análisis de los conceptos de comunicación/información, comunicación alternativa, derecho a la comunicación y la cultura; e incidencia de los modelos de desarrollo impuestos en la concentración de medios frente al pluralismo.

-Realizar el estudio historiográfico de las Emisoras Municipales en la región, desde sus inicios en los años 70, a partir de las demandas sociales surgidas en los primeros ayuntamientos democráticos, hasta la actualidad.

-Hacer un seguimiento a las políticas públicas de comunicación y legislación a lo largo del periodo de estudio.

-Dar a conocer el Mapa de las Emisoras Municipales en Andalucía a fecha de 2014, a través del análisis del reparto de las licencias concedidas a los municipios por la Junta de Andalucía, y analizando en profundidad el funcionamiento real de las Emisoras Municipales y su incidencia en el territorio.

-Estudiar y proponer herramientas para la medición de la rentabilidad social en los medios de proximidad, y en particular definir indicadores

de rentabilidad social para las Emisoras Municipales, para comprobar su cumplimiento como medios públicos y ciudadanos.

-Analizar y observar el uso que hacen las E.M. de Internet y de las redes sociales *online* desde el año 2002 en que se abrió la primera página web de una E.M. Estudiando las redes sociales *online* activas, el uso de la marca de E.M., los tipos de contenidos volcados en la Red y la participación ciudadana en estos medios.

-Plantear nuevos horizontes de actuación y pautas para el futuro en las Emisoras Municipales y de los organismos competentes en el sector para lograr su consolidación como medios locales de proximidad y participativos.

Todos los objetivos señalados deben enmarcarse en un contexto que enarbole la defensa de la comunicación de proximidad y participativa, de los medios públicos y de la rentabilidad social de los mismos y del derecho a la comunicación local de calidad.

III Metodología

Como decíamos, la tesis que se presenta busca definir la situación actual de estas emisoras en la región andaluza, sus aportaciones desde su función como medios de proximidad y cómo se ha ido construyendo el espacio comunicacional en el territorio a partir de consideraciones históricas, legislativas y de funcionamiento.

Debido a las características de nuestro objeto de estudio, que nos planteaba una investigación variable y compleja en datos, asumimos como un reto la labor de diseñar una metodología que se adaptase a nuestros intereses y necesidades en la consecución de los objetivos trazados. El panorama de las Emisoras Municipales en Andalucía, dinámico y en constante cambio, va más allá de un estudio cuantitativo que hubiera resultado simplista y que no nos hubiese permitido analizar de forma correcta toda la información recabada.

Hemos conjugado en este estudio una investigación teórica (abstracción científica, historiográfica, dialéctica) con una investigación empírica (experimentación, observación y recolección de datos), que nos ha permitido aunar una metodología cualitativa, “basada en la recogida de datos, análisis e interpretación de datos no objetivamente mensurables (grupos de discusión, entrevistas)”, y una metodología cuantitativa, “que permite tratar los datos de manera numérica con ayuda de herramientas estadísticas (cuestionarios, encuestas, mediciones)” Brisset (2012: 5).

Dada la amplitud geográfica del estudio, la comunidad andaluza, y el alto número de emisoras a evaluar, era pertinente realizar un doble análisis de las emisoras para definir correctamente la situación. De esta manera, nos decidimos por una perspectiva multimetodológica, con el objetivo de abarcar todas las facetas que se contemplan en la realidad de las E.M. Hemos combinado instrumentos en orden a la obtención de una visión multidisciplinar de estas emisoras. Si bien en la comunidad científica había una división entre los que apoyaban los modelos tradicionales cuantitativos y los modelos cualitativos

de investigación social, en la actualidad esta situación está superada, como señala Álvarez Méndez: “la elección de tácticas de evaluación procede no de las exigencias impuestas por los supuestos teóricos generales de que se parte, sino de las decisiones que se adopten en y para cada caso de las técnicas disponibles más adecuadas” (1986: 64).

Ahora bien, la aproximación multimetodológica reconoce ciertas dificultades inherentes: perfil del personal investigador, duración temporal de la investigación y su coordinación, financiación y difusión de resultados. Estas dificultades pueden aminorarse con la definición de planes de actuación en el desarrollo de las distintas fases; y así se validan los resultados parciales obtenidos en cada una de ellas. Aunque la investigación es sobre todo cuantitativa, nos hemos impuesto una profundización cualitativa de los resultados, con la que cumplir nuestros objetivos.

La recopilación de información en la realización del marco de actuación de las E.M. hizo necesario llevar a cabo un estudio cuantitativo y cualitativo en tres fases:

En la primera se emprendió una **búsqueda de información en las bases de datos y censos** de las siguientes instituciones: Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía en relación a la adjudicación de licencias, la colaboración a través de información actualizada de la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV) y las fuentes estadísticas del Instituto Nacional de Estadística (INE) e Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).

La información obtenida nos permitió la elaboración de una **primera base de datos**, confeccionada a lo largo del año 2012 y que se ha ido actualizando continuamente. Detalla en primera instancia un listado completo de las provincias (8), comarcas (62) y poblaciones de la región (769), concretando aquellas que cuentan con licencia de emisoras e indicando el nombre de las mismas, dial, partido político gobernante en el municipio y su número

de habitantes. En esta primera base datos se introdujeron las variables de categorización según su funcionamiento, definidas en el capítulo 4. Todo esto nos permitió desarrollar las tablas con datos cuantitativos de la situación de las E.M. en sus diferentes aspectos.

Una vez efectuado el análisis de la situación actualizada de las licencias de las E.M., se decidió trabajar sobre las E.M. Operativas (las 116 E.M. que funcionan dentro de la normativa), con el fin de diseñar un indicador que evaluase la rentabilidad social de estos medios.

Esta segunda fase está orientada a diseñar el Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM). Para la definición del plan de actuación partimos de la elaboración de un **cuestionario**, testado y depurado en **reuniones** con expertos, miembros del grupo de investigación y agentes del sector de medios de proximidad de Andalucía. En los **grupos de discusión** se delimitaron los seis campos que componen el índice y los 32 subindicadores. Hicimos una primera prueba presencial con un grupo de 20 E.M. en el primer trimestre de 2012. Una vez evaluada la prueba y aprobado el modelo definitivo, se inició una etapa de contactos directos, a través del **trabajo de campo, las entrevistas y las llamadas telefónicas** a los responsables de las 116 emisoras, al objeto de cumplimentarlo. El uso de las llamadas telefónicas para comprobar, aclarar dudas y verificar datos ha sido primordial en la obtención de información para nuestro estudio en las diferentes fases.

La información dio lugar a una **segunda base de datos**, confeccionada en el periodo 2012-2014: en ella se recopilaban los datos obtenidos de las E.M. Operativas con un **cuestionario de preguntas** de índole cuantitativa y cualitativa para cada emisora. Esta información, una vez pasada a la base de datos, nos facilitó la baremación de los subindicadores que componen el IRSCOM y los resultados que presentamos en el capítulo 5.

Además, con la intención de ampliar información en la búsqueda de una comunicación más horizontal y participativa, se resolvió abordar **una tercera**

fase, en la cual indagar sobre el uso que hacen de las redes sociales *online* las E.M. Operativas estudiadas.

Para ello, se diseñó una **plantilla** a partir de una serie de consideraciones que creíamos pertinentes en el uso responsable que estos medios públicos hacen de las redes sociales *online*. La plantilla de datos fue precisada a lo largo del primer trimestre de 2014 en las **reuniones del grupo de investigación** y tras un análisis a través de un barrido en Internet para localizar las redes sociales *online* utilizadas por las E.M.; datos que presentamos en el capítulo 5. Hay que considerar en esta fase la alta variabilidad que hemos encontrado en este campo, pues muchas E.M. no disponen de ninguna red social *online*, otras la tienen con un mínimo de información y otras se exhiben más completas en la utilización de los recursos a su alcance.

El análisis de los datos obtenidos en las tres fases de la investigación ha sido examinado desde factores sociales, culturales, políticos, económicos y tecnológicos, así como debatidos en las **reuniones** semanales del grupo de investigación, debate que ha fluido hacia una puesta en común de las incidencias y las variables conseguidas.

La posibilidad de desarrollar estas fuentes estadísticas propias emanó de los proyectos financiados que ha llevado a cabo el Grupo de Investigación COMandalucía. Laboratorio de Comunicación y Cultura desde el año 2011, que son los siguientes:

- Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía P10-TIC10 6593: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social.
- Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía P11-TIC 8100: Las TICs en los medios audiovisuales de proximidad en Andalucía.

- Proyecto del Plan Nacional CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia (finalizado en diciembre de 2014) del Ministerio de Economía y Competitividad.

Fuentes bibliográficas

Para la elaboración de la tesis se ha hecho una extensa búsqueda de textos concernientes al objeto de estudio: libros, revistas científicas especializadas y material publicado por organismos competentes en la materia.

En los últimos tiempos, la bibliografía sobre el tema que nos compete ha aumentado enormemente con investigaciones dedicadas específicamente a la radio, desde un enfoque general hasta las experiencias de radios locales; con divulgación de revistas científicas especializadas, con informaciones y actas de congresos.

Además, hay que mencionar las publicaciones de organismos regionales (EMA-RTV, Consejo Audiovisual de Andalucía, entre otros), nacionales (organismos públicos, grupos de investigación) e internacionales (Unesco, Comunidad Europea, asociaciones internacionales de radios), que han supuesto una importante base y fuente de información.

Por otra parte, los marcos legislativos publicados en el *Boletín Oficial del Estado* (BOE), el *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía* (BOJA) y otros boletines regionales, así como la hemerotecas de los diarios impresos y digitales han facilitado una vasta recopilación de material y una mayor comprensión de derivas y propuestas en el sector de los medios de proximidad y del sector de la comunicación: sus experiencias, sus problemas, su desarrollo dentro de las líneas de estudio de la investigación.

También ha sido imprescindible adentrarse en el estudio de las investigaciones previas en el ámbito de los medios locales de la región. Es el caso de los trabajos del profesor Chaparro: su tesis doctoral *Las Emisoras Municipales en Andalucía*

(1996) y la posterior publicación del libro *Radio pública local* (1998), que nos han permitido obtener información de primera mano sobre la situación de las E.M. en los primeros años y aportan datos estadísticos de la evolución de las E.M. en la región.

Se ha organizado la investigación en cinco capítulos. El primero desarrolla de forma breve el proceso de comunicación y los fundamentos teóricos en comunicación, haciendo especial hincapié en las conceptualizaciones de comunicación alternativa, que analizan desde una perspectiva crítica los medios de masas y resultan adecuadas para el diseño de la investigación. Después se ha valorado la perspectiva del derecho a la comunicación y el derecho a la cultura. Y también la complejidad problemática que provoca la concentración de los medios, pues limita el pluralismo informativo y las relaciones establecidas en la conceptualización entre comunicación y desarrollo. Por último, se señalan las propuestas de indicadores en el campo de las ciencias sociales.

En un segundo capítulo planteamos el contexto en que se desarrollan las emisoras municipales y la incidencia de la convergencia tecnológica en los nuevos usos y hábitos que está adquiriendo la población en relación a los medios en Andalucía, lo que sugiere un cambio de la demanda y un nuevo espacio de actuación ante el desafío de Internet.

Proponemos recuperar en el tercer capítulo los factores que han configurado históricamente el ámbito de las E.M. en la región. Haremos un recorrido por la historia y la evolución del crecimiento de las E.M. en Andalucía durante el periodo citado, en paralelo a una revisión del contexto político, social y económico de este tramo temporal. La constitución de la Autonomía andaluza en 1982 y la nueva configuración territorial supusieron el traspaso de competencias en el sector audiovisual. Así que también revisamos la legislación en materia audiovisual, tanto en el plano nacional como en el autonómico, ya que las circunstancias políticas dieron lugar a una variada normativa en la región que retrasó el reconocimiento de estas emisoras hasta 1991. Terminamos esta primera parte con la propuesta en trámite parlamentario de la nueva Ley Audiovisual de Andalucía.

Tras examinar la situación de las E.M. en el periodo 1979-1998, se aborda la siguiente etapa, en el capítulo cuarto, en el que se analiza exhaustivamente el estado de las licencias otorgadas por la Junta de Andalucía desde el año 1992. El estudio de las licencias y el funcionamiento actual de las mismas nos desvela el Mapa de las Emisoras Municipales en Andalucía que estudiaremos desde diferentes perspectivas: poblacional, comarcal y por gobiernos corporativos, deteniéndonos en el estado de aquellas emisoras que en la actualidad no cumplen la normativa. La actualización del Mapa, finalmente, ha permitido realizar un recorrido completo de las emisoras en funcionamiento desde sus inicios.

El estudio de las experiencias de los indicadores desarrollados en el campo de las ciencias sociales y los resultados recogidos en el capítulo anterior fueron el punto de partida en el diseño del Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) que presentamos en el capítulo 5. Se trata de indicadores basados en consideraciones éticas, legales y de responsabilidad, pues tenemos presente que estos medios de proximidad persiguen tener una mayor influencia social y contribuir al déficit informativo y comunicacional en la región. Y, para acabar, estimamos ineludible analizar los cambios que se están produciendo en las E.M. en la actual situación de convergencia tecnológica y el uso que hacen de Internet.

IV Agradecimientos

Quisiera finalizar esta introducción expresando mi agradecimiento a los profesores Dr. Manuel Chaparro Escudero y Dr. Demetrio Brisset Martín por su dirección, apoyo y aliento en la realización de esta investigación.

Y a mis compañeros del grupo de Investigación COMandalucía, Laboratorio de Comunicación y Cultura de la Universidad de Málaga, responsables de la recogida de datos y trabajo de campo, por el esfuerzo compartido en estos años.





1. Marco teórico conceptual

1.1. Comunicación /Información

Para definir la comunicación, nos remitiremos primero a la conceptualización de comunicación de Beltrán recogida en su texto “Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal” que, basándose en la retórica aristotélica, explica la misma a partir de tres elementos: el *emisor*, el *discurso* y el *oyente*, siendo la persuasión el objetivo final del proceso. Para Beltrán, esta primera acepción de la comunicación ha permanecido en el tiempo en la concepción de Lasswell, Shannon y Weaver, Schramm, Haroldson y otros autores. Beltrán, en cambio, concibe la comunicación como un proceso más amplio en el que los receptores no son un ente pasivo:

“La definición de comunicación es aquella que la describe como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes a receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales. En este paradigma clásico, el propósito principal de la comunicación es el intento del comunicador de afectar en una dirección dada el comportamiento del receptor, es decir, producir ciertos efectos sobre la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación o, en una palabra, persuasión. La retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de los objetivos” (2014: 275).

Siguiendo con las acepciones de comunicación, revisamos las principales de la Real Academia Española sobre el término, que son las siguientes: 1. La acción y efecto de comunicar o comunicarse. 2. Trato, correspondencia entre dos o más personas. 3. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

El primer significado nos remite a la *acción*, existencia, condición o estado del sujeto que comunica, mientras que la segunda parte del primero, *efecto de*

comunicar, y toda la extensión de la segunda acepción, *trato*, *correspondencia*, se refieren a la necesidad del otro y a la interacción social entre dos o más personas como sujetos de comunicación, a través del diálogo y la información. La tercera acepción, la *transmisión de señales mediante un código común*, define el proceso comunicativo en sí. El hecho de intercambio de información se realiza cuando el emisor y receptor se comunican a través de un medio.

Así, la comunicación humana, al margen del desarrollo tecnológico, se ha asentado desde el principio sobre el conocimiento y el trato directo entre los grupos sociales:

“El ruido de los tambores, las señales de humo o los sonidos de las trompetas de los heraldos eran auténticos medios de comunicación y además masivos. También el diálogo es un medio comunicacional por excelencia. Ni qué hablar de los propios medios naturales del hombre, los órganos de los sentidos, que son principio y fin del proceso de comunicación”. Merrill, Friedlander (1992: 24).

Con el inicio del lenguaje, se incrementó la oportunidad de influir en el ecosistema social y natural a través de la comunicación, la difusión y la transmisión de mensajes, yendo más allá de la comunicación emisor-receptor.

La aparición de los medios de información de masas en la sociedad moderna industrial demandaba nuevas herramientas que superasen la mera comunicación entre los individuos y que permitieran ampliar la comunicación próxima y cercana hasta otra de mayor alcance, de acuerdo a los requerimientos de la época en que se crearon. Como bien señala Vázquez Medel:

“Así pues, la evolución de la comunicación social se inscribe en el marco amplio de la modernidad –gestada, en gran medida, a partir

de la “Galaxia Gutenberg”- y el conjunto de cambios que trajo aparejados, donde el periodismo escrito constituye una forma de institucionalización de los procesos de construcción social de la realidad: surge como respuesta a nuevas necesidades de consensos sociales y se transforma al ritmo de nuevas posibilidades tecnológicas y económicas, y de nuevas interacciones” (1999: 209).

Así, los medios impresos, como más tarde ocurriría con la radio y la televisión, se convierten en una mediación de nuestra relación con el mundo. De esta manera, siguiendo a Vázquez Medel, los medios de comunicación inciden no solo en la construcción de imágenes inmediatas del mundo o de ideas sobre él, sino también en la regulación de nuestra interacción con los seres y las cosas, en la construcción de sistemas de valores y pautas de acción.

Ahora bien, cuando hablamos de medios de masas, podemos pensar erróneamente que esto equivale a que las masas se comunican entre sí, algo que no sucede, ya que en la práctica la exigencia de una información los convierte en medios impositivos sin alternativa de comunicación entre los actores. Su papel de informar a las audiencias no significa que construyan una comunicación horizontal con ellas. Estamos de acuerdo con Cisneros:

“Por supuesto, el grueso de la llamada *comunicación masiva* no resiste la prueba ni del respeto ni del reconocimiento del *otro* como ser humano valioso, puesto que en su dinámica lo que importa es que *el otro* sea básicamente consumidor. Consumidor de mensajes, mercancías e ideologías, pero no un interlocutor *éticamente autónomo*, y mucho menos un ser humanamente valioso. No por ello, es necesario aclararlo, la llamada *comunicación masiva* deja de ser útil y necesaria, pero tendría que llamarse de otra manera: *difusión masiva*, por ejemplo, o proceso de *persuasión* directamente, o de

información, aunque en este tercer caso habría que hacer muchas otras consideraciones respecto al concepto, pero como *proceso de comunicación* en la dimensión ética antes mencionada el manejo actual de los *medios masivos* no se ubica” (2002: 72).

La aportación latinoamericana en el campo de la comunicación es fundamental para entender el papel de los medios de comunicación en la construcción democrática. Siguiendo a Beltrán y Pasquali, hay una clara y necesaria diferenciación entre medios de información y de comunicación que se olvida o se obvia interesadamente. Los primeros intervienen como actores de información en la que la bidireccionalidad no existe; los segundos, como medios que facilitan el diálogo y la participación de la ciudadanía generando empoderamiento y gobernanza. Ambos modelos son necesarios, pero lo cierto es que la mayoría de las legislaciones solo favorecen la existencia de medios de información, habitualmente defensores de un *statu quo* que favorece a la élites e impone modelos no consensuados, medios cada vez más ligados a las economías transnacionales, preocupadas por el beneficio propio e inmediato. Esta estrategia elimina a la sociedad civil como generadora de opinión pública y defensora de sus legítimos intereses. Chaparro, Olmedo y Gabilondo (2014: 164).

Hagamos una revisión de las investigaciones realizadas durante el siglo pasado, centradas en las comunicaciones de masas, y que Vidal Beneyto (1979) agrupa en tres fases:

1ª. 1920-1950: Parten de los medios en el estudio de su funcionamiento y efectos, o desde la política por la influencia social negativa que los medios puedan tener en la sociedad, o de la necesidad de organizar el sector.

2^a. Desde 1950: Tienen una posición preponderante las investigaciones desde Estados Unidos. Predomina el esquema comunicacional o paradigma de Laswell, que reinterpreta así Edgard Morin: “El *quién* se refiere a los *media*, como puros emisores del mensaje, y nunca como ámbito institucional productor de un determinado resultado; el *qué* encara audiencias, captadas como sujetos de opinión y no como consumidores o miembros de un determinado contexto social; y el *con qué efecto* se limita a intentar medir el impacto de los contenidos sobre las audiencias, olvidando la relación social previa y fundamental de productores-consumidores sobre la que el efecto se asiente, y la función mediadora que ejerce la cultura específica del contexto social en el que se realiza la comunicación”.

3^a. A partir de los años 60 y 70: Las investigaciones se diversifican temática y metodológicamente sobre todo en Latinoamérica, Europa y los países nórdicos. Se centran en consideraciones totalizadoras del proceso comunicacional, analizando al mismo tiempo el contexto social en el que se produce.

Vemos que estas prácticas de investigación desarrolladas en la primera mitad del siglo XX desvirtuaron el papel de los medios y la visión de la democracia, y dejaron muy clara la influencia de las grandes corporaciones en la creación de imaginarios globales, al considerar la comunicación como conjunto de técnicas estratégicas para la incentivación del consumo y mercantilización de la sociedad. De esta forma, la manipulación informativa al servicio de los intereses de las corporaciones y los países económicamente dominantes aleja la posibilidad de ofrecer al ciudadano una participación real.

Las aportaciones teóricas de Habermas, Pasquali o Beltrán cuestionan, desde una perspectiva crítica, las características de la persuasión de la comunicación como principales valores de cambio en el mercado de la información, y se muestran a favor de recuperar la comunicación como diálogo, entendimiento y reciprocidad.

Sobre todo en el presente, donde la información ocupa un lugar esencial en la vida de las personas y de las sociedades. Gran parte de las decisiones, tanto en lo colectivo como en lo individual, se encuentran condicionadas por la información a la que podemos acceder. El modo en que concebimos el presente también está en buena medida influenciado por las agendas de los grandes medios de comunicación.

La investigación, como hemos visto centrada en los *mass media* o medios de masas en la primera mitad del siglo XX, dejó poco espacio a los estudios de la *otra comunicación* que iban apareciendo en los años 60. Muchos de ellos como respuesta a los movimientos sociales de la época y buscando aplicar al ámbito de la comunicación modelos distintos a los que operaban en el campo hegemónico de los *media* en una sociedad industrial y tecnológicamente avanzada.

Desde finales del XIX, las tecnologías de la comunicación, las telecomunicaciones y la informática resultan fundamentales en el devenir histórico; se trata de un hecho incuestionable. Pero, cuando se proponen definiciones de lo que consideramos comunicación, información, medios de masa o *mass media*, comunicación social, comunicación alternativa, comunicación de proximidad, comunicación para el desarrollo o comunicación participativa, brotan múltiples definiciones y discrepancias que han ido variando en el tiempo y representan los momentos históricos por los que ha atravesado la sociedad, el sector y las ciencias sociales, y que han incidido en sus definiciones conceptuales.

1.2. Comunicación alternativa

El crecimiento de los medios comunitarios en las últimas décadas refleja el interés por *otra comunicación*, alternativa a la información gobernada por los grandes grupos mediáticos.

Por eso, lo *alternativo* es el cambio de los distintos elementos que componen el proceso comunicativo a partir de diferentes enfoques, razón por la que no podemos precisar una definición consistente, pues cada experiencia está ligada a un ámbito geográfico específico y a coyunturas sociopolíticas concretas. De ahí que Foncuberta y Gómez Mompart (1983) eviten hablar de comunicación alternativa como concepto estable sujeto a una única definición y empleen expresiones como “alternativas en comunicación” o “comunicación y alternativas”, entendiendo lo alternativo como un proceso abierto que busca un modelo de comunicación o una praxis diferente a la establecida por los *mass media*.

Aunque en el comienzo *lo alternativo* emana de sectores de oposición de la izquierda, su utilización por todo el abanico político demuestra que no debe vincularse siempre a una sola tendencia ideológica. En los medios que se autoproclamaron alternativos no hubo suficiente reflexión en torno al contenido, la forma de producción y los resultados del trabajo que realizaban.

La redefinición de lo *alternativo* planteada por Roncagliolo nos parece pertinente. Este redefine lo *alternativo* por *alterativo*; o sea, medios que buscan alterar el orden social como sigue: “*Alterativo* porque lo que importa es la decisión del otro y la otredad”. Y además: “En el caso de las radios, no importaba la propiedad o el tamaño o el nivel técnico, lo que las definía como *alterativo* era la lógica de funcionamiento”. Roncagliolo, parafraseando a Richieri, habla de dos lógicas de funcionamiento: “La lógica que la

rentabilidad económica busca es la maximización de las utilidades en el nivel microeconómico de la empresa y la lógica de la rentabilidad cultural que busca, en cambio, maximizar utilidades al nivel macrosocial de un país” (1999: 265). Un argumento con el que nos sentimos identificados en esta investigación.

El aumento y el optimismo de los medios alternativos/alterativos desde los años 60, así como el inicio de la era de las nuevas tecnologías en comunicación e información, auguraban nuevos tiempos para una democracia y unos medios más participativos, lo que impulsó la investigación en este sentido, retomando la idea de una comunicación más democrática, participativa y alejada de los imaginarios reproducidos incesantemente por las grandes empresas mediáticas.¹ Sobre todo en el uso del medio radiofónico.

Son medios que buscan compartir el poder con sus oyentes al establecer unas relaciones más democráticas, fundamentadas en los derechos humanos y apartadas de la lógica del mercado. Partiendo de la apropiación del medio, el uso de las herramientas comunicativas y una organización horizontal pueden evolucionar hacia formas de transformación social. Como aclara Marí, “la apropiación implica recuperar el protagonismo de la ciudadanía en el proceso comunicativo, incluyendo la elaboración de contenidos y la gestión del propio medio de comunicación” (2011: 195).

Una apropiación que “significa que se pueda ser el emisor directo de sus propias noticias, de su comunicación. Para cumplir con esta necesidad y esta exigencia hace falta que tenga a su disposición y bajo su responsabilidad la emisión y confección de un órgano de comunicación, al nivel y en la órbita donde gravita su práctica social” Mattelart (1973: 91).

¹ Históricamente, el término *alternativo* aplicado a la comunicación puede fijarse en Europa en el Mayo francés de 1968, con toda la reacción estudiantil en contra del “informacionismo” y el énfasis en “la vuelta a los orígenes” (Fontcuberta y Gómez Mompart, 1983: 22).

Estas novedosas experiencias surgieron en diferentes países y con diferentes resultados. Según Girard,

“el uso de la radio como instrumento de cambio cultural y político, aun siendo un fenómeno creciente, no es nuevo. En efecto, las primeras estaciones comunitarias participativas surgieron casi al mismo tiempo en Colombia y Estados Unidos hace más de 40 años. Desde entonces, un sinnúmero de proyectos de ese tipo ha intentado promover un cambio dirigido por la comunidad en varias formas” (2012: 13).

A estas habría que añadir las experiencias reivindicativas de los trabajadores a través de las radios mineras bolivianas, pioneras en el campo de las emisoras comunitarias desde una perspectiva sindicalista. Y dio pie a que muchos movimientos populares de la época desarrollaran proyectos en el uso de los medios, sobre todo de la radio. Estas radios propusieron nuevas formas de apropiación, denunciando la situación de abuso y exclusión a la que eran sometidas las poblaciones en la defensa de sus derechos democráticos.

Es el caso de las experiencias iniciadas como educador y luego aplicadas al campo de la comunicación por parte del argentino Mario Kaplún. Su modelo de comunicación Cassette-Foro en la educación de adultos fue empleado por organizaciones comunitarias y centros educativos. Partiendo de una comunicación bidireccional, se realizaba un intercambio de mensajes grabados en cassettes, con lo que era posible entablar a distancia un diálogo entre los miembros participantes.

El mismo Kaplún lo exponía en el Primer Seminario de Comunicación Participatoria celebrado en Uruguay: “El modelo combina la comunicación colectiva con la interpersonal: mensajes colectivos grabados en cassettes,

audición del mensaje por parte de cada grupo, discusión del mismo y respuesta del grupo grabada en la otra parte del cassette, que retorna al centro emisor-receptor. Se trata, pues, de un instrumento de comunicación participativa y dialogal. Todos son emisores y todos son receptores. Todos asumen el rol de interlocutores” (1978: 29). El planteamiento emana del ideal de propiciar una educación basada en “modelos endógenos” como respuesta a los “modelos exógenos” y en una comunicación dialógica, expuestos en su libro *Una pedagogía de la comunicación*, en el que desarrolla modelos y técnicas de comunicación participativos que se ponen en marcha en esos años.

En este punto parece imprescindible recordar las aportaciones pedagógicas de Paulo Freire en el campo de la educación y el uso de la comunicación para combatir el analfabetismo en Brasil, que fueron decisivas en los procesos de apropiación de medios. Su defensa a ultranza del diálogo, la diversidad, la emancipación, lo local y la comunicación como derecho democrático, negando los modelos de adaptación de transición a la “modernidad” de la sociedad, supuso una ruptura con la educación tradicional. Sus experiencias educativas desde posturas críticas y transformadoras no economicistas impactaron en las prácticas alternativas de comunicación.

Téngase en cuenta que las suyas eran propuestas elaboradas como contes- tación a un entorno dominado por las élites oligárquicas e influenciado por modelos ajenos, ampliamente difundidos por los medios de comunicación de masas. En ese entorno hostil, Freire proponía modelos de ruptura y transfor- mación social, a partir de concienciar, no como sinónimo de ideologizar, sino como camino hacia la crítica y la expresión propias, donde la educación era “praxis, reflexión y acción sobre el mundo para transformarlo”. Y la comuni- cación era la herramienta de transformación social que cuestionó la depen- dencia y el concepto de desarrollo impuesto en años anteriores.

Como señala Krohling: “Los medios de comunicación contribuyen doblemente a la construcción de ciudadanía: ofrecen un potencial educativo por el proceso y por el contenido de los mensajes que transmiten. Por sus contenidos pueden dar lugar a la socialización del legado histórico, del conocimiento; pueden facilitar la comprensión de las relaciones sociales, de los mecanismos de la estructura del poder (comprender mejor las cosas de la política, de los asuntos públicos; pueden esclarecer los derechos de la persona humana y discutir los problemas sociales” (2001: 89).

Las aportaciones de Freire, Kaplún y otros, fueron reconocidas por la Unesco en 1979 con el término educomunicación (educación en materia de comunicación, campo de estudios interdisciplinar). García Matilla, en la ponencia inaugural “Educación y Comunicación” en Cantabria (2001) la puntualizó así:

“La educomunicación aspira a dotar a toda persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad. Asimismo, ofrece los instrumentos para: comprender la producción social de comunicación, saber valorar cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que los medios manejan y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación”.

Las experiencias en comunicación alternativa en Latinoamérica y en otros países, aunaron esfuerzos para la creación en 1983 de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), que cuenta en la actualidad con más de 4.000 asociados en 110 países, y que cuarenta años después sigue siendo un referente mundial de las radios comunitarias.

Estas prácticas alternativas y participativas de comunicación se llevan a cabo bajo la denominación del Tercer Sector de la comunicación, término utilizado desde finales de los años 70 y con el cual se las conoce en la actualidad. Además, fueron iniciativas que precedieron a postulados teóricos que definiesen su actividad. Los medios del Tercer Sector², como vemos, orientan su actividad a fomentar una comunicación participativa en la construcción democrática y la transformación social.

La característica clave de los medios del Tercer Sector, según Lewis y Mitchell (2014), es en primera instancia el “beneficio social”, para el cual se deben perseguir los siguientes fines: “a) llegar a audiencias no cubiertas por la radio existente; b) facilitar el debate y la expresión de opiniones; c) ofrecer educación y formación a miembros de la audiencia (se reconoce así implícitamente la importancia de voluntarios); y d) comprender la comunidad en particular y el fortalecimiento de vínculos en su seno” (2014: 253).

Asimismo, estos autores señalan otra serie de objetivos de “naturaleza social”, que son: e) aportar o difundir conocimiento sobre los servicios ofrecidos por autoridades locales u otras organizaciones; f) fomentar el desarrollo económico y las empresas sociales; g) fomentar el empleo; h) fomentar la inclusión social; i) promover la diversidad cultural y lingüística; j) fomentar la participación cívica y el voluntariado” (2014: 254).

Por tanto, consideramos indispensable en una sociedad democrática la aportación de estos medios y la participación de voluntarios, a modo de

2 “Ningún debate sobre el papel del Tercer Sector de la comunicación y la cohesión social puede ignorar los otros dos sectores: el público y el comercial. Cada uno de los dos sectores se define por su diferencia con respecto a uno de los otros, al menos, y se trata de más que una diferencia analítica: los sectores público y comercial compiten por audiencias, lo que en última instancia significa que compiten también por la financiación”. Lewis y Mitchell (2014: 250).

aprendizaje permanente de nuevos comunicadores, pues se distancian de la lógica de los grandes medios de información en su apuesta por el empoderamiento de los ciudadanos.

En España, la indefinición y marginalización durante décadas de los medios del Tercer Sector, como veremos en el capítulo 3, han dificultado la ocasión de valorar el aporte de estos medios en su labor de pluralizar y reconocer la comunicación horizontal como un derecho democrático. A lo largo del tiempo, resultó imposible que muchos de ellos se mantuvieran, ya fuera por problemas económicos, por conflictos internos o por desinterés por parte de instituciones y administraciones que algunas veces ofrecieron apoyo financiero, pero insuficiente. Sumado a todo esto, la decadencia de la militancia política, que organizó gran parte del movimiento en las primeras etapas, debilitaba las nuevas propuestas culturales y comunicacionales que se planteaban.

Pues bien, esta situación ha cambiado en la última década y se ha retomado el impulso en las diferentes regiones del país, gracias al fortalecimiento de los movimientos ciudadanos y reivindicativos, sobre todo a partir de la última crisis. Pero, para su existencia, se hace imprescindible un marco normativo y políticas de apoyo financiero, que ayuden a su mantenimiento perdurable.

En definitiva, los medios alternativos invaden el campo de los grandes medios de información y su dominio político y económico, promoviendo una comunicación horizontal y la intervención cívica. Al respecto, Vidal Beneyto ofrece comentarios esclarecedores en la introducción del libro que recoge las aportaciones de la Conferencia Internacional de Alternativas Populares a las Comunicaciones de Masas, celebrado en Barcelona en 1978:

“En otras palabras, los dos obstáculos con que tropieza el potencial de liberación de cualquier medio nuevo son: o su anexión por las grandes cadenas de comunicación y por el sistema dominante si se trata de un medio eficaz, o la exigüidad de su alcance comunicativo si es un medio difícilmente recuperable.

Así, los muros de los espacios públicos, que son el soporte más puro de la comunicación alternativa en cuanto a base material, poseen una muy reducida vigencia comunicativa por la corta vida de su impacto y por la rapidez con la que generan indiferencia respecto a su propia existencia y mensaje. Indiferencia a la que no son ajenas las condiciones propagandísticas de su propia estructura formal: octavilla, mural, etc.

Parece pues claro que no hay medios alternativos en sí y por sí mismos y que, por tanto, la condición alternativa de la comunicación no puede fundarse en la especificidad marginal del medio. Lo que nos lleva a la conclusión de que la alternatividad depende de los contextos y de la función que en ellos cumple el proceso comunicativo, más allá del tipo de medios utilizado” (1979: xxiv).

Así pues, para este estudio vamos a considerar como medios alternativos a aquellos que se sitúan frente a las grandes empresas de información. Se trata de medios que funcionan entre la alegalidad y lo ilegal, de fácil acceso para los usuarios oyentes que no tienen voz en los grandes medios. Esta práctica alternativa en comunicación debe contribuir a poner en marcha transformaciones sociales ante la dominación de los grandes grupos mediáticos que controlan la información.

Desde casi sus inicios, en 1946, la Unesco reconocía el principio básico del derecho a disfrutar de los beneficios de los medios de comunicación colectivos. En 1980, el Informe MacBride (“Voces múltiples, un solo mundo”) insiste en la importancia de los medios locales como parte integrante de la vida democrática. Para la comisión que lo redacta, la utilización de la radio local facilitaría la producción de programas pertinentes a los esfuerzos de la comunidad, estimulando la intervención y las oportunidades para la diversificación de la expresión cultural.

Al pasar los años, algunas de las soluciones que proponía la Unesco no pudieron activarse por el bloqueo político de Estados Unidos y Gran Bretaña, países que se aliaron con las grandes corporaciones, lo que condujo desde los años 80 del siglo XX a la agudización de los procesos de liberalización y concentración en la estructura de medios en el ámbito mundial, como veremos más adelante.

Nuestra investigación va a concentrarse en las prácticas de comunicación que desarrollan las Emisoras Municipales de Andalucía desde su quehacer como medios alternativos y de proximidad que, desde la legalidad, cumplen una función pública, incidiendo en la comunicación horizontal y participativa dentro de un entorno dominado por las grandes cadenas radiofónicas.

1.3. Comunicación local de proximidad

Entendemos la comunicación de proximidad como un activo fundamental de la democracia. La comunicación de proximidad en el ámbito local empezó a ensayarse en el país durante los años 80. El origen y el uso del concepto parte de reivindicaciones políticas, vecinales y lingüísticas. En Europa, estas experiencias se estaban desarrollando en determinados países como

Suecia, Dinamarca, Holanda. El modelo sueco del *Allemansradio* inspiró algunas políticas públicas innovadoras³. En España, supuso la generación de múltiples prácticas que distorsionaban el modo de producción comunicativo predominante, desde la creación de emisoras de TV independientes hasta la proliferación de radios libres en barrios o comarcas.

Se aboga por una comunicación local que influya en el territorio y en la participación, donde el territorio se define como su marco competencial en el que la comunicación se convierta en un factor de empoderamiento de la ciudadanía, capaz de formar un tejido social a través de los medios públicos locales y comunitarios/asociativos, contribuyendo así a la vertebración territorial y, en definitiva, a la construcción de una ciudadanía participativa, ya que “hay que convertir al receptor en emisor y receptor de su propios mensajes” Foncuberta, Gómez Mompart (1983: 18), y no en un mero receptor no deliberante que se ha formado en la masificación.

El sector de la comunicación de proximidad en la sociedad globalizada adquiere relevancia en la defensa de la identidad de las regiones. En ese sentido, los medios públicos de comunicación local llevan décadas trabajando en el contexto de la proximidad, donde los contenidos son materia primordial en la descentralización del mensaje; es decir, una información propia que genera un mayor impacto en las comunidades locales. Bel Mallén razona la proximidad:

“La comunicación, en el sentido de transmisión de una tradición, de una forma de vida local inmediata, de una cultura concreta y localizada, es un elemento integrante y decisivo para la supervivencia

³ Por iniciativa parlamentaria, se crearon en 1977 veinticuatro radios locales con niveles provinciales de cobertura. Los objetivos: difundir información, aumentar el nivel de conocimiento, estimular el debate político, enriquecer la vida cultural, atender a las minorías lingüísticas. Son emisoras públicas que funcionan propiedad de Sveriges Radio. Reich (1997).

de esas entidades locales –pequeñas o grandes– autóctonas, en su deseo de supervivencia” (1990: 30).

Y también colectividades locales, con intereses comunes y cercanos, que suman esfuerzos en la creación de espacios propios de comunicación; espacios que pueden llegar a ser esenciales en las relaciones sociales del entorno inmediato. En definitiva, una comunicación que está más ligada a la vida cotidiana del ser humano, de ahí la importancia de los medios de proximidad, lugar de encuentro de los ciudadanos y los colectivos para comunicar y generar información.

El empuje de la cultura de masas, apoyada por los medios masivos de comunicación y con la premisa de un desarrollo igual con limitados imaginarios, no ha rebajado la necesidad de los grupos sociales de comunicarse entre sí. Este proceso de universalización nunca ha estado reñido, ni siquiera hoy y pese a que la globalización informativa así parece indicarlo, con la comunicación asentada en las bases de los grupos sociales en defensa de su cultura y sus costumbres.

El hecho de que la comunicación sea el resultado de la relación entre los seres humanos se evidencia en que comunicación y sociabilidad van unidos y en que, en cierto modo, han dado lugar a lo que llamamos comunidad, entendiendo como tal a grupos de personas que viven en interrelación sobre una localidad definida.

“Ya sea unidos por sentimientos comunitarios, tradiciones o aquellas comunidades que en la actualidad debido a un proceso de división física se hallan divididas en distintas sociedades globales o en que la frecuencia de trato, problemas compartidos y valores comunes, la pertenencia a una misma área geográfica o la sensación

de una conciencia unitaria les hacen constituirse en instituciones diferenciadas” (Bel Mallén, 1990: 38).

Una comunidad puede encontrar en la comunicación de proximidad propuestas para gestionar una democracia participativa en la toma de decisiones conjuntas. De esta manera, recupera sus capacidades para organizar sus comunicaciones y dinámicas culturales. Entendemos que todos los ciudadanos tienen derecho a la información, no solo desde la perspectiva de recibirla, sino como dice Senecal,

“desde la participación activa, produciendo su propia información y convirtiéndolos en protagonistas de la comunicación. La participación activa genera otro rol del receptor, más participativo, no se reduce a su papel de oyente, sino que tiene la oportunidad de integrarse en la actividad del medio incidiendo en su democratización” (1986: 47).

Volviendo a Beltrán (2007), esta comunicación participativa supone pasar de una lógica vertical, en el uso de medios de comunicación de masas propagadores de los ideales de unas minorías, a una comunicación horizontal, más democrática. Lo resumimos como sigue: Los modelos tradicionales de comunicación son unilineales y proponen la noción mecánica de la comunicación como transmisión de información de fuentes activas a receptores pasivos, donde el acto de la comunicación es un fenómeno estático en el cual la fuente es la privilegiada, desdeñando una comunicación participativa que induce a un intercambio de experiencias y que incide en la transformación socio-cultural, reflejo de una democracia representativa y participativa. Es nuestro objetivo trabajar en esta otra comunicación, la comunicación local de proximidad, y en los derechos que la asisten para desarrollar su actividad.

1.4. Derecho a la comunicación y derechos culturales

Los principios fundamentales del derecho a la comunicación, la información y la cultura forman parte de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1946, y están integrados en los artículos que se citan:

Artículo 19: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Artículo 27: Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. Ratificando de esta manera la comunicación entre los derechos culturales de los pueblos.

Para ejercer esta libertad de expresión, resulta imprescindible el acceso a los medios que posibilitan el debate democrático convirtiéndose en plataformas públicas, incluyendo a las propuestas críticas y apostando desde una ética comunicacional por evitar las divisiones de la sociedad, creando conflictos o utilizándolos para intereses del poder.

Los derechos culturales relacionados con el derecho a la comunicación tienen que entenderse en cuatro dimensiones:

- a) por su vocación para promover y preservar la pluralidad, superando las nociones elitistas de la alta cultura que descalifica la cultura popular;
- b) por la dinamización de la participación en comunidad con idiosincrasias y con saberes propios;
- c) por el disfrute del arte y la ciencia;

d) por la protección de la propiedad intelectual y el patrimonio cultural. Contreras y Carrasco (2006: 58).

Así, el derecho a la comunicación no se limita al derecho a la información, sino que va más allá y aprecia que el ciudadano es el protagonista en el ejercicio de tener una vida digna. Esta declaración de intenciones ha generado múltiples debates y documentos. Repasaremos algunos de ellos en las siguientes páginas:

En relación a la cultura, la Unesco en el marco de la Declaración de México sobre las Políticas Culturales (1982), exponía: “En su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como un conjunto de rasgos distintivos, espirituales materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba el arte y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los valores, las tradiciones y las creencias”.

En 2005 se clausuraba la Conferencia General en la que la Unesco aprobaba el acuerdo de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, reconociendo así los valores de la cultura: igual dignidad de todas las culturas, vínculos entre cultura y desarrollo sostenible, promover el respeto de la libertad de expresiones culturales y hacer cobrar conciencia de su valor en el plano local, nacional o internacional. Como señala Moragas,

“de esta manera la Unesco, indirectamente, vigorizaba las políticas de comunicación, al conceptualizar sus políticas culturales de manera global, incluyendo el papel de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías e información en red” (2011: 173).

Bajo este espíritu y basada en la Declaración de Derechos Humanos, el Observatorio de la Diversidad y los Derechos Culturales junto con la Unesco presenta la Declaración de los Derechos Culturales de Friburgo (2007) que expone a los actores de los tres sectores su ideario de 12 artículos.

La finalidad de la Declaración era “reunir los derechos culturales reconocidos de manera dispersa en un gran número de instrumentos de derechos humanos, para garantizar su visibilidad y coherencia”. Recoge entre estos la libertad de recibir y transmitir información y el derecho a participar en un sistema de información pluralista (artículo 7), principios de gobernanza democrática (artículo 9) y responsabilidad de los actores públicos (artículo 11).

La defensa de la cultura en los programas políticos de los partidos es prácticamente inexistente o muy débil. El respeto y espacio que le conceden no pasa de generalidades y formulas alejadas de la realidad que se vive. Defender la cultura es defender unos medios democráticos y plurales como vías de acceder a ella.⁴

La Unión Europea (UE) mantiene su compromiso en la defensa de los medios plurales de comunicación como columna central en el derecho de comunicación e información y en la libertad de expresión. Desde los años setenta, la UE ha sostenido la importancia de los medios de comunicación en la construcción y el amparo de la democracia.

4 En el caso de España, la crisis que comienza en 2008 ha afectado profundamente a la cultura. Como subraya Bustamante (2014), las cifras son abrumadoras: El Estado central recortó su gasto cultural en un 19,6% en 2013, pero la bajada desde 2009 a 2013 acumula un 50% si tenemos en cuenta la inflación, y ha castigado a todas las actividades culturales, sectores y entidades. A nivel autonómico, los grandes municipios suponían un 84% del gasto público cultural (2.219 millones de euros en 2008), desplomado a un 70% de media, prácticamente a 0 en algunas grandes ciudades, mostrando su cara más perversa de desequilibrios y desigualdades profundas entre ciudadanos españoles. La subida del IVA cultural y las políticas públicas (subvenciones e incentivos) han dado en la línea de flotación de un sector indispensable en la formación de una ciudadanía democrática y participativa.

Unos derechos reconocidos en la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE (2000). En su artículo 11, de libertad de expresión y de información, trata un derecho que comprende la libertad de opinión, de recibir o de comunicar y de medios plurales.

El pluralismo en los medios de comunicación ha sido una preocupación constante en la UE. Un pluralismo que va mas allá de la concentración de los medios, porque debe recaer también en los medios públicos, las políticas de comunicación, la cultura, la financiación, las tecnologías y la transparencia.

En el documento del PIDC (Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación) de la Unesco, se define a los medios de comunicación social a partir de varios informes⁵ como sigue:

- Canales de información y educación mediante los cuales las/los ciudadanos pueden comunicarse entre sí.
- Difusores de historias, ideas e información.
- Correctores de la “natural asimetría de la información” entre gobernadores y gobernados y entre agentes privados en competencia.
- Facilitadores del debate bien informado entre diversos actores sociales, fomentando la resolución de controversia por medios democráticos.
- Maneras en que la sociedad aprende sobre sí y conforma un sentido de comunidad, y que da forma al entendimiento de los valores, costumbres y tradición.
- Vehículos para la expresión y cohesión naturales dentro de las naciones y entre ellas.
- Vigilantes que observan a los gobiernos en todas sus formas, promo-

⁵ Islam (2002), Foro Mundial para el Desarrollo Mediático (2006), Norris y Zinnbauer (2002), Unesco-CPHS (2006).

viendo la transparencia en la vida pública y escudriñando a quienes detentan el poder, exponiendo la corrupción, la administración incorrecta y las actuaciones empresariales indebidas.

- Herramienta para aumentar la eficiencia económica.
- Facilitadores esenciales del proceso democrático y garantes, entre tantos otros, de las elecciones libres y justas.
- Actor y defensor social por derecho propio, respetando a la vez los valores pluralistas.

Y continúa diciendo que el periodismo independiente no es suficiente en el fortalecimiento de la gobernabilidad y la promoción del desarrollo humano si no se cumplen estas dos condiciones: sociedades donde los canales son libres e independientes a los intereses establecidos y donde haya un acceso amplio a los medios de comunicación social. No solo se acentúa como decisiva la independencia del medio, sino que también es capital el acceso al mismo de los diversos sectores sociales y su participación para hacerse oír.

La inquietud en este punto es cómo defender estos derechos de comunicación en los medios de comunicación social y la búsqueda de herramientas que permitan orientar las prácticas comunicacionales para satisfacer estos cometidos.

Y para lograr una sociedad de la información cimentada en el derecho a comunicar como consolidación de los derechos humanos en el entorno social, económico y cultural de los ciudadanos. Así lo indica Antonio Pasquali (2005) en la traducción realizada sobre los cuatro pilares de los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información (Communication Rights in the Information Society CRIS.org) para la construcción de una sociedad de la información basada en principios de transparencia, diversidad, participación,

justicia social y económica, que estén inspirados por la equidad de género y las perspectivas culturales y regionales, que presentamos de forma concisa:

1. Crear espacios para entornos democráticos. Es en la esfera pública donde la sociedad civil delimita y renueva la conciencia de sí y de su diversidad, donde las estructuras políticas son sometidas a juicio y debate y dan cuenta de sus acciones.
2. Mantener vigentes los derechos civiles y políticos en la sociedad de la información. Cada día disminuye un poco más nuestra libertad de comunicar y crece el control por parte de gobiernos y corporaciones, bien sea por merma en la confiabilidad y capacidad de supervisión de los poderes legislativos, o por erosión de principios consagrados sobre protección de la información.
3. Garantizar el acceso equitativo y asequible. En la sociedad de la información, la mayor parte de la población mundial carece de acceso a las infraestructuras e instrumentos necesarios para generar y comunicar información y conocimiento.
4. Garantizar un mejor uso del conocimiento y el dominio público: el derecho de autor es actualmente un instrumento para que intereses corporativos controlen siempre más el conocimiento y la creatividad de las personas.

En esta línea, las propuestas serían, según CRIS: revertir la tendencia de la concentración de la propiedad y el control de los medios de comunicación; reclamar como bienes comunes las ondas de aire y las frecuencias, y aplicar impuestos a los usos comerciales en beneficio

público. Todo ello insistiendo en los siguientes aspectos:

Promover y sostener la presencia de medios de comunicación alternativos y realmente independientes de servicios radiotelevisivos públicos, privilegiando el pluralismo sobre los monopolios públicos o privados.

Promover legislaciones que favorezcan la libertad de información en las esferas pública y corporativa, asegurando que la sociedad de la información incremente, en lugar de reducir, los derechos humanos a la privacidad, la libertad de expresión, la comunicación y la libre asociación.

Presionar por el acceso equitativo y asequible a las TICs para todos, especialmente para grupos tradicionalmente marginados tales como las mujeres, los minusválidos, los pueblos indígenas y los pobres de zonas rurales y urbanas, promoviendo el acceso como un derecho fundamental a ser realizado en el espacio público, y no como una variable dependiente de las fuerzas de mercado y la rentabilidad.

Por último, garantizar el acceso a la información y los conocimientos como herramientas para el empoderamiento, reforzando las condiciones que aseguren no solo el acceso a las TICs, sino a la sociedad de la información como un todo, de una manera que sea sostenible financiera, cultural y ecológicamente.

En esta línea estamos con Krohling cuando dice:

“Democratizar la comunicación implica la ampliación de la generación de contenidos de los sectores no dirigentes y dominantes de la

sociedad, el aumento del número de emisores, dar o mejor devolver la voz a la población. Al mismo tiempo significa también potenciar mecanismos para que cualquier ciudadano pueda pasar de la condición de receptor hacia la de emisor, como sujeto de la producción y difusión de contenidos. Democratizar el sector crea condiciones para el ejercicio compartido del poder de decisión sobre el funcionamiento de los medios comunitarios/locales de comunicación” (2006: 13).

En cuanto al fortalecimiento de los derechos humanos, somos conscientes de que su aplicación no ha sido ni mucho menos universal, como se pretendía. Según Chaparro,

“el concepto de derechos humanos ha venido haciendo más hincapié en los derechos individuales que colectivos, de manera que la perspectiva del derecho comunitario de muchas culturas, básico para su supervivencia, se haya sentido desconsiderado. Por ello es fundamental considerar las particularidades culturales frente a los posicionamientos imperialistas y colonialistas” (2015: 40).

No tiene sentido hablar de derechos humanos ni de derechos culturales si no los relacionamos con el ecosistema común que habitamos. Las reivindicaciones surgidas en la consideración de que no podemos vivir ajenos a la naturaleza reflejan una necesidad en la sociedad actual relacionada con la defensa de colectividades históricamente marginadas y la protección del medioambiente. “Solo reconociendo y defendiendo los derechos de la naturaleza será posible restablecer el equilibrio en el planeta”, manifiesta Chaparro (2015: 41).

1.5. Derecho a la comunicación local de proximidad

El derecho a la comunicación local es el derecho de las comunidades a buscar medios de expresión que reflejen su interés y sus ideas, ocupando un

espacio mediático que se diferencie de la agenda de los medios tradicionales de cobertura nacional e internacional; medios en los que las personas puedan ejercer sus derechos de ciudadanos/sujetos participativos en el acto comunicacional. Por eso, los medios locales canalizan la opinión pública de lo próximo. El ciudadano participa y es interpelado, no como consumidor, sino en su condición de miembro de una comunidad que lo hace partícipe del hecho informativo. La participación en la comunicación local es esencial o, más claro, la misma esencia de la democracia. Como lo declara Girard,

“mientras los oyentes de la radio comercial pueden participar en la programación de modo limitado -a través de tribunas libres por línea telefónica o pidiendo su canción favorita-, los oyentes de la radio comunitaria son a la vez los productores, gerentes, directores, evaluadores y aun los dueños de las estaciones” (2012: 12).

Consideramos pues que el ejercicio del Derecho a la Comunicación en la práctica no solo es el derecho a recibir información, sino que se “distingue por una voluntad de democratizar el proceso completo de la comunicación y por la restauración de una reciprocidad en el intercambio comunicacional a través de los medios y donde el receptor participa activamente y se convierte en protagonista de la comunicación” Senecal (1986: 46). En consecuencia, el ejercicio de este derecho llama a los ciudadanos a intervenir en la producción de contenidos para su difusión.

De todo ello se deduce que resulta imprescindible hablar de derechos como principio para que se valide una comunicación local de calidad. Para Senecal,

“el derecho a la información se refiere únicamente a la facultad de recibir información, mientras que el derecho de uno a producir su propia información implica una participación activa del receptor

en la red de comunicaciones. Esta participación, o intervención, le convierte en protagonista de la comunicación, y la suma de las dos dimensiones emisor-receptor suscita una lógica nueva de la comunicación” (1989: 47).

Al respecto, nos parece interesante la aclaración de Contreras y Carrasco: “El derecho a la información requiere llenarse de comunicación como diálogo, intercambios y construcción de sentidos de sociedad y de cultura, para contribuir a la constitución de una ciudadanía integral, es decir, civil, política y social” (2006: 51).

Para los medios de comunicación social en su ejercicio democrático, el derecho a la comunicación local debería ser una preocupación constante, más aún cuando las tecnologías digitales abren nuevas posibilidades y permiten más canales para la libre expresión del ciudadano. Las desigualdades en el ejercicio de la democracia en el espacio mundial varían el uso de los medios de comunicación al servicio de los intereses dominantes, lo que puede convertirlos en instrumentos de liberación o de opresión.

La defensa de una radiodifusión plural y democrática en la teoría está garantizada, pero la aplicación en los diferentes países miembros de la Unión Europea se presenta muy heterogénea y no siempre está valorada, sobre todo en el caso de los medios de proximidad, el eslabón más frágil de la cadena.

La UE considera que la radiodifusión posee una función democrática, cultural y socio-política cuyas tareas, según Voss, consisten en:

- Garantizar la formación gratuita y completa de cada ciudadano y de la opinión pública.
- Representar los intereses económicos, culturales e ideológicos de

la sociedad.

- Informar con objetividad e imparcialidad.
- Preservar la pluralidad mediática.
- Permitir que las opiniones e intereses regionales se hagan oír para proveer información y fortalecer la identidad de cada región.
- Proporcionar a los ciudadanos información con contenidos culturales, educativos y de entretenimiento mediante una información equilibrada y completa.
- Garantizar una buena calidad en la programación. (2008: 170).

Garantizar los derechos de comunicación y cultura es, por tanto, un deber de todos los medios para la construcción de ciudadanía, y no solo de los medios públicos, como lo aduce Roncagliolo:

“Se empieza con una gran discusión sobre la necesidad de fortalecer la libertad de prensa y el papel democrático de las comunicaciones masivas, y al final siempre se termina en una discusión restringida a los medios públicos. Creo que en rigor conceptual todos los medios masivos son públicos. Todos dependen del público; todos son medios de interés público o servicio público; y todos son espacios públicos, aunque, como lo ha explicado Habermas, los espacios públicos se hayan privatizado o refeudalizado” (2014: 204).

Estamos con Camacho cuando dice: “Ello implica un cambio de paradigma que transfigura el fondo y la forma de cómo pensamos y hacemos de la comunicación nuestra opción de vida; cómo creamos y favorecemos espacios para el ejercicio del derecho humano a la comunicación y el derecho humano a la información desde la vida cotidiana; cómo facilitamos y favorecemos el ejercicio pleno de estos derechos a partir de acciones dialógicas y de encuentro en la diversidad, en el conflicto” (2010: 253).

1.6. Concentración y pluralismo

Una de las grandes preocupaciones en la actualidad, sobre todo a partir de la publicación del Informe MacBride, es la concentración de los medios y las limitaciones que se ponen al pluralismo informativo. Desde los principios de la comunicación moderna y el derecho a informar, el concepto de concentración se presenta como opuesto al pluralismo, a la multiplicidad de opiniones representadas por ciudadanos, colectivos o grupos representativos de intereses económicos y políticos.

El Protocolo del Tratado de Amsterdam, aprobado por el Consejo Europeo en 1997 para modificar el Tratado de la Unión Europea, corrobora los principios de libertad y democracia, basados en los Derechos Humanos y en las libertades fundamentales, refrendadas en 1998 en la Carta de Derechos Fundamentales, y ya expresados en el Convenio Europeo de Derechos Humanos aprobado por el Consejo Europeo de 1950.

La liberalización y la consiguiente desregulación europea del mercado iniciada a finales de la década de los ochenta, están poniendo en dificultades la defensa, el sentido y el valor de los medios públicos. Los medios públicos en estos momentos se encuentran en situación de debilidad ante el empuje de políticas neoliberales en contra del criterio de servicio público. Prima más el beneficio económico empresarial que la calidad de los contenidos y los valores que puedan propagar. La producción debe estar orientada a satisfacer necesidades sociales fundamentadas en la construcción del bien común, no en demandas aculturales basadas en imaginarios desarrollados por los grandes grupos mediáticos.

El derecho de expresar libremente, protegido por todas las constituciones democráticas, exige una pluralidad de medios que permita la libertad de

elección de la ciudadanía. La actual concentración de medios pone en peligro este derecho. En el medio radiofónico, se manifiesta esta coyuntura con el predominio de las grandes cadenas comerciales, en el que las radios públicas locales coexisten junto a las emisoras del Tercer Sector.

Más evidente sucede que “hay otras muchas cadenas minoritarias que los oyentes pueden elegir, no hay que olvidar que ese hecho no comporta necesariamente un pluralismo, pues este puede verse obstaculizado de diversas maneras, entre otras por el incremento de emisiones en cadena. Cuando las emisoras se integran en grandes grupos empresariales, de ordinario se produce merma en la variedad de la oferta, al perder estas su anterior idiosincrasia”. Iglesias (2004: 111).

Poder ejercer el derecho a la información es consustancial al desarrollo de la opinión pública en democracia. Sobre esta idea, Tomás comenta:

- “El pluralismo aplicado a los medios de comunicación se manifiesta en la posibilidad de todo ciudadano por acceder de manera equitativa al máximo de opiniones, ideas e informaciones; el pluralismo es un valor que asegura a los ciudadanos la diversidad informativa. Esta no se refiere exclusivamente a las informaciones políticas sino a todo tipo de programas y contenidos, ya que son todos estos, en su conjunto, los que construyen la imagen de la sociedad que los medios devuelven a sus ciudadanos. La calidad de la democracia se medirá por la pluralidad y libertad en que se desarrolle el proceso” (2004: 45).

Actualmente, un reducido grupo de empresas de comunicación dominan el mercado de las telecomunicaciones en el plano mundial, lo que tiene una repercusión directa en la pluralidad y la participación cívica. El pluralismo

informativo está por tanto en consonancia con una mayor oferta informativa, sobre la que los ciudadanos tienen mayor posibilidad de elegir. Acorde con esto, Alcalá afirma que:

“una de las consecuencias que la concentración mediática genera en los consumidores es la influencia que se ejerce sobre la sociedad y cómo se determinan las decisiones políticas. Aunado a que las opciones de que disponen los consumidores se ven afectadas por el tamaño de algunos grupos. El desarrollo económico de los mercados de comunicación debe realizarse a la par que la pluralidad de información y de los contenidos editoriales de los medios, pues afecta a la elección del consumidor, respecto al número de medios, a la pluralidad de los productos de comunicación” (2013: 69).

La resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea, “confirma su compromiso con la defensa y la promoción del pluralismo de los medios de comunicación” y que “garantice un nivel equivalente de protección que permita a los operadores el aprovechamiento de las oportunidades creadas por el mercado único”.

También considera que “el concepto de pluralismo en los medios de comunicación no se puede limitar al problema de la concentración de la propiedad de las empresas, sino que abarca también cuestiones relativas a los servicios públicos de radiodifusión, el poder político, la competencia económica, la diversidad cultural, el desarrollo de nuevas tecnologías, la transparencia y las condiciones de trabajo de los periodistas de la Unión Europea”. De esta manera reconocía que el aumento de la concentración mediática no se corresponde a una disminución del pluralismo. Postura que generó incertidumbre por el débil apoyo que mostraba en favor de la defensa del pluralismo mediático y de los medios del Tercer Sector.

La Comisión Europea reunió en octubre de 2011 a un grupo independiente de expertos⁶ para redactar las recomendaciones sobre “Pluralismo y libertad de medios de comunicación” con el fin de garantizar el derecho a la información, entendiendo que “la libertad y el pluralismo en los medios de comunicación resultan cruciales en la democracia europea”. Dentro de las conclusiones y recomendaciones, se incluyen retos que hacen peligrar la libertad del periodismo o reducir el pluralismo, como las presiones comerciales, políticas y el cambio de escenarios que se está dando en los medios de comunicación.

Estas preocupaciones forman parte del Informe sobre Pluralismo Informativo en Europa dado a conocer en enero de 2013. En ambos documentos se alerta sobre los riesgos de la concentración e insta a los Estados miembros a salvaguardar el pluralismo de los medios de comunicación, velando que todos los ciudadanos tengan acceso a unos medios libres y diversificados. Reconocen que es responsabilidad de los países miembros mantener la libertad de comunicación y el pluralismo, amparando el derecho de los ciudadanos como condición indispensable para la continuidad del modelo de sociedad democrático.

Y por eso pide a los miembros que la reglamentación de medios de comunicación de cada nación sea eficaz, clara, transparente y exigente. Sobre todo en la radiodifusión pública; que esta sea capaz de ofrecer una verdadera alternativa a la programación de las cadenas comerciales, sin tener que competir por cuotas e ingresos de publicidad; y que represente el pluralismo de los medios de comunicación, el diálogo democrático y el acceso de todos los ciudadanos a unos contenidos de calidad.

6 Resumen de las conclusiones y recomendaciones del Grupo Alto Nivel (HLG) sobre “Pluralismo y libertad de medios de comunicación” de la Comisión Europea (2011),

Una de la principales recomendaciones tiene que ver con los medios de comunicación públicos sin ánimo de lucro, que interpretan un papel principal en el mantenimiento de los valores de pluralismo y democracia, aconsejando que la financiación pública de los medios deberá hacerse sobre la base de criterios de calidad, objetivos y transparentes. Y entendiendo, como dice la Comisión Europea en el Libro Verde sobre Pluralismo y Concentración de Medios de Comunicación, que el pluralismo no es en sí mismo un derecho fundamental constitucional, sino que la noción de pluralismo presente en las constituciones orienta para establecer los límites a la libertad de expresión a favor de otros intereses generales.

Aunque son múltiples los documentos elaborados por Europa, hay cierto pesimismo en el entorno de los medios alternativos. Coincidimos con Aurora Labio cuando declara que:

“La Unión Europea no va a elaborar una directiva para regular el pluralismo ni existe voluntad auténtica de poner freno a la concentración... Parece como si tanto el Parlamento como la Comisión estuvieran metidos en un laberinto, pero sin encontrar una salida” (2014: 68).

El modelo de concentración audiovisual determina que los medios de información de masas, que no de comunicación, incidan desde la política y la economía en debilitar y desprestigiar los sistemas públicos y, por otro lado, que influyeran a la población en la creación de imaginarios que permiten un mayor control social, basados más en la desinformación que en la comunicación. Se puede decir que “el momento actual, caracterizado por una desvertebración comunicacional, requiere fortalecer y reconstruir la significancia que representa una comunicación destinada a un servicio a la ciudadanía y facilitadora de una articulación territorial, socioeconómica y

cultural, que favorezca procesos democratizadores”.

Gabilondo, Olmedo (2012: 6).

En las últimas décadas, la radio se ha visto inmersa en un profundo proceso de cambios. El aumento de las frecuencias, la concentración y el fortalecimiento de los grandes grupos mediáticos concretan esta situación. En Andalucía, las concesiones de licencias radiofónicas han generado múltiples debates y denuncias, como veremos en el capítulo 3. Las Emisoras Municipales, como emisoras públicas que son, cumplen una importante labor de democratización comunicativa en el territorio nacional y en particular en Andalucía.

El retraso en la legalización de estas emisoras hasta 1992 no desgastó del todo el espectro radiofónico municipal, pero sí le restó fuerzas ante la concentración que se estaba produciendo y que daba lugar a un modelo oligopólico. Las reiteradas denuncias de los partidos políticos, siempre y cuando estuvieran en la oposición, no permitieron mejorar esta circunstancia. Y a esto se suma el poco control parlamentario, la falta de transparencia de las concesiones y las adjudicaciones partidistas.

En definitiva, con las E.M. se pueden crear espacios que posibiliten y articulen debates y diálogos entre los ciudadanos y con sus representantes políticos en un ejercicio de mutuo respeto, para que la democracia sea vista no como un sistema de gobierno, sino como práctica de encuentro, solidaridad y responsabilidad social.

1.7. Comunicación y desarrollo

Los medios de proximidad, y en nuestro caso los públicos locales, tienen como objetivo la participación ciudadana cultural, social y política, y como resultado

la aptitud de devolver la capacidad de gobernanza desde la toma consciente de decisiones. Diríamos que la comunicación, a partir de la verbalización del pensamiento, tiene no solo un valor de compromiso, sino la competencia del emprendimiento colectivo. Desde esta mirada existen diferentes posturas en torno a los objetivos de la comunicación mediática; las más tradicionales y todavía vigentes en la Academia relacionan la comunicación con el desarrollo. Como veremos, la construcción de esta idea eurocéntrica y occidentalizadora surgida en Estados Unidos, no deja de ser problemática.

Podríamos considerar el inicio de la actual concepción de desarrollo y la alianza establecida entre comunicación y desarrollo en el punto IV del Discurso a la Nación del presidente Truman en 1949 y sus efectos posteriores. Con el objetivo de imponer un modelo que satisficiera sus intereses y poniendo como excusa el temor al crecimiento del comunismo tras el triunfo de la Revolución China en 1949, EE.UU. integró en su estrategia de expansión el concepto de “subdesarrollo”. En resumen, el punto IV del discurso de Truman venía a decir:

“Hay que lanzar un programa audaz para mantener el crecimiento de las naciones subdesarrolladas (...) Su vida económica es primitiva y estancada, su pobreza una desventaja y una amenaza, tanto para ellos como para las naciones más próximas (...) Los Estados Unidos deben poner a disposición de los pueblos pacíficos las ventajas de sus reservas de conocimientos técnicos a fin de ayudarlos a realizar la vida mejor que ellos aspiran (...) Con la colaboración de los círculos de negocios, del capital privado, de la agricultura y del mundo del trabajo de Estados Unidos (...) Esperamos contribuir así a crear las condiciones que finalmente conducirán a toda la humanidad a la libertad y a la felicidad personal”.

Con esta declaración de principios calificaron a más de la mitad de las poblaciones del planeta como “subdesarrolladas” e “infelices”, devaluando sus culturas, formas de vida y su manejo de la naturaleza, y dejando claro cómo deberían orientar su crecimiento. Este modelo de “desarrollo” se convirtió en el objetivo a conseguir, sin mediación de debates entre los pueblos afectados. En definitiva, se planteaba un modelo ajeno a las particularidades de las naciones implicadas. El plan estaba claro: la expansión comercial de las potencias dominantes, lideradas por Estados Unidos; expansión que llega a Europa a través del Plan Marshall.

En este proceso de reparto y definición de los modelos sociales culturalmente *correctos* que había que difundir con la pretensión de solucionar los problemas de los mal llamados países del tercer mundo, las naciones imperantes partían de la idea de que la modernización debía venir de la mano de sus propios modelos, experimentados a través de las teorías macro surgidas en organismos internacionales, y capitaneados por ellos mismos. Y una de las herramientas clave para realizarlos era la planificación de una “comunicación para el desarrollo”, una comunicación activadora de nuevos imaginarios que ayudarían a superar su “subdesarrollo”. En otras palabras, los medios de información de masas al servicio de las grandes corporaciones para la implantación en el espacio mundial de una sociedad orientada al consumo ⁷.

La publicación del libro de Daniel Lerner en 1958, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East* (La extinción de la sociedad tradicional), fue uno de los primeros textos en los que el autor relacionaba comunicación y desarrollo. Este libro junto al de Wilbur Schramm en 1964, *Medios de*

⁷ Sociedad de consumo que ya había empezado a diseñarse en los años veinte del siglo pasado en EE.UU., bajo la batuta del presidente Herbert Hoover, por parte de las empresas financieras y de información, más las aportaciones de los periodistas Walter Lipmann y Edward Bernays, que coincidían en que el crecimiento económico partía de entrenar a las “masas descarriadas” en el deseo constante de nuevas cosas, transformándolas en máquinas de felicidad.

comunicación de masas y desarrollo nacional (*The Role of Information in National Development*), se convirtieron en una suerte de guía y base teórica para el uso de la comunicación en su búsqueda de este “desarrollo”.

La utilización de los medios de información para el éxito de esta estrategia y la interiorización de este concepto fue capital. Las conceptualizaciones en torno a la Comunicación para el Desarrollo tenían este objetivo y lo consiguieron: repercutir en la creación de un nuevo imaginario mundial, respuesta para los problemas del tercer mundo. Como exponía Mansilla:

“Los países más importantes del ahora llamado tercer mundo dejaron de producir modelos originales de desarrollo e ingresaron a una larga época de estancamiento histórico”; y sigue “la actividad humana es percibida como sometida al principio de eficiencia y rendimiento, con una tendencia compulsiva al dinamismo y al éxito” (2008: 95).

Son los años de la expansión, en comunicación, de la teoría difusionista, en la que “los medios sirven para dar a conocer su propio estilo de vida y sus propios valores, para que los países pobres los imiten en las diferentes áreas: innovación, educación, salud. Proponían la transferencia de ‘desarrollo’ y ‘democracia’ del primer mundo”. Martínez Terrero (2006: 39). Entre 1950 y 1970, la teoría difusionista tuvo un fuerte impacto en los países en desarrollo, generando modelos no adaptados a sus realidades, dominados por élites locales y con la participación internacional a través de instituciones creadas para tal efecto. Esta imposición de modelos ajenos al territorio marchitó y menospreció planes propios en comunicación y en otros campos; y tuvo como consecuencia graves repercusiones en la ampliación de las brechas sociales, económicas y culturales de las regiones.

Esta situación y el uso que se hacía de la Comunicación para el Desarrollo se

reflejó en la Conferencia General de la Unesco, celebrada en París en 1960, que abogaba en su resolución 5ª por la libre circulación de las informaciones y el desarrollo de los medios, y por el fomento de la libre circulación de las informaciones. Textualmente decía: “Se invita a los Estados Miembros a facilitar la libre circulación de las informaciones y de las ideas mediante su adhesión a los acuerdos y disposiciones internacionales sobre esa materia, y prestando apoyo a la labor emprendida a ese respecto por la Unesco en cooperación con las Naciones Unidas, los organismos especializados y otras organizaciones internacionales competentes”, pero organizaciones en manos de países dominantes, lo que no permitía ninguna aportación crítica al paradigma de desarrollo impuesto.

La capacidad y el dominio de los Estados Unidos en esos años lograron difundir la concepción de que los medios de información de masas eran capaces de contribuir en los países del tercer mundo a una situación igual que la de los países dominantes en pocas décadas. La labor realizada por los organismos internacionales (Naciones Unidas, PNUD, FAO y otros), a través de los proyectos puestos en marcha en diferentes ámbitos, orientaba el discurso de este “desarrollo” que los llevaría hacia una nueva modernidad más próspera. A la par, se beneficiaban económicamente y acentuaban el endeudamiento de estos países *beneficiarios*.

Eso significaba una táctica de negación de sus propias estructuras culturales tradicionales, que a fin de cuentas no eran las correctas para la exigencia de un desarrollo, de clara concepción economicista, pensado a la medida de los intereses comerciales de los países occidentales.

Recordemos ahora la participación en la Unesco de la coalición del Movimiento de Países No Alineados (MPNA), surgido en los años 50, que buscaba definir unas nuevas reglas de juego en la economía y la comunicación mundial, y que se enfrentaban directamente a los conservadores occidentales, defensores de una economía liberal. Las nuevas propuestas confluyeron en el proyecto

Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), que tuvo como partida la idea de reorganizar los flujos de información globales a través de sugerencias de políticas públicas y con la participación del tercer sector. El NOMIC, iniciativa desarrollada en los setenta por el MPNA⁸, tuvo un evidente apoyo de la Unesco, y de ahí emanaría después el Informe Macbride (1980). Según manifiesta Martínez Terreros:

“Este informe se hizo eco de las teorías que prevalecían en los países menos desarrollados, como la de “Comunicación para el Desarrollo” o “medios y desarrollo”. En una primera etapa difusionista, se estudia cómo los medios pueden difundir información del autollamado Primer Mundo, apta para la innovación, la educación y la salud de los países en desarrollo. El modelo de influencia de los medios era un modelo mecanicista de transmisión, que no tenía en consideración el contexto social” (2006: 40).

Al debate internacional sobre la regulación de medios se sumó la inquietud de la planificación de futuro que originó la crisis del petróleo que comienza en 1973, con la exigencia hacia los países más ricos de que asumieran su papel en la promoción de un mundo más equitativo y justo. En mayo de 1974 se aprueba la Declaración sobre el Establecimiento de un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), y en diciembre de ese mismo año la Asamblea General de la ONU aprueba la Carta de Derechos y Deberes Económicos de los Estados.

Destacamos algunos puntos fundamentales del NOEI sobre el desarrollo económico autodependiente de los países del tercer mundo, resumidos por

8 El movimiento de los No Alineados trató de buscar vías alternativas a esta situación. En la búsqueda de equilibrios era necesario superar las barreras económicas que acabaran con la dependencia, pero tan básico como ello era subvertir el flujo de intercambios, que permitían la dominación cultural del “Norte” sobre el “Sur”, la generación de imaginarios estigmatizadores, al tiempo que la invisibilización de la memoria, de la capacidad de creación del “Sur” y de sus iniciativas. Chaparro (2015: 127).

Murúa y Van Wingerden (1982):

- Control de las propias fuentes naturales (principio de soberanía).
- Aceleración del desarrollo económico sobre la base del desarrollo de su propia fuerza e industrialización. Cooperación mutua.
- Reformas internacionales del régimen monetario internacional y caída de las barreras arancelarias (impuestas por las potencias en los años posteriores a la finalización de la guerra).

En definitiva, la propuesta del NOEI consistía en coordinar la cooperación mutua en el campo comercial partiendo del control de sus propios recursos y riquezas, con la ayuda de los países desarrollados. La estigmatización del Informe MacBride por EE.UU. acusándolo de tendencioso e impidiendo la puesta en marcha de políticas públicas que resolvieran los problemas denunciados, puso más empeño en combatir el NOMIC que el NOEI, y en este sentido el control de la información era tenido más en cuenta para mantener el dominio comercial a través de los cambios culturales. (Chaparro, 2015).

A mediados de los años 70, el proyecto de la Fundación Dag Hammarskjöld para “otro desarrollo”, presentado en la Asamblea General de las Naciones Unidas, cuestionó el modelo de crecimiento impuesto proponiendo otro modelo basado en la satisfacción de las necesidades de las mayorías, a partir de enfoques endógenos y autogestionarios y teniendo en cuenta el medioambiente.

El documento de la Fundación llamado “¿Qué hacer?” “tiene la misma simbología estratégica que el informe de la Comisión MacBride: encontrar salidas a la dramática situación a la que nos aboca el modelo de desarrollo. En realidad, todo el documento va dirigido a construir un nuevo orden de relacionamiento entre las naciones dentro de “otro desarrollo”; es decir, se

parte del fracaso desarrollista y del desgobierno de políticas liberales para proponer políticas reformistas”. Chaparro (2015: 134).

El bloqueo liderado por Estados Unidos al Informe MacBride estaba encaminado a atenuar sus conclusiones e imponer un solo modelo de desarrollo y cultura, el de los países económicamente dominantes; y su confrontación con el MPNA propició el abandono de EE.UU. en 1984 como miembro de Unesco y un año más tarde el Reino Unido seguiría sus pasos. Ambos acusaban a la Unesco de hacer una política contra Occidente, “de estar mal dirigida y de no responder a las peticiones para iniciar una reforma en su seno”⁹. Para entonces, EE.UU. ya había proyectado una imagen de autoridad moral y política, basada sobre todo en su poder militar¹⁰ al haber liderado durante años gran parte de las organismos internacionales, imponiendo su modelo y promoviendo “sus intereses personales (*selfinterest*) y ofrecerlos al mundo como intereses generosos y democráticos”. Frau-Meigs (2005: 101).

Aunque tardíamente hubo cierto reconocimiento de los errores cometidos en estos campos, la doble postura ante el desarrollo y el uso de la comunicación para el desarrollo se sigue manteniendo en muchos de los documentos propuestos en el espacio internacional y ejerce influencias en el área de las ciencias sociales, lo que ha incidido en la producción científica de las últimas décadas, perpetuando una visión mercantilista de crecimiento sin considerar otras: las expresiones culturales, las formas de vida y la defensa de la naturaleza.

9 Diario *El País*, 6 de diciembre de 1985.

10 No obstante, con la descolonización y la remontada del bloque soviético, el equilibrio de alianzas estables tuvo que ser replanteado por los anhelos emancipadores de los estados del Tercer Mundo recelosos de la influencia occidental. Llegados para engrosar las filas de las Naciones Unidas, obligaron al poder hegemónico americano a convertir su política exterior en instrumento de lucha anticomunista durante toda la Guerra Fría. Frau-Meigs (2005: 101).

A fin de cuentas, se trata de una dominación cultural, educacional y comunicacional asentada prácticamente en todos los países, con unos medios de información al servicio de estos intereses y una marginalización de los medios democráticos alternativos que estaban surgiendo, tildados de antidemocráticos por ir contra este patrón de crecimiento. A este panorama se suman los procesos de concentración, que alejan más la posibilidad de validar las propuestas de unos medios plurales y participativos, generadores de imaginarios propios. Como consecuencia, se produce la indefinición de nítidas políticas de actuación que se diseñan en organismos europeos e internacionales.

El fracaso del modelo impuesto y el uso de la comunicación para ese “desarrollo” se evidenció en las décadas de los 70 y 80 en Latinoamérica, lo que llevó a la revisión del papel de la comunicación en el proceso y a la revisión de la Teoría de la Dependencia elaborada en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en los sesenta. A su vez se generó una prolífica aportación teórica desde la Escuela Crítica Latinoamericana, donde Beltrán, Pasquali, Bordenave, Marques de Melo, Kaplún, Freire y otros cuestionaron las teorías de desarrollo y los sistemas comunicacionales tradicionales, impuestos en las últimas décadas. Estas críticas también llegaron de organizaciones regionales, como la Asociación Latinoamericana de Escuelas de radiodifusión (ALER), la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), entre otras. Bordenave (1978) realiza una revisión del concepto establecido sobre el proceso de desarrollo, que sintetizamos a continuación:

- El desarrollo no existe objetivamente como proceso en sí, ya que todo lo que existe son diversas actividades y fenómenos que de manera arbitraria son imaginados conjuntamente como un todo

orgánico.

- Todos los conceptos de desarrollo emergen de una posición ideológica que refleja los intereses o aspiraciones de algún grupo social en un momento histórico.
- Los modelos propuestos de desarrollo, aunque aparentemente descriptivos, en el fondo son todos normativos, pues no retratan un “estado ideal” acompañado de un esquema de acción necesario para llegar a él. Tanto el estado final como sus etapas o pasos son en general tan “ideales” que hay que hacer esfuerzos desesperados por encajar en ellos, aunque la realidad sea diferente.
- En resumen, el “desarrollo” es una construcción mental, que se convierte en idea fuerza, pero sigue siendo un concepto “artificial” de base ideológica.

Así, la imposición del concepto diseñado por el “Norte” se alejaba de las condiciones reales de cultura, formas de producción y propuestas alternativas de comunicación. La situación actual revela el fracaso del modelo, también en Europa, que queda una vez más en evidencia a partir de la crisis económica iniciada en 2008.

Ante las posturas críticas surgidas en torno al desarrollo y la Comunicación para el Desarrollo, se ha generalizando el paradigma de la Comunicación para el Cambio Social, en el que muchas veces se mantiene el mismo concepto de “desarrollo” como un proceso *solo* económico, que cuestionamos en su apuesta modernizadora. Si el paradigma del desarrollo no se modifica, el concepto de Comunicación para el Cambio Social sigue los mismos parámetros. Como bien lo explica Chaparro:

“Las voces críticas con el actual modelo han hecho que la comunicación se mueva en dos direcciones contrapuestas: la utilitarista tradicional,

presente en los grandes medios de información, promovida por el mercado; y la social-popular, reivindicadora de una nueva sociedad opuesta a los argumentos de las transnacionales y sus serviles gobiernos. Esta segunda opción queda claramente vinculada a la comunicación comunitaria o alternativa” (2015: 114).

Creemos que la consecuencia del proceso de la comunicación es el empoderamiento de la ciudadanía y la creación de modelos de gobernanza local, donde las políticas públicas de comunicación son indispensables para salvaguardar un sistema democrático, contribuyen a la transparencia y permiten la participación en el diseño de políticas de crecimiento y defensa de la cultura. De acuerdo con esto, propondríamos un cambio para la configuración de una sociedad civil sostenible en sí misma. Y los medios de comunicación de proximidad serían el medio para conseguirlo.

1.8. Indicadores de rentabilidad social

Esta investigación no solo aborda la construcción del mapa de las Emisoras Municipales en Andalucía, sino que quiere establecer parámetros que evalúen la incidencia del trabajo que realizan en su actividad, la gestión, la participación ciudadana y la programación, entre otros. Para todo ello, nos hemos servido del trabajo desarrollado por el grupo COMandalucía en la creación de indicadores que midan la responsabilidad social de estos medios y su anhelo de una comunicación más democrática.

La creación de indicadores en el campo de las ciencias sociales es un debate abierto presente en el espacio de la investigación. Organismos internacionales, instituciones públicas y profesionales, e investigadores en comunicación trabajan en ello con el fin de crear herramientas orientadas a

la identificación de las buenas prácticas y las líneas de actuación necesarias para reforzar la calidad democrática de los medios de comunicación; y que al mismo tiempo incidan en la concreción de políticas públicas que garanticen el ejercicio del derecho a comunicar.

La inquietud por la calidad de la información en las sociedades democráticas aparece como un tema recurrente en diversos estudios realizados en esta área. Para salvaguardar la comunicación y su influencia en la sociedad, se han expuesto propuestas de indicadores de aplicación en medios de comunicación de diferentes dimensiones y perspectivas, centradas en el rendimiento económico de los medios, la rentabilidad social, la producción, la cantidad de la información y la calidad democrática.

En los últimos años, el estudio de indicadores en la comunicación social ha abierto nuevas posibilidades en la búsqueda de evaluar las buenas prácticas y su incidencia en la creación de calidad democrática de los medios, así como en investigaciones dirigidas a analizar el provecho de los mismos por encima o más allá del impacto en la audiencia o de su rendimiento comercial. Los estudios centrados en medios públicos, locales y comunitarios, objeto de nuestro estudio, se han traducido en la creación de observatorios y laboratorios de comunicación en diversas regiones del mundo, ocupados en analizar, desde una perspectiva de rentabilidad social y participación ciudadana, el papel de los medios comunitarios en el fortalecimiento democrático. Veremos algunos de ellos.

Los principales programas gestionados por el Sector de la Comunicación y la Información de la Unesco, como el Programa de la Sociedad de la Información para todos (PIPT/IFAP) y el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC/IPDC), priorizan la interacción existente en la producción informativa y cultural, difícil de limitar.

La Unesco, a través del PIDC, publicó en 2008 el documento “Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social”. En la presentación, se dejaba claro que “el desarrollo mediático se vincula visiblemente con el potencial de los medios para fortalecer procesos democráticos que sean participativos, transparentes y con rendición de cuentas, tomando en cuenta a los actores de la sociedad, imprescindibles para fomentar la democracia”.

La propuesta del PICD se basa en determinar categorías e indicadores cualitativos y cuantitativos flexibles y adaptables a los diferentes medios y regiones, teniendo como metas primordiales la “independencia del medio y el acceso de los ciudadanos” al mismo, tanto para obtener información como para utilizarlo y hacerse escuchar. La propuesta se estructura alrededor de cinco categorías principales de desarrollo mediático, cada una con una serie de indicadores y medios de verificación. Así, se definieron las siguientes:

Categoría 1: Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social.

Categoría 2: Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad.

Categoría 3: Los medios como plataforma para el discurso democrático.

Categoría 4: Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad.

Categoría 5: La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas.

Se concretaron con el fin de verificar el desarrollo mediático de los medios de comunicación social teniendo en cuenta unos marcos jurídicos que promuevan la libertad de expresión, la participación de las organizaciones de la sociedad civil, la pluralidad, la transparencia, la formación continua, la alfabetización mediática y el uso eficiente de las nuevas tecnologías.

En la misma línea del documento de la Unesco y dentro de los estudios en el campo de los indicadores en el sector de los medios de comunicación, está la propuesta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe (AMARC), que publicó en 2010 los “Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual”.

Se trataba de preceptos encauzados a “garantizar la diversidad y el pluralismo de la radiodifusión”, posibilitando la expresión de los diversos sectores de la sociedad. La propuesta de AMARC estaba fundamentada en el espíritu de los Derechos Humanos como eje central para “garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión” dentro de las tendencias del entorno en pleno proceso de reconversión tecnológica y de concentración.

Las ideas recogidas por AMARC en cuarenta puntos basados en la jurisprudencia ofrecen pautas para la radiodifusión pública, comercial y comunitaria en el contexto latinoamericano, aunque de fácil aplicación en otras regiones, pues las preocupaciones que plantean son las mismas que se dan en el entorno internacional. Son principios que deben cumplirse; desde la financiación de los medios públicos y comunitarios al diseño de las políticas públicas, pasando por la regulación del espectro radioeléctrico o la concesión de las licencias de emisión.

Otra aportación en esta misma línea la propone también la Unesco en el documento: “Indicadores de calidad de las emisoras públicas – Evaluación

contemporánea” (2012), que parte de la obligatoriedad de informar a la ciudadanía bajo el paraguas de los valores democráticos, de la protección de derechos humanos y de la exigencia de rendir cuentas a los actores que participan en el proceso de una manera transparente. La Unesco planteó una línea de indicadores que permitieran, a partir de la valoración realizada por la comunidad, medir apartados tales como la transparencia de la información, el uso de recursos públicos y la diversidad en la producción. El objetivo de este programa era diseñar un sistema abierto con herramientas dinámicas que facilitaran a los implicados y a la sociedad en su conjunto intervenir en la evaluación de estos medios.

Investigaciones en el ámbito nacional denotan la preocupación en el diseño de instrumentos que midan la responsabilidad/rentabilidad social de los medios. Es el caso del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de la Universidad Autónoma de Barcelona, que diseña la herramienta Inforparticip@ para estudiar y evaluar la comunicación pública actual de los ayuntamientos en Cataluña. Hoy, con la participación de diversas universidades públicas, está analizando los datos en varias Comunidades. Inforparticip@ es el resultado del Mapa de las Buenas Prácticas de la Comunicación Pública Local en Cataluña.

El Decálogo de Buenas Prácticas de la Comunicación Local propuesto está basado en el artículo 69 de la Ley de Bases de Régimen Local y ha posibilitado el diseño de indicadores que evalúan la información de las webs de los ayuntamientos y el compromiso de estos en proporcionar a la ciudadanía una información transparente y de calidad. Al mismo tiempo, resulta una gran idea la creación del sello Inforparticipa, que se otorga a los ayuntamientos que superan la evaluación de los indicadores.

A pesar del dominio imperante en el escenario del interés privado sobre el interés de la ciudadanía y de los valores economicistas prevaleciendo sobre los

valores sociales de inclusión y de articulación comunitaria, hay que señalar que no se ha quebrado la voluntad de idear proyectos comunicacionales que deben valorarse y servir de referencia para el buen hacer. Creemos que:

“la producción informativa depende de decisiones que se sustentan en la ética y en un marco conceptual que sustente la visión del comunicador sobre la realidad, cuidando sobre las posibles consecuencias de su trabajo en la sociedad. Por ello, las acciones de los medios de comunicación son acciones que se definen en la responsabilidad social, la misma que no se detiene en la consideración del discurso como contenidos, sino también de las formas, o sea, de las imágenes, las palabras, los símbolos que se conjugan en los modos de describir y presentar los mensajes, los hechos y las noticias”. Contreras y Carrasco (2006: 55).

Como expusimos en el IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, un manual de buenas prácticas se sugiere como una opción para poder identificar y reconocer aquellas prácticas que cumplen con el cometido para el que fueron creadas las Emisoras Municipales, el caso que nos ocupa; es decir, el servicio a la ciudadanía.

Este reconocimiento debe realizarse a través de unos indicadores consensuados para tal efecto y que proporcionen la idiosincrasia del objeto estudiado. Como hemos apuntado anteriormente, la sugerencia de manuales mediáticos ha sido un camino recurrente en los últimos años, en un intento de guiar hacia un ejercicio de la comunicación plenamente democrática y profesional.

El Laboratorio de Comunicación y Cultura de la Universidad de Málaga, iniciativa que desarrollamos en el capítulo 5 para evaluar el rendimiento

de los medios y la participación ciudadana, parte de una visión integral del funcionamiento de los medios de comunicación local y su responsabilidad en prestar un servicio público desde la rentabilidad social de los mismos. Este objetivo llevó a la creación del Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM).

Las investigaciones previas llevadas a cabo, centradas en los medios públicos locales, pusieron de relieve la incidencia y el compromiso social de numerosas radios y televisiones de proximidad en Andalucía, detectando al mismo tiempo deficiencias e irregularidades en el trabajo de estos medios. El diseño del indicador IRSCOM, como analizaremos más adelante, nace como un sistema de medición que valora en positivo los medios públicos locales en su función de servicio público, proponiendo medidas orientadas a la construcción plural y democrática en las Emisoras Municipales, objeto de nuestra investigación.





2. Contexto de las Emisoras Municipales

2.1. El sector público de la radio: de lo macro a lo meso y micro medios

En el sector público de la radio¹ conviven tres modelos diferenciados, cada uno representando diversos intereses en los diferentes ámbitos territoriales de influencia. La radio pública estatal y las radios públicas autonómicas iniciaron su recorrido una vez aprobados los Estatutos de Autonomía, y las Emisoras Municipales normalizadas en la Ley 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora.

Como señalaba Prado en los años 90, “actualmente, se cumple un principio de vertebración democrática esencial y a cada ámbito de participación política democrática le corresponde un recurso público de radiodifusión, y se establece así una sintonía básica entre la configuración del Estado y la del sistema radiofónico, principio que se cumple también en el ámbito privado, por lo menos desde el plano teórico” (1994: 236).

La defensa de los medios de comunicación públicos debería ser una preocupación constante en los estados democráticos. Cada sociedad, en su defensa de la democracia, su cultura y sociedad, debería apostar por un servicio de radiodifusión plural. La mercantilización de la información y la comunicación han derivado en el debilitamiento de los modelos públicos.

1 La organización y adjudicación de las frecuencias están en relación directa con las competencias del Estado y las Comunidades Autónomas definidas en la Constitución de 1978. El conflicto competencial generado en el año 1982 entre el Estado y las Comunidades Autónomas de Catalunya y Gobierno Vasco, resuelto en el Tribunal Constitucional, que reconoció el derecho de las Autonomías a conceder las licencias de FM de radio en sus regiones, dejando las competencias de Onda Corta y Media al Estado.

Las licencias de FM se publican en los diarios oficiales de las Comunidades Autónomas, al ser competencia regional. Las licencias de OM en el *Boletín Oficial del Estado*, por sus características que superan el espacio geográfico de las regiones y la planificación del espectro radioeléctrico a través de los Planes Técnicos.

La definición de los Planes Técnicos propuestos por el Gobierno Central son aprobados por el Parlamento. Estos definen las frecuencias disponibles, cuáles son las frecuencias de RNE y qué frecuencias quedarían para la gestión directa de las Comunidades Autónomas (públicas y privadas).

A esta realidad se suma el desgaste de los medios de información, más acuciados en los últimos años no solo por la crisis económica, sino sobre todo por la crisis de credibilidad, que afecta a la baja opinión y percepción que tienen los ciudadanos sobre la función democratizadora de los mismos. La participación en lo público es sistemáticamente desalentada, y las actuaciones de organizaciones y movimientos sociales, descalificadas frente al ensalzamiento de las virtudes del mercado. Los medios públicos han dejado de tener la consideración del ciudadano como garantes de buena información en la construcción democrática. No pueden aceptarse entonces como los define Roncagliolo: “medios públicos fuertes, que funcionen con la lógica democrática de medios de Estado y no solamente con la lógica gubernamental” (2006: 209).

En la actualidad, “la mercantilización de la información y la comunicación, de las redes de distribución, de las tecnologías de la información, ha provocado el desmantelamiento y empobrecimiento de los medios públicos. El concepto de servicio público ya no es aplicable a los medios privados comerciales, lo que supone una cierta privatización del espacio radioeléctrico y un nulo compromiso por los contenidos de utilidad para la ciudadanía”. Chaparro (2012: 4).

El temor de algunos medios públicos a la participación ciudadana plantea líneas de reflexión en la actual relación de estos con sus gobernantes. Quesada y Paredes lo exponen de la siguiente manera:

- No se considera a los medios públicos como espacios de construcción de lo público a través del debate democrático, a pesar de contar con la infraestructura y la organización necesarias.
- Prima una visión paternalista en los esfuerzos educativos y culturales, que a la gente hay que enseñarle lo que debe escuchar y leer, y que la participación ciudadana vuelve más lentos los procesos, por lo que hay que evitarla.

- Se considera que informar es suficiente para el ciudadano. Se trata de una visión utilitaria y difusionista del medio a través del cual se le obvia como espacio de diálogo y participación.
- Se ha creado una “pantalla de la independencia”, a través de la cual los medios públicos se acercan a sectores de la sociedad civil para darles voz en determinados temas y crear así la imagen de que son plurales y democráticos.
- Con el intento de tener identificados a los públicos, se estereotipa a las audiencias (2006: 165-167).

Creemos que los ciudadanos deben ser partícipes de la discusión de políticas de comunicación y hacer de la participación ciudadana un activo en el quehacer de los medios públicos. También la articulación de los medios públicos es en estos momentos una prioridad, teniendo en cuenta el trabajo conjunto, la retroalimentación y la sinergia que generarían los medios regionales entre sí, aumentando el aprovechamiento de sus recursos en el fortalecimiento de las culturas e identidades propias.

Una red de radios públicas locales representa una experiencia participativa en la que los ciudadanos pueden acceder a una plataforma para ejercer su derecho a la libertad de expresión, así como su derecho a la comunicación. Gerbaldo (2010) ve las vinculaciones entre comunicación y ciudadanía:

- Los medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social. Los medios son escenarios donde se configuran las culturas políticas.
- Los medios son los instrumentos sociales que inciden directamente en la consolidación de lo público. En este sentido, los medios de proximidad locales son los más próximos a la ciudadanía para generar estos escenarios de participación.

Las Emisoras Municipales en Andalucía son un claro ejemplo de las posibilidades que ofrecen los medios públicos locales no solo en el fomento de la participación, sino también en la vertebración del territorio, aspecto que analizaremos en el capítulo 4.

2.2. Características del panorama mediático en Andalucía

En la actualidad, los medios de comunicación en España, el impulso de la tecnología digital y la concentración de medios amparada en leyes y normativas que lo permiten, no han incidido en una mayor participación ciudadana. La baja calidad de los contenidos en la programación aportan poco al crecimiento de una democracia participativa y a la puesta en común de nuevos imaginarios que respondan y cuestionen a los impuestos por un modelo económico, cada vez más alejados de las necesidades de la población.

La coyuntura de convergencia y concentración de la propiedad del sistema de medios de comunicación crea un entorno favorable al monopolio de la oferta mediática, induciendo a la uniformidad de contenido, aspecto que limita los derechos de información, culturales y sociales de la población.

El panorama de concentración comunicacional que actualmente nos encontramos en España dificulta la difusión y el acceso a la información de opiniones, eventos de organizaciones y movimientos sociales no coincidentes con los intereses de la propiedad de los medios. Esta situación propicia procesos de indefensión de muchos sectores y colectivos sociales, vulnerando el derecho a la información y generando informaciones descalificadoras, o simplemente no permitiendo su participación, lo cual aboca a la invisibilidad de los mismos.

En Andalucía la carencia de medios especializados con competencia en el territorio regional y local es extremadamente preocupante. No se trata tanto de

un problema de cantidad como de contenidos especializados en la región, de calidad de los mismos y de distribución de la cobertura en toda la Comunidad por macro, meso y micromedios. En este sentido, un primer objetivo sería facilitar una auténtica vertebración comunicacional e informativa con medios hechos en el territorio para el territorio y generadores de una agenda propia.

El papel de servicio público asumido por las Emisoras Municipales y la existencia de un canal autonómico han venido a remediar en parte la situación. Pero la cadena autonómica no ha logrado generar modelos que incidan en la articulación de la comunicación local-regional. El perfil de audiencia de RTVA se mantiene en telespectadores de avanzada edad, se genera así desapego por los contenidos que tratan de la juventud, lo que impide vehicular una apuesta de los medios públicos de la región en su conjunto.

Además, se ha trabajado insuficientemente en un modelo más descentralizado y de proximidad que posibilite promover y dinamizar la comunicación local. Esto se evidencia en la ausencia de una correcta planificación comunicacional, lo que ha provocado que las más de 200 concesiones de radios comerciales otorgadas por la Junta de Andalucía no hayan incidido en modelos propios. En la práctica, estas concesiones han terminado en manos de cadenas ajenas al territorio, con programaciones locales o regionales inexistentes o marginales.

Incluso considerando la importancia de la prensa escrita en la formación de la opinión pública, solo una empresa radica aquí y es originaria del territorio, mientras que el resto corresponde a cabeceras dependientes de empresas cada vez más transnacionales con escasa autonomía empresarial. El hecho de que no estén sujetas a concesiones públicas hace más compleja la posibilidad de influir en ellas a través de políticas públicas que apoyen su difusión, ampliación de su cobertura territorial o la aplicación de estándares de calidad a una información plural y generalizada para toda la gente.

La configuración de los mapas audiovisuales es responsabilidad de las Políticas Públicas de Comunicación (PPC), ya que se necesita una planificación del espectro y la toma de decisiones estratégicas en torno a las características de las concesiones temporales otorgadas en concurso público. Por tanto, un segundo objetivo está relacionado con la incidencia en las PPC que persigan poner fin al déficit democrático que supone un insuficiente y mal gestionado sistema de medios, si no apuesta por un modelo descentralizado que sume sinergias entre los tres modelos de radios públicas antes mencionados.

Partiendo de todo lo expuesto, surge nuestro interés en analizar el espacio radioeléctrico público local, donde el Gobierno regional sí tiene competencias administrativas y, por tanto, puede viabilizar el fomento de medidas de apoyo a las radios que medien en la consolidación del tejido social necesario para la integración y el desarrollo de su sociedad.

Guerrero también dice que “los medios de proximidad públicos, ciudadanos y hasta comerciales contribuyen a la construcción de identidades que incluyen la dimensión cultural, histórica y lingüística, costumbres y tradiciones. Por tanto, generan conciencia de pertenencia a un espacio común, próximo, y a la vez compartido con el resto de la ciudadanía para hacerlos más globales” (2014: 101).

La situación inicial del espacio radioeléctrico en nuestra Comunidad mantiene la configuración histórica, resultado tanto de los incentivos a la oferta informativa, como de la carencia de vertebración de la información y de la opinión pública. De esta manera, las características mediáticas en la Comunidad, resumidas por Chaparro, Olmedo, Gabilondo son las siguientes:

- Las cadenas de radio privadas que dominan el escenario radiofónico, herederas de una estructura predemocrática, continúan manteniendo un oligopolio informativo.

- La oligopolización del mapa emisor y la configuración de una distribución territorial desigual de las frecuencias como consecuencia de la ausencia de políticas públicas coherentes y adaptadas a la región.
- La radio local privada de carácter comercial con contenidos de proximidad ha desaparecido al ser absorbida por la cadena. La programación local en estas emisoras, que debería ser su principal razón de existir, es residual y en muchos casos inexistente, pues estos medios se convierten en meros repetidores de cadenas.
- La radio pública local constituye el único referente de modelo de proximidad, participativo y comunitario, contemplado legalmente. La falta de mecanismos de control democrático impide un mayor aprovechamiento de la importante labor que realiza.
- Los modelos asociativos en los medios están entre las asignaturas pendientes de la democracia. La tolerancia desde la que emiten estos medios de proximidad no deja de someterlos a la marginalidad.
- La renovación de las licencias se ha venido realizando de manera automática sin tener en cuenta los incumplimientos que han forzado a la modificación de las condiciones reflejadas en las concesiones.
- Las televisiones locales han dejado de ofrecer un modelo de proximidad con la migración digital. En la actualidad ofrece un modelo fallido que carece de utilidad alguna en la mayor parte del territorio.

- El medio público autonómico presta un importante papel de vertebración, pero los estudios de audiencia reflejan su incapacidad para programar en clave joven y desprenderse de estereotipos y clichés que ni mejoran la imagen ni la consideración que de sí mismos tienen los andaluces.
- El Consejo Audiovisual de Andalucía carece de la necesaria autonomía e independencia política para desempeñar su labor y su politización le impide ser una instancia eficaz (2014: 167).

Estas características no son muy diferentes a las de otros territorios del Estado, en los que la torpeza política, el desinterés y la permeabilidad de intereses político-empresariales han cimentado un escenario mediático nada ejemplarizante, excluyente y contaminado por intereses partidarios e imposiciones del mercado, que aleja a los medios de la ciudadanía y del debate de los problemas reales de nuestra sociedad e incluso del verdadero ejercicio de la profesión periodística. Es decir, medios muy competitivos pero sin capacidad para ser competentes.

En Andalucía, al igual que en otras Comunidades, el camino del reconocimiento y la legalización de las Emisoras Municipales ha sido variado y por momentos convulso. A partir de la expansión de la frecuencia modulada (FM), la secuencia de las PPC en el plano estatal y comunitario se ha ido sucediendo hasta la actualidad, sin llevar a cabo una puesta en común en el proceso. A pesar de las diferentes vías de actuación que se implementaron en las Comunidades Autónomas, es ineludible el impulso e impacto social que supuso la creación de E.M. en las regiones.

El proceso de legalización de estas radios ha sido lento desde la creación de las primeras Emisoras Municipales en 1979 sin que existiera todavía un marco legal que las amparase. La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT)

de 1989 estableció la reserva de espectro radioeléctrico (107.0-107.9 MHz), pero no fue hasta 1991 cuando la Ley de Organización y Control de las Emisoras Municipales (LOCEM) definió claramente el marco legal de las mismas y las competencias de las comunidades autónomas y los ayuntamientos.

2.3. Los desafíos de la comunicación de proximidad ante la convergencia tecnológica

La globalización, los avances tecnológicos y la utilización que de ellos hacen los medios locales de proximidad definen nuevas vías para consolidarlos en el espectro de la Red. Como ya hemos mencionado anteriormente, reivindicar lo próximo ante la amenaza de unos contenidos homogeneizados y ajenos a realidades autóctonas exige de los medios locales una propuesta reflexionada de cómo adaptarse cada vez más a las recientes circunstancias de una sociedad cada vez más globalizada. Una adaptación dentro de un convulso escenario mediático en el que se producen concentraciones tecnológicas, estrategias y alianzas en constante cambio, y donde existen grandes intereses económicos e ideológicos.

En un ambiente de globalización que ahora domina todos los sectores, los medios de proximidad tienen un papel fundamental. Lo que puede parecer una contradicción, no lo es. Lo global y lo local conviven; y en esta convivencia destaca la tendencia a lo local o a revalorizar lo local en el panorama de unos medios tradicionales en crisis y en proceso de reconfiguración, que buscan alternativas y maniobras de diversificación de contenidos.

Como dice López García (1999), el proceso de globalización al que asistimos parece que lo envuelve todo. Esta interrelación entre lo global y lo local aparece como una característica básica del nuevo escenario creado de la mano de la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la industria de

contenidos. Las nuevas tecnologías no solo permitieron la globalización, sino que también multiplicaron los espacios locales.

La comunicación de proximidad entra en una nueva etapa, acompañada de los cambios tecnológicos y la recuperación de los movimientos sociales. La búsqueda de otros marcos que le permitan tener presencia en una era globalizada es el reto al que se enfrenta en la defensa de los rasgos de identidad de los ciudadanos como referentes de su experiencia.

Este es uno de los desafíos que las Emisoras Municipales deberán afrontar en este cambio de siglo. Como veremos en el capítulo 5, muchas de estas radios ya han comenzado a replicar contenidos en Internet a través de las redes sociales *online*, llevados por la necesidad de captar y *mantener* a un público más exigente.

En este sentido y siguiendo a Moragas y Prado, encaramos nuevos retos en la comunicación de proximidad. Entre ellos señalamos:

- Definir nuevas estrategias de comunicación local para mantener la identidad en la era global.
- Las políticas de comunicación deben tener en cuenta estos nuevos espacios, donde la comunicación de proximidad es indispensable en el fomento de la participación ciudadana frente a las tendencias de una oferta informativa uniformizada.

A estos retos habría que añadir la intervención de estos medios de proximidad, y en el caso que nos ocupa de las Emisoras Municipales, en el uso de las tecnologías, en particular de Internet, como vía para multiplicar su presencia, facilitando formas novedosas de comunicación y participación ciudadana en los procesos locales, así como ampliando sus fronteras; formas que en algunos casos pudieran convertirse en procesos globales integradores.

Como ya se ha dicho, la comunicación local se presenta esencial para dar lugar a una democracia más participativa, y puede desarrollarse desde la defensa y la reafirmación de las identidades de cada comunidad y fortaleciendo sus referentes cercanos, lo que las convertiría en portavoces de sus regiones. En este aspecto, los medios locales y de proximidad tienen en sus manos asumir el desafío de una sociedad cada vez más integrada en las TICs.

La consolidación de Internet a inicios del siglo XXI reconfigura en los municipios sus relaciones sociales y sus relaciones sociales con el entorno. El concepto de territorio varía, se expande, se globaliza, se transforma. Hay una localización distinta, más globalizada, y por tanto los usos de los medios empiezan a transformarse.

Los avances en la comunicación por satélites en los años ochenta, caracterizados por la llamada “sociedad de la información”, propiciaron una evolución de los productos informativos de los medios tradicionales con el fin de adaptarse a los cambios en hábitos y usos de un público cada vez más exigente. Aquí predomina no solo su interés en productos informativos, sino también la forma de recibirlos a través de los diferentes medios que se estaban desarrollando. Estas innovaciones tecnológicas y la progresiva digitalización en los procesos de comunicación en el sector de la radiodifusión han modificado la producción y la recepción de programas, repercutiendo en la gestión de la radio.

Las nuevas herramientas o redes sociales *online*, que en la actualidad han puesto en funcionamiento las emisoras objeto de nuestro estudio, les exige una mayor formación técnica y nuevas formas de trabajo. Los planteamientos iniciales con el que están abordando su integración se orientan principalmente a la reproducción de la oferta informativa, y a la producción de contenidos cada vez más dinámicos y participativos. Estos instrumentos les permiten no solo participar, sino también producir información, lo que supone una forma más de contribuir a la consolidación de las identidades culturales locales, incorporando más usuarios y, por ende, reforzando estos medios.

La entrada en Internet de las Emisoras Municipales es el presente y el horizonte. Sin abandonar el espacio radioeléctrico, no podemos quedarnos al margen de este nuevo contexto, pero sí trabajar en él para cumplir los objetivos de una comunicación de proximidad: dar voz a los ciudadanos, consolidar la identidad local, fomentar la intervención y estar presentes en la globalización.

La experiencia de esta transición en los medios de comunicación masivos, salvando las distancias y su impacto en los medios existentes, lo expresa Tapscott: “La Red se está convirtiendo en la infraestructura de una nueva economía del conocimiento” [...] “En el proceso, las organizaciones afrontan numerosos y enormes cambios que tienen lugar simultáneamente, incluidos la convergencia, la competitividad, la globalización y la necesidad de nuevas aptitudes. En la frontera digital de esta economía, los protagonistas, las dinámicas, las reglas de juego y los requisitos para lograr la supervivencia y obtener éxito están cambiando” (1998: 18).

En la misma línea, Varela argumenta que los nuevos medios digitales ya no serán monolíticos, cerrados, unidireccionales ni accesibles a través de un único formato o soporte. Tampoco controlan la distribución de la información como los medios tradicionales. Más bien se ofrecen como sistemas distribuidos, abiertos y transparentes. “Los nuevos medios son un algoritmo –una cadena bien definida, ordenada y con el fin de resolver ciertos problemas de conocimiento, opinión, etc., donde los servicios y la gestión del contenido a través de nuevos programas y plataformas se pueden distribuir y comercializar más allá de la cabecera” (2002: 25).

En este caso, la percepción de valores, credibilidad y confianza que el usuario perciba, es imprescindible para el mantenimiento de la demanda. Al mismo tiempo, los públicos exigen nuevos y más elaborados productos. “En comparación con los medios tradicionales electrónicos, la estructura de servicios y competencia en el mercado de los medios digitales es diferente. Por una parte, cuentan con

muchos más servicios que, a su vez, están más diversificados. Por otra, la rutina de uso se individualiza y, en consecuencia, se diversifica”. Ridinger (2010: 25).

Este es el desafío de los medios públicos locales que se han ido adaptando a las recientes necesidades, ampliando su oferta *online* para seguir llegando a los usuarios y cumplir con su función democrática. La sola exposición de lo que se transmite ya no es suficiente, por lo que se ha generado la producción de nuevos servicios y productos. Los medios privados tomaron la iniciativa en muchas de estas adecuaciones, adelantándose en su oferta.

2.4. Cambios en la demanda informativa

La transformación de los usos y hábitos de la demanda informativa, como consecuencia de las posibilidades que oferta Internet, las redes sociales *online* y los dispositivos móviles, permiten una mayor individualización e interactividad comunicativa. La inmediatez de la información y la posibilidad del usuario de personalizar la recepción es ya una clara diferencia con los medios tradicionales. Pues la deslocalización es posible ante la posibilidad del acceso a una información global.

Estas posibilidades de elección hacen más exigente al usuario en relación a la calidad de la información, y al mismo tiempo su fidelización con los medios es menor. En este contexto, el consumidor de información ha pasado de receptor/lector a prosumidor de información.

“La transformación conlleva un cambio radical en la forma en la que se enfrenta y consume información. Las teorías clásicas de la comunicación que definen un emisor y un receptor se diluyen; la Red permite que la información se difunda en forma de malla, de modo que cualquiera es al mismo tiempo

emisor y receptor”. Cerezo, Zafra (2003: 7)². Estas nuevas posibilidades de uso y consumo de la Red permiten un cambio de paradigma en la forma en que percibimos la información.

Gráfico 1: Características de los medios *online* frente a los tradicionales

MEDIOS <i>ONLINE</i>	MEDIOS TRADICIONALES
Interacción	Reflexión
Immediatez	Análisis
Personalización	Estadarización
Deslocalización	Localización
Baja capacidad de fidelización	Alta capacidad de fidelización
Sin límites de espacio	Límites físicos
Servicios multimedia	Soporte papel

Fuente: Cerezo, J.M., Zafra, J. M. (2003)

Este es el reto de la Emisoras Municipales en Andalucía. Las nuevas tecnologías en red están provocando una nueva definición de información³. El usuario

2 “El lenguaje hipertextual del mundo *online* está produciendo una nueva configuración de la información, y por tanto de la realidad y de la percepción del usuario a la hora de enfrentarse a ella. Con Internet se ha multiplicado la velocidad de la transmisión de la información y su disponibilidad como consecuencia de la aparición de medios de información emergentes, en especial los *weblog*, y de la presencia de los medios tradicionales en la Red”. (Cerezo, Zafra: 7).

3 “La información se convirtió en un producto simplemente porque tenía que hacerlo para adaptarse al espacio, tiempo y planes de producción, primero de los editores y luego de las emisoras. Ahora la información puede volver a su estado natural. La información no empieza nunca. No acaba nunca. Según la imagen del pionero de la tecnología Dave Winer, la información es un río”. (Jarvis: 66).

como prosumidor es parte del proceso, convirtiéndose al mismo tiempo en intermediario y generador de información.

2.5. Hábitos de acceso y uso de los medios audiovisuales en Andalucía

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha publicado el Barómetro Audiovisual de la comunidad autónoma a 2014. Destacamos las siguientes características de los hábitos de acceso y uso de los medios audiovisuales.

- En esta edición se ha preguntado por primera vez por el uso diario de Internet con fines distintos al trabajo o estudios. La frecuencia alcanza un 62,8% de los andaluces y andaluzas mayores de 15 años.
- La televisión es el medio audiovisual más universal en Andalucía. El 98,7% de la población andaluza de 16 años o más afirma verla a diario, mientras que la radio es seguida diariamente por el 60,2%.
- La evolución de estas respuestas en el tiempo indica que la radio sigue perdiendo audiencia diaria global, con una caída total de casi 20 puntos en los últimos cuatro años. La televisión mantiene sus máximos, pese a la consolidación de Internet, medio del que no tenemos datos previos en el BAA.
- La penetración de Internet como medio habitual para acceder a radio y televisión no es todavía muy elevada: solo el 13,8% de los internautas ve con frecuencia la televisión a través de Internet, mientras que también el 14,6% lo utiliza para escuchar radio a menudo. Esta tendencia se ha mantenido constante a efectos estadísticos en los últimos tres años.

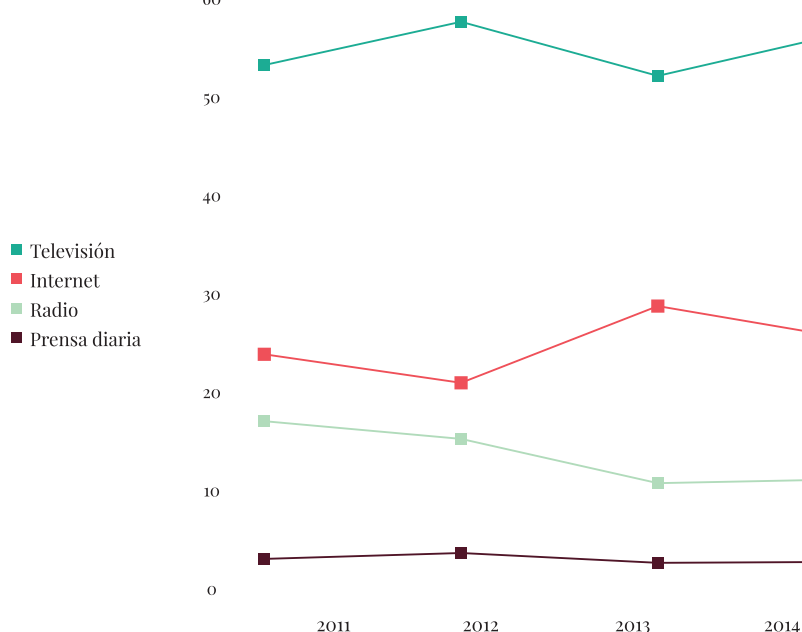
- En el conjunto de la muestra, la audiencia dice dedicar 3:07 horas diarias a la televisión, más del que los radioyentes emplean en escuchar la radio (2:03 horas) o los internautas diarios a la navegación *online*, que es de 2:01 horas como promedio.
- El dispositivo más empleado para seguir la televisión a través de Internet es el ordenador (76,1%). El uso del móvil para tal fin es mucho menor (19,3%), pero está creciendo considerablemente, lo que ha ocasionado un menor empleo de la *tablet* (27,1% en la actualidad, cuando un año antes suponía el 36,6%).
- La evolución de Internet perjudica principalmente a la televisión, tanto en la vertiente informativa como en la de entretenimiento. También está afectando negativamente a la radio como preferencia a este último fin.
- Si comparamos los motivos para utilizar la televisión con los esgrimidos para justificar el uso de Internet, se verifica que la televisión satisface la demanda de entretenimiento más que Internet (57,3% frente a 29,8%, respectivamente). La motivación específica de Internet de servir de medio de contacto con otras personas, sugerida por el 36% de los internautas, es la causa de esa diferencia de porcentajes. En materia informativa, una proporción parecida de sujetos (22,4% para la televisión y 27,6% para Internet) se declara motivada por ambos medios.

El Barómetro también hace referencia al uso de Internet en el área de la *información*. Y ahí descubrimos que la mitad de la sociedad andaluza (un 49,3%) se decanta por la televisión antes que por otros medios (Tabla 1). Sin embargo, un 25,5% prefiere la información que obtiene de Internet; un 13%, la radiofónica;

y un 10,5%, la prensa diaria. Los datos tienden a mantenerse en el medio elegido para *entretenerse*: la televisión sube a un 56%, Internet se mantiene en un 24,9%, y bajan la radio (10,5%) y los periódicos (2,3%) (Tabla2).

Gráfico 2: Evolución de la preferencia de medio de comunicación como principal fuente de información

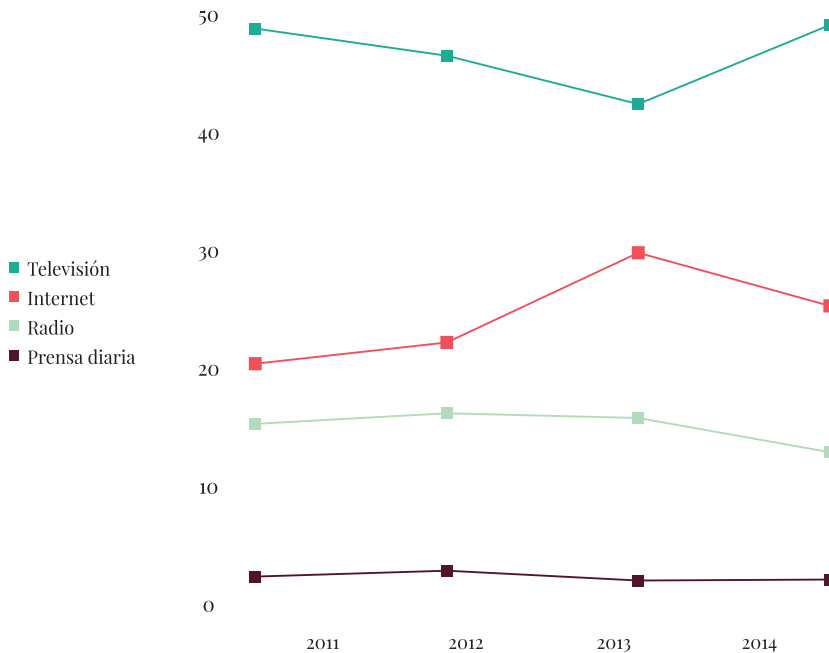
Fuente: Barómetro Audiovisual de Andalucía. 2014.



Con pequeñas variaciones, estas proporciones de preferencia por medios de información y entretenimiento se han mantenido desde 2010, año que marca el despegue de Internet en detrimento del resto de los medios.

Aunque las cifras del Barómetro apuntan a una pérdida de audiencia diaria en el medio radio, destaca que actualmente la “preferencia por la radio para informarse estaría viéndose beneficiada por Internet, ya que ambos consumos presentan una notable correlación en el tiempo”. A la par, el crecimiento de las redes sociales *online* (42%), constata la evolución del uso de Internet para informarse y entretenerse.

Gráfico 3: Evolución de la preferencia de medio de comunicación como principal proveedor de entretenimiento



Fuente: Barómetro Audiovisual de Andalucía. 2014.

La adaptación de las ofertas informativas de los medios de comunicación, y en especial de los medios locales, a estos nuevos planteamientos de la demanda está exigiendo un replanteamiento de las formas de gestión de la información o el mayor o menor aprovechamiento de determinado medio como difusión de la información.

“Internet, como en general la comunicación, no puede analizarse únicamente desde la perspectiva del acceso a la información, sino también debe analizarse desde el punto de vista de su incidencia en la organización social, en la comunidad. En este sentido Internet determina importantes cambios sociales creando nuevos espacios y nuevas formas de comunidad en el ciberespacio”.

Moragas (2011: 48).

Son muchos los autores que han evidenciado los efectos de estos avances tecnológicos sobre el mercado de la información y sus organizaciones. Si bien la necesidad de comunicación es universal, desde una perspectiva histórica las posibilidades de satisfacer las necesidades de información de las personas, colectivos y poblaciones dependerá de las posibilidades tecnológicas de cada momento histórico en que se desarrollen. Los adelantos tecnológicos no solo mejoran los usos de los hábitos ya conocidos, sino que proponen nuevas formas de hacer, que superan anteriores costumbres. En el mercado de la información y de sus medios de comunicación, resulta evidente que estamos asistiendo a un cambio de paradigma en las prácticas y las formas de hacer las cosas.

“Reaparece una nueva forma de periodismo, de mediación, entre los usuarios y una memoria digital de la información cada día de mayores dimensiones. Las consecuencias sociales y políticas de todo ello son importantes, la antigua centralidad (autoridad, poder) de la difusión se desplaza ahora hacia la producción, se produce una fragmentación de las audiencias, haciendo compatibles la globalización y la localización y estableciendo nuevas y más sofisticadas formas de desequilibrio social”. Moragas (2011: 49).

Pero no deberíamos perder la perspectiva en este nuevo paradigma comunicativo dependiente del acceso a las tecnologías, que está muy lejos de ser universal, de fácil acceso y democrático. Eso sin olvidarnos que Internet, al fin y al cabo, es un medio privado.

En esta última década, las Emisoras Municipales han iniciado un proceso de permanente adaptación a los cambios tecnológicos, cada vez más conscientes de los cambios en las demandas informativas de sus oyentes. Esperemos que lo dicho por Castells: “La Red es global, pero son locales los contenidos que se adaptan a la cultura local y a la diversidad de las audiencias fragmentadas” (2009: 110), se tenga en cuenta para mantener la especificidad de una comunicación de cercanía que no se pierda en la sobreinformación que hay en la Red.

Retomamos el término de apropiación y estamos con Marí cuando habla de los medios comunitarios, que podemos aplicar a las E.M., en el uso de la Red:

“Su proyecto alternativo de sociedad marca, de alguna manera, los usos que hacen de las herramientas comunicativas...unas estructuras que buscan la horizontalidad y la participación de sus miembros (2011: 211), y sigue “donde los procesos de fortalecimiento organizativo, de reflexión y de construcción colectiva de conocimiento, son elementos que necesariamente conducen a la generación de praxis transformadoras” (2011: 215).

La asimilación de esta nueva vía no va a llevar a un abandono del espacio radioeléctrico, pero ante la nueva demanda es la audiencia la que cambia. Articular estos dos modelos de radio es la apuesta de las E.M. Confiamos en que estas prácticas *online* produzcan en las E.M. una comunicación horizontal de calidad generadora de democracia y de ciudadanos más activos y participativos.





3. Evolución histórica de las Emisoras Municipales en Andalucía

3.1. Las primeras experiencias de comunicación de proximidad en la España predemocrática

3.1.1. La aparición de los movimientos vecinales y urbanos

El movimiento vecinal y la creación de asociaciones de vecinos en todo el país tuvieron una gran relevancia. Desde los años 60 se habían puesto en marcha a través de diferentes tipos de asociaciones (de amas de casa, de padres de alumnos, de jubilados, de pensionistas, etc.). Ahora bien, el desarrollo de los movimientos ciudadanos no fue un camino fácil. Los años de Dictadura y las limitaciones impuestas a estas agrupaciones, relativamente nuevas en el contexto en que se vivía, dieron como resultado una confluencia de aciertos y errores, y no fue sino en la misma práctica donde se definieron sus actuaciones. Todo ello sucedió dentro del proceso de una lucha general por la democracia incipiente y con unas administraciones que iban siendo más receptivas a las aspiraciones de la población.

Los movimientos ciudadanos partieron de tres criterios de acción, tal y como los definía Castells:

- Una asociación abierta a todos los vecinos utilizando al máximo las posibilidades legales.
- La defensa continuada, seria y responsable, de los intereses reivindicativos de todo tipo.
- Una capacidad cada vez mayor de negociación con los ayuntamientos (1981: 232).

El trabajo y la labor desarrollados por estas asociaciones en los años 70, no solo políticos sino sobre todo orientados a profundizar en una mayor conciencia social, condujeron a que, poco a poco, fueran ganando más adeptos en la opinión pública y más apoyo en los núcleos urbanos.

Aunque sus principales reivindicaciones giraban en torno a la vivienda, el transporte, la salud, la educación y el coste de la vida, estos movimientos llevaban a cabo a la par una serie de acciones de animación y dinamización social en los barrios y los pueblos, allí donde la búsqueda de medios de comunicación propios iba abriendo espacios que llenar.

Si bien inicialmente las movilizaciones ciudadanas se daban en Madrid, a partir de 1974 y poco después con la muerte del dictador se expandieron por todo el territorio nacional. Este impulso vecinal llegó a las elecciones con un gran espíritu de ansias democráticas, representado por todas las luchas que se habían generado en los años previos. Las experiencias realizadas fortalecieron los movimientos cívicos, que vieron su capacidad transformadora de la realidad desde las actividades colectivas que se iban desplegando.

En Andalucía, las agrupaciones vecinales de estos años estaban más centradas en las carencias infraestructurales, como la falta de viviendas y de equipamiento social, educativo y sanitario; y también en el desempleo. La presión se dirigía a los ayuntamientos democráticos, de izquierda la mayoría de ellos, tras las primeras elecciones municipales de 1979.

La nueva etapa se inaugura bajo el signo de la libertad de expresión, que había permanecido secuestrada por la censura durante cuarenta años de Dictadura. Los derechos fundamentales y las libertades públicas son refrendados en la Constitución Española de 1978, que reconoce en el artículo 20 el derecho:

“A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades”.

Aunque este fue un importante hito para la definición del marco de actuación de los medios de información, acorde con la nueva sociedad democrática que se estaba construyendo, las circunstancias sociales y políticas en esta época de transición exigieron aplazar la configuración y el detalle del modelo de comunicación-información a posteriores acuerdos en el marco del nuevo proceso legislativo. En este sentido, la declaración de intenciones reflejada en la Constitución tuvo al comienzo una débil respuesta en el fomento de legalización de medios promovidos por los ciudadanos y los primeros ayuntamientos democráticos. Moragas lo refería así: “Después del franquismo y con la recuperación de las libertades democráticas se manifiesta una voluntad, podríamos decir incluso un placer, para el ejercicio de la libertad de expresión y comunicación” (1988: 92).

3.1.2. Las incipientes experiencias locales de comunicación social

La situación política y social en España, influenciada por los cambios que se estaban generando en Europa en torno a la libertad de información y el control de medios, así como una sociedad deseosa de poner en práctica una libertad de expresión largamente censurada, dieron estímulo al interés por la comunicación regional y local. Con una población comprometida con los cambios políticos y sociales e inmersa en la transición democrática, los ciudadanos hallaron una vía para intervenir en los acontecimientos. Y esta corriente creció a propuesta de los ayuntamientos, interesados en disponer de medios locales en el nuevo periodo que se vivía y en dar apoyo a colectivos que reivindicaban la liberalización de las ondas.

Encasillados bajo la categoría *pirata*, los proyectos que se iban emprendiendo eran de diferentes tipos: culturales, municipales, comerciales, sin ánimo de lucro, gestionados la mayoría de ellos de forma colectiva y reivindicando su derecho a tener espacio en el dial, en la misma línea de las radios libres que florecían por todo el continente.

Juan Maciá señala la concurrencia de la siguientes circunstancias, que se desarrollaron a partir de finales de los 70 y que en la década siguiente propiciaron esta toma de conciencia en relación a los medios:

- “La irrupción de las nuevas tecnologías de la información.
- Una crisis de prensa, consecuencia de una crisis generalizada.
- Una transición política singular y el consiguiente cambio de régimen, que excitan a la opinión pública y favorecen el protagonismo de los medios de comunicación colectiva.
- El paso de una libertad de expresión vigilada (Ley de Fraga de 1966), al de plena democracia (Constitución de 1978).
- Una configuración político-administrativa de España como un Estado de Autonomías, que propicia y estimula la expansión de la comunicación en las regiones.
- La desaparición y parcial privatización de los Medios de Comunicación Social del Estado, antigua Prensa del Movimiento, y la concesión de canales privados de televisión.
- La ampliación de concesiones de emisoras radiofónicas (FM) y la multiplicación y asociación de emisoras locales de televisión, fruto de iniciativas privadas, sin una regulación jurídica previsora.
- Unos años de bonanza económica que permiten la reconversión tecnológica de la prensa en general, con lo que se reduce la distancia entre prensa nacional y prensa de regiones en cuanto a facilidad y rapidez de acceso a las fuentes y en cuanto a calidad y recursos en los procesos de elaboración y producción” (1993: xxii).

A estas características se sumaban la desarticulación de los medios del movimiento, controladores y propagandísticos, por unos canales y cadenas privados, y la reorganización de la radio y la televisión públicas mediante la creación del Ente Autónomo de Radio Televisión Española (RTVE).

La legalización de las Emisoras Municipales (E.M.). en Andalucía, desde las primeras experiencias, ha tenido un largo recorrido hasta su reconocimiento

(1979-1992). Las E.M. nacieron bajo la influencia del espíritu de libertad, apoyadas por una sociedad civil que demandaba la importancia de generar medios de expresión libres tras largos años de control. Esta etapa democrática llevó a la movilización de colectivos sociales en la consecución de mayor libertad de expresión, en muchos casos ante posicionamientos mediáticos encorsetados en el inmovilismo político.

Desde esta perspectiva, las E.M. son producto de esas históricas iniciativas sociales, promovidas a través de nuevos consistorios democráticos que pretendían crear y recuperar los espacios públicos a través de la comunicación, con el objetivo de garantizar los derechos de la población y posibilitar la creación de foros de debate y contactos entre ofertantes y demandantes de servicios locales. Así como activar la gobernanza local, poniendo en valor los recursos locales, propiciando un mejor aprovechamiento de los mismos y liberando iniciativas. En última instancia, se abogaba por un mayor empoderamiento.

En esta función, las E.M. en España, desde su nacimiento bajo el paraguas de los primeros Gobiernos democráticos de 1979, han tenido un papel protagonista, teniendo en cuenta su procedencia: las radios libres, que encontraron en el refugio de los ayuntamientos el escape y escaparate legitimado para su existencia.

Con la aprobación de la Constitución (1978) y la nueva configuración territorial comenzó el proceso de descentralización de competencias en el sector audiovisual, forzado en primera instancia por las Comunidades Autónomas reconocidas como históricas. El país se enfrentaba a la tarea de conciliar las tendencias nacionalistas con la oposición al fuerte centralismo del franquismo que había dominado la escena política, social y económica.

A pesar de la inicial exclusión de las entidades locales en la gestión propia de sus medios, situación recurrente en la legislación de estos primeros años

para favorecer claramente a las radios comerciales con un marcado carácter centralista, el estímulo doble de ayuntamientos y ciudadanos, que apostaron por las E.M., ha ido configurando un importante mapa de estos medios de proximidad en Andalucía.

La ruptura del monopolio de los grandes medios ya establecidos facilitó la apertura del espacio radioeléctrico para un mayor ejercicio de la libertad de comunicación. En la radio pública local, Cataluña, Andalucía y posteriormente Galicia fueron las Comunidades más activas y todavía hoy son los referentes más importantes. Justamente porque en ellas el asociacionismo ciudadano se encauzó hacia un movimiento de reivindicación de un modelo de radio al que se oponían los medios privados comerciales.

El crecimiento en la concesión de licencias de E.M. a partir de 1992 y la puesta en marcha de emisoras en la Comunidad de Andalucía vienen a validar los medios de proximidad como un sector dinámico y de gran importancia. Este incremento, insuficientemente valorado por las Políticas Públicas en Comunicación (PPC) y por algunos sectores de la sociedad, está reconocido por la legislación española y la Unión Europea como un servicio público a la comunidad, indispensable al convertirse en elemento vertebrador.

En las siguientes páginas, realizaremos un recorrido sobre la evolución y el aumento del número de Emisoras Municipales en Andalucía, las situaciones que generaron estas propuestas de comunicación local en el ámbito radiofónico, las normativas legales y las oposiciones del sector privado al asentamiento de este modelo.

3.1.3. La vertebración territorial y los medios locales de comunicación social

La construcción del Estado de las Autonomías potenció una mejor vertebración del territorio y ayudó a incorporar poblaciones tradicionalmente desatendidas. Este esfuerzo exigió articular medidas políticas, económicas y sociales para promover estándares de crecimiento socioeconómico que compensaran los desequilibrios territoriales, aunque no se produjeron en la medida esperada.

La complejidad del cambio de un régimen dictatorial-centralista a una Monarquía Constitucional-Estado de las Autonomías, comportó una revisión del marco legal para adaptarlo a la nueva situación. El desarrollo en la creación de las Autonomías, que generaba tensiones nacionalistas frente a la herencia del poder centralizado, supuso el punto de partida para la descentralización de las competencias en diversos ámbitos.

El sector de la comunicación pública legada por el franquismo se hallaba dominado por una RTVE de carácter continuista con la época anterior, apenas con tímidos cambios, como la aprobación del Real Decreto 2664/1977, de 6 de octubre, sobre la libertad de información general por las emisoras de radiodifusión, que generó múltiples debates y luchas políticas en el diseño de un sistema moderno de competencias comunicacionales.

El Decreto 2664/1977, “en un espíritu de defensa del derecho de todos los ciudadanos a la libre información”, eliminaba el monopolio informativo de Radio Nacional de España, y fue un elemento más en la fase de liberalización de la radiodifusión en el país. En poco tiempo, “la SER pone en marcha los boletines horarios y revigoriza sus programas de noticias de mañana, mediodía y noche, sobre todo el ya histórico y más seguido *Hora 25*. Un tiempo después, el resto de cadenas y emisoras dispondrían de sus servicios informativos propios” (Franquet y Martí: 90).

La división territorial de las Autonomías en unidades administrativas, determinadas por su historia, geografía, cultura, etc., exigía una organización consustancial del sector audiovisual, que diera respuesta a las necesidades de las nuevas Autonomías y con poder de gestión de las mismas. En este aspecto, consideramos que es responsabilidad de las políticas regionales la planificación del sistema de medios, en particular el del espacio radioeléctrico y su ordenación, para generar medios más democráticos y accesibles a la ciudadanía.

El reciente mapa territorial llevaría a la creación de las cadenas públicas autonómicas, las radios municipales, la potenciación de las concesiones locales de radios comerciales, y dejando siempre pendiente la asignación de espacio radioeléctrico a las radios libres o comunitarias del Tercer Sector. Todo ello, sin embargo, se hizo sin un marco legislativo claro y fue resuelto de forma improvisada.

En cierto modo, era volver a los inicios de la radiodifusión local de los años 30, como lo expresa Bonet:

“Si exceptuamos las primeras OM comarcales privadas que hubo en España y las emisoras públicas –una vez aparecida RNE–, el resto de las emisoras trabajaba con potencias bajas. Recordemos, en todo caso, que la imposibilidad de sacar adelante un Servicio Nacional de Radiodifusión –y conseguir que la radio llegara a todo el mundo– fue el origen del Decreto de 1932 que permitía el nacimiento de la radio local por excelencia en España: máximo autorizado de 200 vatios y no más de una emisora por localidad. Según se mire, la radio se expandió en España por la vía del localismo” (2004: 39).

3.2. La ordenación democrática de los medios locales de comunicación social

3.2.1. El Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora de 1978

El Plan Técnico Nacional (PTN) de Radiodifusión Sonora, Real Decreto 2648/1978, de 27 de octubre, se aprobó con el objetivo de reordenar las Ondas Medias (OM) y las Ondas Largas (OL) a partir de la aplicación de los acuerdos tomados en la Conferencia de Ginebra de 1975, ratificados por el Gobierno español y con entrada en vigor en noviembre de 1978.

El PTN/78 reservaba la Onda Larga a Radio Nacional de España (RNE) y las Ondas Medias de cobertura nacional a RNE, Radio Cadena Española (RCE) y empresas privadas. Especificaba además que las licencias se otorgarían por diez años a aquellas emisoras no explotadas por el Estado.

De esta manera, el PTN/78 “sienta las bases de una efectiva promoción de cadenas de frecuencia modulada que aseguren el mayor aprovechamiento de sus calidades y posibilidades técnicas, dentro de las limitaciones existentes para la utilización del espectro radioeléctrico en la banda correspondiente”.

Las limitaciones en la redistribución de licencias de OM del periodo anterior favorecieron la ampliación del mapa radiofónico en FM. Este ensanche del espacio radioeléctrico se realizaría al amparo del Plan Técnico Transitorio (PTT) del Servicio de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia, Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio.

Uno de los objetivos del PTT/79 fue “la reordenación del espacio radioeléctrico y para un mejor aprovechamiento del mismo, así como la fijación de los fines y modalidades de servicio, en relación con las exigencias de la radiodifusión nacional, regional y local”.

El PTT/79 en su artículo séptimo decía: “...podrá otorgar concesiones de emisoras educativas y culturales en favor de las Instituciones o Entidades públicas o privadas legalmente constituidas que sin fines lucrativos...”. Así se reconocía por primera vez la posibilidad de adjudicar a los movimientos sociales frecuencias para su uso. No obstante, esta primera declaración de intenciones no supuso la legalización de las E.M., y menos de las asociativas.

La regulación encareció la lista de requisitos para acceder a una frecuencia, lo que de alguna manera limitaba a estos colectivos sociales al procedimiento de acceso a licencias, marginándolos del proceso comunicativo y favoreciendo más aún la concentración de medios en manos de los oligopolios (Prado, 1981).

En la misma línea lo refiere Franquet y Martí:

“En España, esta etapa no se desarrollará tan al margen de la evolución seguida por los países europeos; la recuperación de la libertad de información dará alas a la credibilidad del mensaje radiofónico; la aparición de numerosas radios locales, comarcales y de barrio junto a nuevos planteamientos programáticos de las grandes cadenas harán aumentar considerablemente el número de oyentes de radio. Pese a ello, la nueva reglamentación de la FM, dictada en el año 1979, hará caso omiso de la existencia de esta realidad comunicativa plural y las posteriores concesiones dejarán al margen las radios libres y municipales, premiando por el contrario la aparición de empresas multimediáticas, vinculadas a la prensa y a futuros negocios de televisión privada” (1985: 88).

Estos hechos reforzaron el interés por la recuperación de los espacios de representación democrática desde el principio de la Transición y se acentúa en los últimos años. Los movimientos ciudadanos, desde una perspectiva diferente y con nuevas formas de participación, promovieron su propia presencia más activa y su deseo de intervenir en los medios de proximidad.

3.2.2. Primeras iniciativas autonómicas: Cataluña, País Vasco y Andalucía

La organización del territorio en un Estado autonómico, como se establecía en el artículo 2 de la Constitución, permitió que se definieran en los Estatutos competencias en el ámbito audiovisual. Las autonomías contemplaban la posibilidad de que ellas fueran las que convocaran los concursos para las adjudicaciones de emisoras privadas en sus territorios. La clasificación realizada en el PTT/79 fue utilizada por los primeros decretos autonómicos para asumir competencias en materia de comunicación y para arrogarse el reparto de concesiones de radio (Chaparro, 1998).

Las Autonomías del País Vasco y de Cataluña emprendieron los conflictos con la Administración Central. En el año 1981, la Generalitat de Catalunya, a través del Decreto 82/1981, de 10 de abril¹, y el Gobierno vasco, con el Decreto 138/1981, de 14 de diciembre², adjudicaron en concurso radios privadas comerciales.

El Estado, al no reconocer esta potestad, impugnó los acuerdos, llegando la disputa hasta el Tribunal Constitucional, que dictó las sentencias del 24 de mayo y 8 de julio de 1982. El fundamento 7º de la sentencia decía: “Corresponden a la Comunidad Autónoma de Cataluña las competencias específicas objeto de este proceso. Esto es, la resolución de las solicitudes de concesión de emisora de radiodifusión en frecuencia modulada y el otorgamiento de concesión de instalación y funcionamiento de las mismas, así como la regulación de

¹ El Decreto 82/1981, de 10 de abril, prorroga el plazo establecido en el Decreto de la Generalidad 175/1980, de 3 de octubre, para la resolución de las solicitudes de concesión de emisoras de frecuencia modulada relativas a la primera fase del Plan Técnico Transitorio de Radiodifusión Sonora en ondas métricas de frecuencia modulada; y el 83/1981, de 13 de abril, desarrolla la segunda fase del Plan, ambos decretos publicados en el *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* núm.121, de 15 de abril de 1981.

² Decreto 138/1981, de 14 de diciembre, sobre concesión de emisoras de radiodifusión (institucionales y privadas) en ondas métricas con frecuencia modulada. *Boletín Oficial del País Vasco*.

los procedimientos de adjudicación”. Y por tanto, fallando en ambos casos a favor de las Comunidades Autónomas en las competencias en los términos del fundamento 7º.

De esta manera, el Gobierno se reservaba el derecho de ampliación del espacio radioeléctrico y de distribuir entre las Comunidades Autónomas (CC.AA.) las concesiones y la reserva de frecuencias. A las CC.AA. se les dejó la capacidad en la adjudicación de licencias. Las restantes Autonomías del Estado se acogieron a estas sentencias, asumiendo las competencias en comunicación que les otorgaba. Esta circunstancia permitió incluso crear sus propios canales autonómicos, algo que no estaba regulado.

En el año 1984, la Generalitat de Catalunya, aplicando el PTT/79 de radios comerciales, otorgó 34 licencias. Dentro de esas primeras adjudicaciones estaban las de los Ayuntamientos de Rubí, Sant Feliú de Llobregat, Ripoll y Amposta³.

Para el resto del país, el Gobierno de la UCD concedió 120 licencias comerciales en 1981, de las 300 que figuraban en el Plan Técnico. Las 179 restantes fueron asignadas por el Gobierno socialista en 1983, pero en esta ocasión a Cataluña se le unirían Galicia, País Vasco y Andalucía, realizando ellas mismas el reparto del nuevo cupo asignado en virtud de sus competencias estatutarias, lo que mantuvo en la marginalidad las propuestas en radiodifusión que estaban surgiendo desde la sociedad civil y las instancias municipales.

Radio Pizarra, con el nombre de La Voz del Guadalhorce, fue en Andalucía la primera E.M. en abrir el 15 de octubre de 1979, promovida por el Partido

³ En el caso catalán, la historia se remonta a su vinculación con las radios libres, que en Cataluña aparecieron en 1978 y que encontraron como vía de legitimación la conversión a radios municipales. En 1979, inicia sus emisiones Radio Arenys en Arenys de Mar (Barcelona). Esta iniciativa fue seguida por otros tres municipios: Cardedeu, Canet y Rubí. A partir de ese momento, se experimentó un crecimiento que desbordó las expectativas.

Comunista Andaluz (PCE-PCA), ganador de las elecciones en 1977. Dentro de sus propuestas electorales, el alcalde Juan Gámez recogía el proyecto de la puesta en marcha de la emisora. Posteriormente, le siguieron las alcaldías de Lebrija y Tomares (1981). En estos años se abrieron muchas otras, sobre todo por iniciativa de jóvenes que promocionaron la creación de las llamadas radios libres, algunas de ellas reconvertidas más adelante en E.M. (Chaparro, 1998).

En el caso de Lebrija (Sevilla)⁴, el apoyo que tenía la radio entre la población no evitó los enfrentamientos ante las órdenes de cierre que se le impusieron. Los altercados que generaron el cierre y las manifestaciones, en las que intervino el Tribunal Constitucional a instancias del gobernador José María Sanz Pastor, instaron a la Sala de lo Contencioso de Sevilla a dictar una resolución⁵ el 29 de julio del 82. Radio Lebrija, cerrada un mes después de su apertura, reabrió a finales de ese mismo año con el aliento del primer Gobierno socialista en la región bajo el mandato de Rafael Escudero, quien se comprometió a una regulación del sector, considerando las E.M. como un servicio público que por derecho podían tener los municipios.

El arranque de estas primeras experiencias se produjo sin que existiera un marco legal que amparase este derecho legítimo de los ayuntamientos y la ciudadanía. Al mismo tiempo, la apertura de estas radios y las noticias de cierres y conflictos despertaron interés en los medios escritos por la precaria situación de las mismas, lo que iba generando apoyo dentro y fuera de las fronteras de la Comunidad, mientras que situaciones parecidas se estaban dando en otras regiones.

Como señala Chaparro, “se plantearon dos estrategias diferenciadas en este proceso. La primera, impulsada por los gobiernos locales, facilitaba el servicio y la gestión por los vecinos que, ante la eventualidad de perder su protagonismo

4 Gobierno municipal de Lebrija en 1979 del Partido del Trabajo de España (PTE). El alcalde pasa a las filas del PSOE a fines de 1982.

5 *ABC Sevilla*, 3 de setiembre de 1982.

social, se erigieron en sus defensores. La segunda, con raíz vecinal y más en la línea de las radios libres, posteriormente llamadas comunitarias” (1998: 82).

A principios de la década de los ochenta, la situación política no ayudó a consolidar estas radios locales, como se expone a continuación.

3.3. Las Emisoras Municipales en Andalucía: primeras experiencias en los años 80

3.3.1. El Estatuto de Autonomía en Andalucía alienta la creación de las Emisoras Municipales en 1983

La aprobación del Estatuto de Autonomía para Andalucía, Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, abría una nueva etapa para la gestión de la comunicación regional, pues la Junta de Andalucía asumía las competencias de radiodifusión y televisión; competencias que quedan explícitas en sus artículos 12 y 16:

Artículo 12: “La realización de un eficaz sistema de comunicaciones que potencie los intercambios humanos, culturales y económicos”.

Artículo 16: “1. En el marco de las normas básicas del Estado, corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de Radiodifusión y Televisión en los términos y casos establecidos en la Ley que regula el Estatuto Jurídico de la Radio y Televisión. 2. Igualmente le corresponde, en el marco de las normas básicas del Estado, el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de Prensa y, en general, de todos los medios de comunicación social”.

En los términos establecidos en los apartados anteriores de este artículo, la Comunidad Autónoma de Andalucía podrá regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa y, en general, todos los medios de comunicación social para el cumplimiento de sus fines.

Pese a todo, el nuevo escenario político que supuso el triunfo del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en las elecciones de mayo de 1982, tanto en el ámbito nacional como regional, no solo creó expectativas y esperanzas de cambio, sino también malestar en los tradicionales centros del poder económico y social con la pérdida de su influencia política.

En este contexto, las E.M. suponían un elemento de confrontación y crispación política con los medios de información privados a los que el Gobierno solicitaba apoyo como contribución al proceso democrático. El fortalecimiento de las cadenas privadas y su política informativa enfrentada al poder político del Gobierno obstaculizaban la transformación.

Pues había que tener en cuenta la delicada coyuntura política, una vez pasado el golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, así como los recelos de la derecha tradicional ante el triunfo de la izquierda, circunstancias que impidieron un mayor empuje en la puesta en marcha de más E.M., no solo en Andalucía, sino también en el resto de las CC.AA.

Una vez instalado en el poder el PSOE, el nuevo Gobierno utilizaría la posible legalización de las E.M. en respuesta a la actitud de confrontación de los medios de información, en especial por parte de las cadenas privadas. A esto habría que agregar la continua demanda que se ejercía desde los ayuntamientos gobernados por partidos de izquierda. Todo ello ayudó a despejar la perspectiva en defensa de las E.M.

La delicada situación quedó reflejada en el diario de sesiones del Parlamento de Andalucía del 14 de julio de 1982, durante el discurso de investidura del Rafael Escuredo como presidente de la Junta de Andalucía:

“El panorama general de los medios de comunicación en Andalucía es, cuando menos, preocupante. El flujo de la información revela

claramente la presión de noticias que proceden de fuera de Andalucía, fundamentalmente de Madrid o a través de Madrid, y la muy pequeña incidencia de las noticias de Andalucía en el resto de España”.

En relación al espacio radioeléctrico sigue:

“Una vez concedidos los primeros cupos de licencias para emisoras F.M., asumiremos las competencias de la Junta en este campo, para que en el futuro pueda completar el actual panorama de las ondas en Andalucía con concesiones que rompan la quizás excesiva tendencia a la concentración que se observa”.

La preocupación y las propuestas eran claras: diseñar un sistema de comunicaciones que diera servicio dentro del amplio territorio de la Comunidad para “favorecer la intercomunicación y el fortalecimiento de la unidad entre los andaluces”.

En los siguientes años y antes de las elecciones municipales, las presiones sociales y la necesidad de consolidar al nuevo Ejecutivo forzarán a tomar medidas económicas y sociales (inflación, reconversión industrial, protección social), desplazando para más adelante medidas como la ordenación del sector de medios audiovisuales. Pero también la misma coyuntura posibilitó que, durante este periodo, el planteamiento de las PPC del Gobierno andaluz madurara en su definición y alcance.

Las críticas vertidas por los medios de información privados a las actuaciones del Ejecutivo socialista en esta fase, así como la presión de los consistorios gobernados por el PSOE, que veían la necesidad de promover la creación de las E.M. para contrarrestar la realidad, dieron inicio a una nueva etapa en la “legalización” de las E.M. en las CC.AA. y en particular en Andalucía.

Una primera relación de las E.M. que estaban en funcionamiento en diciembre de 1983, según los datos de la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV), daba un total de 9 abiertas, como vemos en la Tabla 1. De ellas, 7 se ubicaban en municipios de menos de 20.000 habitantes, con mayor presencia en Huelva y en Sevilla, y localizadas la mayoría en Andalucía Occidental.

Tabla 1: Emisoras Municipales en funcionamiento en 1983

Provincia	Municipio	Población	Año de apertura	Gobierno municipal
Córdoba	Pozoblanco	13.612	1983	PSOE
Huelva	Ayamonte	16.098	1983	PSOE
	Beas	3.834	1983	PSOE
	Rociana del Condado	5.777	1983	PSOE
Málaga	Coín	20.054	1983	PSOE
	Pizarra	5.801	1979	PCA
Sevilla	Lebrija	24.744	1982	PSOE
	Marchena	15.852	1983	PSOE
	Tomares	5.785	1983	PSOE

Fuente: Archivos de EMA-RTV. 1996.

Pozoblanco en Córdoba, Beas y Rociana del Condado en Huelva, Marchena y Tomares en Sevilla, municipios todos gobernados por el PSOE; y Pizarra en Málaga con Gobierno local del PCA, no estaban en la planificación del PTT del 79, lo que viene a confirmar que algunos municipios abrían sus emisoras sin autorización ni planificación, pero impulsadas por el apoyo del Gobierno de Escuredo.

3.3.2. Las primeras concesiones autonómicas de radiodifusión en el año 1984

A partir de la aprobación del Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora y sobre todo del Plan Técnico Transitorio, ambos del año 1979, de la concesión de radios privadas y de las resoluciones del Tribunal Constitucional, tienen lugar las adjudicaciones en cuatro Comunidades Autónomas históricas, generándose así una etapa de reivindicación de E.M. en nuestra región.

La relación de las 37 emisoras que completaban el PTT/79 revela que las provincias con más concesiones en esta etapa fueron Málaga (7) y Cádiz (7), seguidas de Sevilla (6), Córdoba (5), Jaén y Granada (4 cada una), Almería (3) y Huelva (1) (ver Tabla 2).

Tabla 2: Relación de las 37 emisoras que completan en Andalucía el PTT de 8 de junio de 1979. Pendientes de asignación

Provincia	Municipio	Frecuencia	Población Censo 1981
Andalucía Occidental (19)			
Cádiz	Arcos de la Frontera	88.6	24.902
	La Línea de la Concepción	91.5	56.282
	Sanlúcar de Barrameda	88.8	48.496
	El Puerto de Santa María	90.8	57.437
	Jerez de la Frontera	90.3	179.238
	Algeciras	89.0	86.042
	Ubrique	101.0	16.322
Córdoba	Palma del Río	91.9	16.899
	Puente Genil	88.7	25.615

Provincia	Municipio	Frecuencia	Población Censo 1981
Huelva Sevilla	Lucena	95.7	29.717
	Córdoba	91.4	284.737
	Montilla	92.7	21.373
	Ayamonte	93.1	16.216
	Carmona	92.4	22.779
	Écija	95.4	34.619
	Lebrija	102.9	24.744
	Utrera	93.0	37.877
	Morón	100.0	27.311
	Estepa	98.3	9.685
Andalucía Oriental (18)			
Almería	Dalías-El Ejido	91.3	32.929
	Almería	101.6	140.946
	Roquetas	105.8	19.006
Granada	Granada	92.8	262.182
	Motril	93.5	39.784
	Baza	88.6	20.609
Jaén	Guadix	101.8	19.860
	Úbeda	101.5	28.717
	Linares	98.4	54.547
Málaga	Alcalá la Real	99.0	20.049
	Villacarrillo	90.6	11.815
	Ronda	88.3	31.383
	Marbella	97.4	67.822
	Benalmádena	101.1	17.773
	Estepona	93.3	24.261

Provincia	Municipio	Frecuencia	Población Censo 1981
	Antequera	89.7	35.171
	Coín	91.4	20.852
	Vélez-Málaga	92.0	41.776

Fuente: Decreto 159/1983, de 10 de agosto. *BOJA*.

INE: Poblaciones de hecho hasta 1991.

En el plano territorial, el reparto de las frecuencias fue muy equitativo: Andalucía Occidental (19) y Andalucía Oriental (18). El objetivo se centraba en ampliar y distribuir las licencias en la región como se indica: en las poblaciones con menos de 20.000 habitantes, se tenían previstas 8 licencias; en municipios de 20.000 a 50.000, 20 licencias; y en poblaciones de más de 50.000 habitantes, 9 licencias.

La Junta de Andalucía regula la concesión de emisoras de radiodifusión (institucionales y privadas) en OM con frecuencia modulada en el Decreto 86/1982, de 27 de agosto de 1982, emitido con posterioridad a las sentencias del Tribunal Constitucional de 24 de mayo y 8 de julio de 1982 sobre concesión de emisoras en ondas métricas, autorizando a que la radiodifusión se articulara con arreglo a un principio de competencias compartidas entre el Estado y las CC.AA. (dentro del PTN/78 y del PTT/79).

El Decreto 86/1982 regularizó la concesión de emisoras de radiodifusión (institucionales y privadas) en ondas métricas con frecuencia modulada. Al mismo tiempo, se creaba la Dirección General de Comunicación Social, con competencias para llevar a cabo las tareas definidas en este decreto⁶.

6 Las iniciales dificultades de ubicación y competencias de la nueva Dirección General de Comunicación Social no estaban claras. “Las competencias sobre medios de comunicación que originariamente tenían asignadas las pierde por Decreto 87/1983, de 13 de abril. También por este decreto, sobre organización de la Presidencia, se crea una Secretaría General de Medios de Comunicación. Las funciones serán atribuidas a la Consejería de Gobernación por

En enero de 1983, el Decreto 14/1983 modificó parte del anterior, facultando para “una nueva convocatoria de solicitudes de concesión de Emisoras de Radiodifusión –Institucionales y Privadas– en Ondas Métricas con Frecuencia Modulada”. Posteriormente, el Decreto 159/1983, de 10 de agosto, resumía los dos anteriores sobre la concesión de emisoras de frecuencia modulada, estableciendo un plazo, hasta el 30 de septiembre, para la presentación de solicitudes, siendo válidas las presentadas al amparo de los Decretos 86/1982 y 14/1983.

Esta nueva convocatoria de solicitudes autorizó al Gobierno autónomo a conceder dos a los Ayuntamientos de Lebrija y Ubrique que, junto a Pozoblanco⁷, han pasado a la historia por estar entre las siete primeras Municipales legalizadas del Estado (ver Tabla 3). La situación de *legalidad* de esas primeras E.M. todavía no aclaraba el escenario, pues eran licencias comerciales concedidas con la finalidad de calmar los ánimos y las presiones políticas.

El impulso, al margen de la normativa, fortaleció las expectativas de los ayuntamientos a la hora de acceder a una frecuencia para sus E.M. En algunos casos, los municipios actuaron sin tener la planificación realizada en el Plan Técnico Transitorio, como Jerez de la Frontera y Algeciras. Pero estas actuaciones fueron el arranque del proceso y animaron a otros a seguir el ejemplo.

el Decreto 60/1984 para luego pasar de nuevo a la Consejería de la Presidencia a través de la Dirección General de Comunicación Social por medio del Decreto 130/1986, de 30 de julio, sobre reestructuración de la Consejería”, donde todavía permanece.

7 Creada en 1974 por el Ayuntamiento de Pozoblanco y considerada la primera E.M. de Andalucía.

Tabla 3: Adjudicaciones definitivas del PTT/79 en abril de 1984

Provincia	Municipio	Adjudicatario
Andalucía Occidental		
Cádiz	Arcos de la Frontera	Antena 3
	La Línea	Avante Radio
	Sanlúcar de Barrameda	Fernando Delage 81
	Puerto de Santa María	SER
	Jerez de la Frontera	Radio Información Gadi- tana
	Algeciras	Radio Información Gadi- tana
	Ubrique	AYUNTAMIENTO
Córdoba	Puente Genil	Herrera Gómez
	Lucena	Marín Moscoso
	Córdoba	Radio Información Cordobesa
Huelva	Ayamonte	Antena 3
Sevilla	Écija	Federico Algarra
	Lebrija	AYUNTAMIENTO
	Utrera	Asoc. Cultural Ruiz Gijón
	Morón	Antena 3
	Estepa	ECCA
Andalucía Oriental		
Almería	Dalías-El Ejido	Radio Información Almeriense

Provincia	Municipio	Adjudicatario
Granada	Guadix	Radio Guadalquivir
	Granada	SER
	Motril	Diario de Granada
Jaén	Úbeda	Mateo Ocaña
	Linares	López Ortega
	Alcalá la Real	Navarro Moreno
Málaga	Ronda	Mateos Coca
	Marbella	Radio Información Málaga
	Benalmádena	SER
	Estepona	Antena 3
	Antequera	ECCA
	Coín	Gamboa González
	Vélez Málaga	SER

Fuente: Archivos EMA-RTV.

Los decretos de concesión de licencias comerciales a instituciones municipales provocaron diversos conflictos y malestar entre las cadenas privadas comerciales. Las E.M. eran consideradas competencia desleal que afectaba a sus audiencias e ingresos publicitarios, sin que esa acusación pudiera ser verificada.

Al mismo tiempo, se denunciaban las adjudicaciones de licencias al grupo Radio Información, cercano al PSOE, presente en varias provincias y localidades. El

descontento de los ayuntamientos iba en aumento al sentirse engañados por las falsas promesas de incentivar los medios locales y el incumplimiento de los objetivos con que se había presentado el Decreto 86/1982 –entre ellos fomentar un reparto más plural de las frecuencias radioeléctricas–, luego modificado con el decreto 14/1983, de 12 de enero (Chaparro, 1998).

Los artículos modificados en el Decreto 86/1982 fueron los que se citan:

Artículo sexto: “...podrá otorgar concesiones para el establecimiento, gestión y explotación de emisoras privadas, comerciales, en onda métrica con modulación de frecuencia y de carácter exclusivamente local”. A este respecto, solo tres adjudicaciones cumplían el requisito: las radios de los Ayuntamientos de Ubrique y Lebrija, y la Asociación Cultural Ruiz Gijón de Utrera.

Artículo noveno: “Ninguna persona física o jurídica podrá explotar o controlar más de una emisora institucional o privada en ondas métricas con modulación de frecuencia”. Sin embargo, las concesiones otorgadas a la Cadena SER, ECCA y Antena 3 entre otras contradecían el cumplimiento del artículo, al ser además estas las grandes beneficiadas.

Esas adjudicaciones causaron malestar en los municipios que contaban ya con E.M. y en aquellos con adjudicación prevista, que al final no obtuvieron la licencia. Así se posicionaba el alcalde de Jerez de la Frontera Pedro Pacheco en declaración a los medios: “Con independencia de que sea legal o no, solamente podrá malograr este proyecto (la E.M.) la intervención de las Fuerzas de Seguridad del Estado. Es la única salida que nos dan⁸”.

8 *ABC*, 25 de abril de 1984.

3.3.3. Situación de las Emisoras Municipales en funcionamiento en el año 1984

Las elecciones municipales de mayo de 1983 supusieron un estímulo, pues muchas de las propuestas electorales incluían entre sus intenciones la apertura de radios públicas locales.

Respecto a las E.M., los medios de comunicación se hicieron eco de la legalización de las radios *piratas*/clandestinas⁹. En referencia a Radio Lebrija, se informaba: “El alcalde Antonio Torres, antiguo dirigente del PTE y del SOC, hoy fichado para las filas socialistas, es el autentico *inspirador* de esta cadena, conocida popularmente por *Radio Lebrija, la Voz de su Amo*”, en clara referencia al alcalde y tergiversando el eslogan publicitario: “Radio Lebrija, la voz de la calle”. El diario *ABC* publicaba el 6 de junio de 1984 un primer listado de las E.M. consideradas *piratas* (ver Tabla 4).

Tabla 4: Radios *piratas* municipales en junio de 1984

Provincia	Municipio
Andalucía Occidental	
Córdoba	Priego
	Villanueva de Córdoba
Huelva	Chucena
	Escacena
	Palma del Condado
	Paterna del Campo
Sevilla	Arahal
Córdoba	Los Corrales

9

ABC, 27 de abril de 1984.

Provincia	Municipio
	Gelves
	Lora del Río
	Tomares
Andalucía Oriental	
Almería	Olula del Río
Málaga	Alhaurín el Grande
	Coín
	Pizarra

Fuente: ABC Sevilla. 6 de junio 1984.

Para el año 1984, podemos contabilizar un total de 36 E.M. abiertas (ver Tabla 5). En el reparto provincial, Huelva y Sevilla, con 11, destacan sobre el resto de provincias: Córdoba (5), Málaga (4), Almería (2) y Cádiz (2). Jaén no tenía en estos años ninguna radio abierta, a pesar de ser la provincia con mayor número de municipios. Andalucía Occidental, con 29 E.M., cuadruplicaba las 7 de Andalucía Oriental, descompensación territorial que se mantendrá en los siguientes años.

Tabla 5: Emisoras Municipales en funcionamiento en 1984

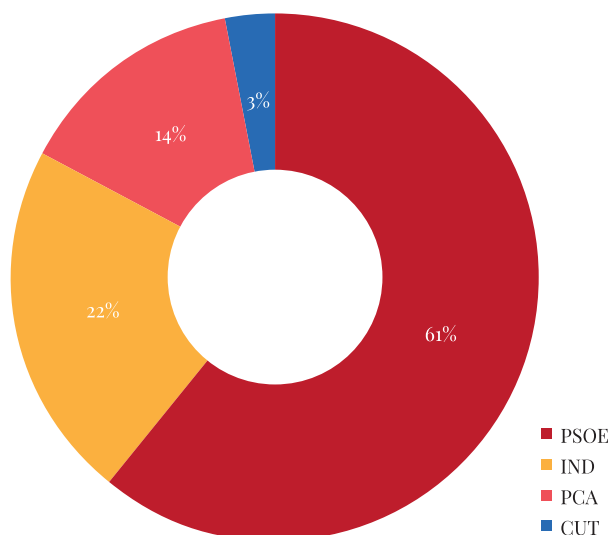
Provincia	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
E.M. abiertas	2	2	5	1	11	0	4	11	36

Fuente: Manuel Chaparro, 1998. Elaboración propia.

El material de investigación analizado nos permite ver la distribución de las E.M. por gobiernos municipales (Gráfico 1). El reparto por gobiernos era el siguiente: 22 E.M. en ayuntamientos gobernados por el Partido Socialista

Obrero Español (PSOE), 8 con mandato de partidos independientes, 5 con el Partido Comunista de Andalucía (PCA) y 1 con la Candidatura Unitaria de Trabajadores (CUT).

Gráfico 1: Gobierno municipal y emisoras abiertas en 1984



Fuente: Manuel Chaparro, 1998. Elaboración propia.

Las E.M. en el país habían aumentado a 70 en el año 1982, principalmente en Cataluña y Galicia¹⁰ (Franquet: 91). En 1985 llegaban a 200, pero solo las 7 E.M. antes mencionadas disponían de licencia¹¹, aunque fuera dentro del Plan Técnico diseñado para radios comerciales.

¹⁰ La Comunidad gallega cuenta en su haber con una larga tradición radiofónica. El municipio de Oleiros puso en marcha la primera emisora municipal en el año de 1980, que fue cerrada inmediatamente por orden del gobernador civil. El cierre de Radio As Mariñas generó un movimiento a favor de impulsar la creación de emisoras en la región. El Ayuntamiento de Oleiros organizó en agosto de ese mismo año las I Xornades de Comunicación nos Axuntamentos, invitando a las emisoras de Cataluña a compartir experiencias. Fueron jornadas providenciales, ya que propiciaron un verdadero clima de colaboración e intercambios que incluso dio origen la Asociación de Emisoras Municipales de Cataluña (EMUC), la primera en España de estas características (Chaparro: 1998).

¹¹ Andalucía: Lebrija, Ubrique y Pozoblanco. Catalunya: Rubí, Sant Feliú de Llobregat, Ripoll y Amposta.

3.4. La consolidación del sistema público de comunicación social en Andalucía

3.4.1. La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) de 1987 y el Plan Técnico Nacional de 1989

La Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT), supuso el primer paso en el reconocimiento legal de las radios públicas locales y además estableció un modelo mixto en el sector. Contemplaba la figura de la concesión administrativa para la prestación de este servicio público por las corporaciones locales.

En el preámbulo de la Ley se lee:

“La presente Ley responde a la necesidad de establecer, por primera vez en España, un marco jurídico básico en el que se contengan las líneas maestras a las que ha de ajustarse la prestación de las diversas modalidades de telecomunicación, a la vez que se definan con nitidez las funciones y responsabilidades de la Administración Pública y de los sectores público y privado”.

Y sigue:

“...la dispersión y heterogeneidad normativa en este ámbito ha dificultado tradicionalmente el desarrollo de nuevos servicios y la expansión de otros”.

Este reconocimiento se deja claro en el artículo 26, apartado 3 a): “...directamente por las Administraciones Públicas o sus entes públicos con competencia en la materia, conforme a la legislación sobre medios de comunicación social, e indirectamente mediante concesión administrativa por las corporaciones locales”.

Con la aprobación de la LOT se rebajó la presión contra las E.M. Las presiones abogaban por suspender las emisiones hasta la aprobación del PTN y por la necesidad de normativas específicas que regulasen la situación. Por otra parte, los municipios veían despejarse poco a poco el paisaje de sus radios, aunque la tesitura de ilegalidad/alegalidad continuaba.

Una realidad que los ayuntamientos en la región no parecían dispuestos a aceptar. Las emisoras ya estaban en marcha, la sociedad civil demandaba la continuidad de las ya abiertas y las expectativas de la gente eran muy altas como para cerrar estos medios. Teniendo como base la LOT, los consistorios reivindicaron una ley propia que las regularizase o legalizase, algo que no ocurriría hasta 1991 con la aprobación de la Ley de Organización y Control de las Emisoras Municipales (LOCEM).

El Plan Técnico Nacional (Real Decreto 169/1989, de 10 de febrero) tardaría dos años más en refrendarse. El PTN/89 definía por primera vez en el artículo 5 “las características técnicas de las emisoras correspondientes a las corporaciones locales para la prestación de servicios de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia”, estableciendo tres tipos de potencia según la población del municipio, la ubicación de la radio, la altura de antena y, lo más importante, la banda de frecuencia entre 107,0–107,9 MHz. Estos criterios podrían variar previa justificación y con aprobación de la Dirección General de Telecomunicaciones. Para acceder a una concesión, había que presentar el proyecto técnico de las instalaciones, y pasar una inspección de las mismas para poder emitir.

La LOT fue un importante paso en la legalización de las E.M., y en general para el sector de la comunicación, a pesar de las críticas que procedían de las radios comerciales, las radios libres y las E.M.; estas últimas por las exigencias del Plan Técnico para acceder a una frecuencia, que impidieron la presentación de proyectos.

Una vez aprobados la LOT y el PTN 169/1989, Andalucía promulgó el Decreto 75/1989, de 4 de abril, por el que se regula la concesión de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia, normativa que continuaba el espíritu del artículo 16 del Estatuto de Autonomía y de los decretos que regularon en 1983 las competencias, el otorgamiento y la regulación en el procedimiento de adjudicación de radiofrecuencias.

A diferencia de las adjudicaciones de licencias comerciales a Ubrique y Lebrija en 1987, este decreto especificaba en su artículo 2: “Podrán solicitar concesiones para el establecimiento, gestión y explotación de emisoras con modulación de frecuencia las personas físicas y las instituciones o entidades públicas y privadas legalmente constituidas”, derogando los anteriores Decretos 86/1982 y 14/1983, y el apartado 3º del artículo 1º del Decreto 49/1985.

3.4.2. El asociacionismo de las Emisoras Municipales: La Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMA)

El desarrollo que se estaba generando en las diferentes Comunidades Autónomas y las sentencias del Tribunal Constitucional de 1982 motivaron la creación de asociaciones en diferentes regiones. Las principales fueron la Asociación de Emisoras Municipales en Cataluña (EMUC) en 1982, la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMA) en 1984 y Emisoras Municipales de Galicia (EMUGA) en 1989. Estas asociaciones y la creación de la Coordinadora Estatal de Asociaciones de Emisoras Municipales (CAEM) en 1985 actuaron en favor de una pronta resolución en la legalización de las E.M. en el país, ya que realizaron un esfuerzo conjunto, compartieron experiencias y se defendieron de la presión que ejercían las radios comerciales.

La asociaciones recién creadas, en un intento de autorregularse y alejarse de polémicas, incluyeron en sus estatutos “la obligatoriedad de no superar una

potencia de emisión de 500 vatios y emitir a partir de los 104,0 MHz”, espacios no ocupados por las cadenas comerciales.

El aumento en esos años de proyectos de E.M. que se pusieron en marcha acarreó desencuentros entre el sector privado y público de las radios, continuos reajustes de frecuencias y peticiones de cierre de E.M. que emitían sin licencia, lo cual llevó a las asociaciones de E.M. a constituirse en coordinadora y negociar con la Dirección General de Telecomunicaciones y con los grupos parlamentarios.

“A partir de 1986, se establece una relación fluida y de colaboración permanente, de manera que se detiene el envío de avisos de cierre, produciéndose un significativo avance sobre la planificación en el espectro de las E.M. Entre ellos, el establecimiento del marco de regulación de las emisiones, recogido con posterioridad en el Plan Técnico Nacional de 1989, una catalogación de los municipios en función del número de habitantes válido para asignar potencia y una banda de uso exclusivo. Esta banda se situaría entre los 107,0 y 107,9 MHz. Este plan, de carácter oficioso, se vería refrendado finalmente al contemplarse dentro del Plan Técnico Nacional de 1989”.

Chaparro (1998: 84).

La inscripción de la EMA en el registro de asociaciones tardó cinco años en producirse por diferencias de criterio con la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía. Con la llegada de Manuel Chávez a la Presidencia de la Junta de Andalucía, se desbloqueó la situación y se legalizó como Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMA). En 1989, la EMA tenía asociada prácticamente a la mayoría de E.M. en Andalucía; es decir, eran socias 48 E.M. de las 66 existentes en la fecha, más adelante a finales de 1996, ya eran 82 de las 137 en funcionamiento.

El proceso de legalización y de fomento de la comunicación de proximidad se vio beneficiado al promulgarse la Ley 7/1985 Reguladora de las Bases de Régimen Local, de 2 de abril, que instaba a las corporaciones locales a favorecer el desarrollo de las asociaciones para la defensa de los intereses generales, a facilitar información y el uso de los medios públicos (art. 72), y a impulsar las tecnologías de la información y la comunicación para ayudar a la participación y la comunicación de los vecinos (art. 70.3). La Ley también reconocía el derecho a la información local y recomendaba a las corporaciones municipales proporcionar herramientas para fomentar la intervención de los ciudadanos.

En su artículo 25 concretaba: “El Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover actividades y prestar los servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal en los términos previstos en este artículo. Ejercerá en todo caso como competencias propias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias”, entre las cuales destacamos:

- h) Información y promoción de la actividad turística de interés y ámbito local.
- m) Promoción de la cultura y equipamientos culturales.
- ñ) Promoción en su término municipal de la participación de los ciudadanos en el uso eficiente y sostenible de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

En el último punto se constata el pleno reconocimiento de las competencias municipales en el uso de las tecnologías de comunicación. Era un paso más en el largo camino hacia el reconocimiento de las E.M.

El trabajo realizado por la EMA y las demás asociaciones en ese tiempo fue decisivo para ese reconocimiento. Su participación hizo posible la aprobación

de la Ley 11/1991 de Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radiodifusión Sonora. Y así lo confirma en Andalucía el Decreto 202/1991, de 5 de noviembre, por el que se regula la concesión administrativa de emisoras a los municipios.

La EMA, reconvertida en 1995 en EMA-RTV, incluyendo a las televisiones municipales y posteriormente a los medios ciudadanos del Tercer Sector (2001), se ha erigido en Andalucía como aglutinador esencial de un modelo de comunicación que corría un riesgo de transformación: de sostener un discurso reivindicativo y constructivo a convertirse en medios gubernamentales, voceros del poder local. La programación de Onda Local Andalucía, distribuida por EMA-RTV a través de satélite y de Internet, supone un nexo fundamental que facilita compartir contenidos entre el centenar de municipios asociados y mantener la esencia de ser medios creados para la participación social.

3.4.3. Las Emisoras Municipales en funcionamiento en el año 1989

La progresión de las E.M. había dado un salto cualitativo en Andalucía. De las 36 abiertas en 1984, se aumentaba a 66 a finales de 1989 (Tabla 6). El reparto varía respecto a 1984; en Andalucía Oriental, el incremento es notable: de 7 radios se pasa a 35 en estos años, fortaleciendo su presencia en las provincias de Jaén (12), Almería y Granada (8), y Málaga (8). Por primera vez se supera a Andalucía Occidental, que cuenta con 31. La expansión refleja el interés que se estaba suscitando en los ayuntamientos sobre las E.M., apoyadas por los vecinos y por las actuaciones del Gobierno autónomo.

Tabla 6: Evolución de las E.M. en Andalucía entre 1984-1989

Provincia	1984	1989	+/- E.M.
Andalucía Occidental			
Cádiz	2	9	+7
Córdoba	5	7	+2
Huelva	11	6	-5
Sevilla	11	9	-2
Sub Total	29	31	+2
Andalucía Oriental			
Almería	2	8	+6
Granada	1	8	+7
Jaén	0	12	+12
Málaga	4	7	+3
Sub Total	7	35	+28
Total	36	66	+30

Fuente: Manuel Chaparro. 1998. Elaboración propia.

3.5. Legislación y gestión de los medios locales

3.5.1. El impulso de la Ley de Organización y Control de las Emisoras Municipales (LOCEM) y el Decreto 202/1991 de la Junta de Andalucía

El objetivo de la Ley era establecer las normas básicas de la organización y el control de la prestación del servicio público de radiodifusión de emisoras de titularidad municipal, gestionadas por algunas de las formas previstas en la Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local, Ley 7/1985, de 2 de abril. Se daba así el último avance para que las Comunidades Autónomas asumieran las competencias en la concesión de las licencias.

Las cadenas comerciales no dejaron de presionar en contra de otorgar a las E.M. espacio radioeléctrico; y una de las cuestiones que más les preocupaba era la posibilidad de que las públicas locales obtuvieran financiación a través de la publicidad, algo que consideraban una doble fuente de ingreso irregular. Esta queja en realidad estaba muy alejada de la realidad de las E.M. que se abrían, la mayoría en municipios de poca población donde se hacía imposible una financiación relevante o susceptible de ser dirigida a la radio comercial. Y a esta circunstancia adversa había que añadir el gasto económico que se precisaba para infraestructura.

La oposición de la Asociación Española de Radiodifusión Privada (AERP) retrasó la publicación de la LOCEM, cuyo primer borrador ya estaba listo desde junio de 1986 con el nombre de “Borrador de Anteproyecto de Ley Reguladora de la Organización y Control Parlamentario de las Emisoras Municipales de Radiodifusión Sonora”¹². Posteriormente, se trabajaron dos borradores más hasta su aprobación definitiva.

12 Archivo de EMA-RTV.

El presidente de la AERP, Pedro Antonio Martín, declaraba al diario *El País*¹³:

“...se van a tomar al menos siete medidas, en el caso de que no se modifique el proyecto. Entre estas medidas figuran una denuncia ante el Tribunal de Defensa de la Competencia por infracción del principio de competencia leal; la petición de una entrevista con el presidente del Gobierno; la convocatoria de una asamblea extraordinaria de toda la radio privada española; el envío de un escrito al Gobierno central y a los Gobiernos autónomos pidiendo que se supriman las subvenciones a las radios públicas y el estudio de acciones judiciales”.

Un desacuerdo que Augusto Delkáder, en ese momento director de la SER, expresaba así: “Este proyecto de ley no está pensado para mejorar la calidad ni el pluralismo de la oferta radiofónica española¹⁴”.

Los temas centrales que provocaban el retraso en la aprobación de la Ley y la fuerte oposición en contra por parte de la AERP eran estos:

- Prohibir la transferencia de las E.M. a las cadenas privadas.
- Permitir la doble financiación de las E.M.
- Obligatoriedad de constituir sociedades anónimas para las E.M., condición de difícil cumplimiento en poblaciones de pocos habitantes.
- Control parlamentario de las E.M.

La CAEM mantuvo activamente contactos con los grupos parlamentarios

13

La AERP había expresado su disconformidad desde el principio del proceso de legalización de las E.M., acusándolas de competencia desleal, centrando sus críticas en la doble financiación y con su “radical oposición al proyecto de Ley de organización y control de Emisoras Municipales”. Diario *El País* de 22 de diciembre de 1990.

14

Ibidem.

para interceder en favor de las E.M. y en oposición a la presión de la AERP. La convocatoria de la elecciones generales anticipadas de 1989 ayudó a salvar obstáculos. El más importante, el de la doble financiación, se resolvió el 7 de noviembre de 1990, cuando la Comisión Constitucional admitía la doble financiación de las E.M. con el consenso de la mayoría, excepto del Partido Popular. La Ley entraría definitivamente en vigor el 8 de abril de 1991.

A principios de 1991, como consecuencia de la LOCEM, el Gobierno andaluz ultima un borrador del Decreto 202/1991, de 5 de noviembre, que regula en lo autonómico el régimen de concesión en la gestión indirecta por parte de las corporaciones municipales del servicio de radiodifusión, dentro del marco de la LOCEM. La intervención de la EMA y de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias en la propuesta del borrador ponía fin a un largo proceso de enfrentamientos en el que los municipios emisores se habían opuesto a las medidas de cierre decretadas por la Junta de Andalucía.

El borrador del decreto andaluz fue sometido a discusión en una asamblea general de la EMA celebrada el 28 de diciembre de 1991, recomendándose al menos cinco modificaciones de carácter técnico; entre ellas, la de mantener un plazo de ventanilla abierta para atender solicitudes durante los dos primeros meses de cada semestre, en vez del primer trimestre natural de cada año como proponía el borrador. También se sugirió reducir el informe del interventor sobre la capacidad financiera de la corporación a una certificación de la existencia de consignación presupuestaria para afrontar gastos. El motivo para esta última modificación era evitar que se hicieran interpretaciones técnico/económicas que pudieran bloquear las decisiones políticas. El año siguiente, 1992, se conceden, dentro de un marco normativo específico, las primeras 55 licencias a E.M. de acuerdo al Decreto 202/1991.

Una vez aprobada la LOCEM, el impulso del sector de las E.M. fue definitivo. La Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía

contabilizaba, en febrero de 1996, 220 solicitudes de petición de licencia para emisora local. Muchos consistorios, pese a haber solicitado la concesión, no terminaron de definir sus proyectos. Las cargas económicas que en ese momento tenían los municipios, con unos presupuestos más limitados y la obligación de ofrecer más servicios, profundizaron el problema.

3.5.2. Situación de las Emisoras Municipales al amparo de la LOCEM entre 1996-1998

En 1996, se computaban 137 Emisoras Municipales en funcionamiento de las 193 licencias adjudicadas (relación completa de E.M. en Anexo 1). Dos años mas tarde, en 1998, el número aumenta en Andalucía a 153. El número de radios mostraba un desequilibrio territorial de las mismas entre Andalucía Occidental y Oriental que se sigue manteniendo a favor de la Occidental, con 86, frente a la Oriental, con 67 (relación completa de E.M. en Anexo 2).

Las provincias con mayor incremento en este año fueron Granada, que aumentó 5 E.M.; Cádiz, Huelva y Málaga, con 3 cada una, quedando el reparto como sigue: Cádiz (27), Sevilla (25), Granada (22), Huelva (19), Almería y Málaga (18 cada una), Córdoba (15) y Jaén (9) (ver Tabla 7).

Tabla 7: Evolución de las E.M. en Andalucía durante 1996-1998

Provincia	1996	1998	+/- E.M.
Andalucía Occidental			
Cádiz	24	27	+3
Córdoba	15	15	-
Huelva	16	19	+3

Provincia	1996	1998	+/- E.M.
Sevilla	25	25	-
Sub Total	80	86	+6
Andalucía Oriental			
Almería	16	18	+2
Granada	17	22	+5
Jaén	9	9	-
Málaga	15	18	+3
Sub Total	57	67	+10
Total	137	153	+16

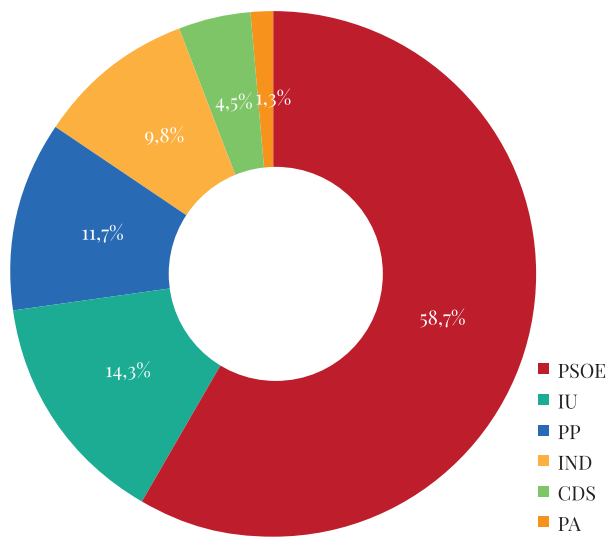
Fuente: Elaboración propia. 2014.

3.5.3. Representación de los gobiernos locales: Emisoras Municipales en 1998

La distribución en función de los gobiernos locales con E.M. después de las elecciones municipales de 1995 mostraba una mayor iniciativa de los gobiernos de izquierda frente a otras opciones políticas:

El Partido Socialista Obrero Español (PSOE) domina claramente con 89 E.M., seguido de Izquierda Unida (IU) con 22, el Partido Popular (PP) con 18, los grupos independientes con 15, el Centro Democrático y Social (CDS) con 2 y el Partido Andalucista (PA) con 7. (Gráfico 2 y Tabla 8).

Gráfico 2: Reparto de E.M. después de las elecciones municipales de 1995, consolidadas en 1998



Fuente: Manuel Chaparro. 1998. Elaboración propia.

Tabla 8: Distribución de partidos gobernantes en municipios de Andalucía con E.M. en 1998

Andalucía	PSOE	IU	PP	IND	CDS	PA	Total
Andalucía Occidental	53	16	5	7	1	4	86
Andalucía Oriental	36	6	13	8	1	3	67
Total	89	22	18	15	2	7	153

Fuente: Manuel Chaparro, 1998. Elaboración propia.

3.5.4. Distribución geográfica de las Emisoras Municipales en 1998

Atendiendo a la ubicación de las E.M. en funcionamiento por rango de población, la mayor concentración de emisoras (88) se ubica en poblaciones menores de 10.000 habitantes, un 58%. Y después, 42 radios en poblaciones entre 10.000 y 20.000 habitantes, lo que supone un 27% por ciento del total (Tabla 9).

Esta tendencia se mantiene en los datos del 2014 que analizaremos más adelante, circunstancia que confirma que los municipios de menor población tienen mayor actividad de E.M., ya que son áreas de población de escaso interés para las radios comerciales.

Tabla 9: Emisoras abiertas en Andalucía en 1998 por rango de población

Provincia	<10.000	>10.000- 20.000	>20.000- 50.000	>50.000	Total
Andalucía Occidental					
Cádiz	13	8	4	2	27
Córdoba	11	4	-	-	15
Huelva	14	5	-	-	19
Sevilla	11	7	6	1	25
Sub Total	49	24	10	3	86
Andalucía Oriental					
Almería	11	5	2	-	18
Granada	13	7	1	1	22
Jaén	6	2	1	-	9
Málaga	9	4	4	1	18
Sub Total	39	18	8	2	67
Total	88	42	18	5	153

Fuente: Manuel Chaparro, 1998. Elaboración propia.

Con posterioridad, en 2003, se reguló el procedimiento de concesión de emisoras de radiodifusión a los ayuntamientos de Andalucía a través de la Orden de 10 de febrero de 2003, que tenía por objeto desarrollar el procedimiento de concesión de radios municipales de acuerdo a lo establecido en el capítulo II de la sección tercera del Decreto 174/2002, de 11 de junio¹⁵. Igualmente, la orden tenía por objeto desarrollar lo establecido en la disposición transitoria segunda del decreto, que se refiere a los expedientes de concesión que a la entrada en vigor del mismo estuvieran en la fase de tramitación, y que solo afecta al caso de Emisoras Municipales.

Estas emisoras, cuya concesión se otorga a los ayuntamientos para su gestión indirecta y por tanto no transferibles, por medio de alguna de las formas previstas en el artículo 85.3 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local, constituyen un servicio público a través del cual se fomenta la participación democrática, con base en criterios objetivos, de los grupos sociales, culturales y políticos más significativos en el ámbito local, con la salvaguarda del derecho de acceso también para los grupos minoritarios. Asimismo, las E.M. tienen, como uno de sus principios inspiradores, la promoción y difusión de los valores históricos, culturales, sociales y medioambientales de la localidad solicitante.

De ahí nuestro interés en analizar el espacio radioeléctrico, donde el Gobierno regional sí tiene competencias administrativas y, por tanto, puede visibilizar el

15 En Andalucía, en los siguientes años, se reforzó la normativa con el Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios. El decreto persigue la adecuación del régimen jurídico de la radiodifusión sonora al actual marco normativo surgido como consecuencia de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones. Para ello, se considera necesario regular en un cuerpo normativo el régimen jurídico de la radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, donde quede recogido tanto el proceso para el otorgamiento de la concesión, como el de la prestación del servicio por parte del concesionario.

fomento de medidas de apoyo a las radios que cooperen en la consolidación del tejido social necesario para la integración y el progreso social de la ciudadanía.

En el siguiente capítulo realizaremos un análisis de la situación de las licencias y su incidencia en el territorio. Sin duda, hay todavía trabajo que hacer para regularizar el sector, pero hay que subrayar que el conjunto de las radios públicas locales supone un cimiento esencial para propiciar la participación ciudadana en la región y para fortalecer la vertebración territorial.

En este sentido, consideramos fundamental defender el derecho de acceso a una comunicación plural y horizontal. Y, en esa defensa, la radio pública local o las E.M. representan el medio idóneo para movilizar y dar espacios a los residentes.

3.6. El actual marco legal de los medios de comunicación: presente y futuro de los medios locales de proximidad

3.6.1. La Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010

El 31 de marzo se aprobó la Ley General de la Comunicación Audiovisual 7/2010. La LGCA vino a tratar de unificar el espectro normativo español, derogando normas anteriores que habían originado un escenario de dispersión e inseguridad jurídica para el sector.

La innovación de la tecnología digital, los cambios de modelos de negocio, la aparición de Internet y unas normativas previas desfasadas en relación con los nuevos tiempos, están latentes en la justificación de la Ley para ordenar y regular. También había que adecuar la normativa a la Directiva 2207/65/CE de Servicios de Comunicación Audiovisual del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007.

La actualización, orientada “al pluralismo y la protección de los derechos ciudadanos; al mismo tiempo que se fijan reglas de transparencia y competencia claras en un contexto de convivencia del sector público con el privado”, venía a reordenar tanto el sector audiovisual privado como el público y los nuevos servicios interactivos, dentro de un espíritu que “aspira a promover una sociedad más incluyente y equitativa, específicamente en la prevención y eliminación de discriminaciones de género”.

La nueva Ley se cimentaba en el principio de neutralidad tecnológica, introducida por la Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones, y profundizaba en el fenómeno liberalizador y *despublicador*, una orientación en los últimos años del sector que reduce el ámbito de los medios como servicio público.

El interés por la recuperación de los espacios de representación democrática se ha acentuado en los últimos años. Los movimientos ciudadanos, desde una perspectiva diferente y con nuevas formas de participación, promueven una presencia más activa y manifiestan su deseo de intervenir en los medios de proximidad. La LGCA ha fomentado que las cadenas, las grandes favorecidas por la Ley, hayan debilitado el sector de la radio privada local. Ante este panorama, la radio local pública se presenta como alternativa imprescindible en la creación de estos espacios.

La LGCA entraña una liberación del espectro radioeléctrico que ha recibido numerosas críticas por favorecer la autorregulación de los medios privados comerciales, como bien señalan Chaparro y García Castillejo (2012):

“Todas las iniciativas emprendidas por el actual Gobierno suponen un serio retroceso de cara a la pluralidad mediática en el audiovisual español. Esto se produce al debilitarse el control sobre las prácticas monopolísticas y los organismos de control que deberían habilitarse para ello, poniendo al Estado español en situación de desafío a las

directivas europeas. Las soluciones para el audiovisual español exigen un reordenamiento urgente de las frecuencias radiofónicas reduciendo la concentración de la propiedad, la reglamentación de las emisoras ciudadanas, la devolución de la obligatoriedad de prestación de servicio público también al sector privado e impedir la concentración existente en la televisión privada”.

3.6.2. Andalucía, propuestas para una Ley del Audiovisual

En el año 2013, el Parlamento de Andalucía, a través de la proposición no de Ley en Comisión 9-12/PNLC-000149, instó al Consejo de Gobierno a la apertura de un debate sobre medidas de ordenación e impulso del sector audiovisual en Andalucía, partiendo de dos premisas: la primera, activar la creación de una mesa de ordenación e impulso del sector audiovisual previa a la elaboración de la Ley Audiovisual de Andalucía; y segunda, definir medidas de apoyo a la industria audiovisual para el mantenimiento y la creación de empleo en la Comunidad, teniendo como aspiración principal del debate la necesidad de una regulación andaluza que concrete para la región los principios básicos de la Ley General y que ofrezca soluciones a los problemas a los que se enfrentan los sectores público y privado en el ámbito local y en el autonómico.

La constitución de la Mesa para la Ley de Ordenación e Impulso para el Audiovisual Andaluz (MOISA), que ha trabajado a lo largo de los años 2013-2014, ha hecho posible mantener un fructífero debate sobre las medidas de ordenación e impulso del sector audiovisual en Andalucía, teniendo en consideración la importancia de una comunicación local. Estos debates sentarán las bases para el Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual Andaluz (POISA).

Como señala García Castillejo, participante de la MOISA en la redacción de los documentos base, “se formularon como principios inspiradores de la futura Ley Audiovisual de Andalucía la defensa y potenciación del servicio público de la comunicación audiovisual y de los medios de proximidad, la libertad de comunicación audiovisual, la libre elección, el pluralismo en la comunicación audiovisual, la veracidad informativa, la protección de los derechos fundamentales de la infancia y de la juventud en los servicios de comunicación audiovisual, la promoción de una sociedad más incluyente y equitativa, específicamente en lo referente a la prevención y eliminación de las discriminaciones de género, entre otros” (2014: 130).

El debate de la nueva Ley Audiovisual en la región permitirá, hasta dónde sea posible en sus competencias, la creación de un modelo que facilite una mayor presencia de actores locales y potencie el medio autonómico y la industria audiovisual, así como también una regulación que conlleve a mejoras en el cumplimiento de la legalidad y dé salida a las reivindicaciones de los medios del Tercer Sector.

En esta línea, creemos que la futura ley debería exigir a las concesionarias de licencias comerciales contraprestaciones de interés general y de servicio público para garantizar la pluralidad, la democracia y la diversidad. Los medios públicos y comunitarios, contemplados en el borrador, tienen que ser apoyados económicamente para garantizar la pluralidad.

Además, otra de las propuestas más interesantes es la de considerar “indicadores de responsabilidad” para salvaguardar el buen funcionamiento y evaluar la incidencia social de los medios, iniciativa que comentaremos en el último capítulo de la presente investigación. El borrador de Ley Audiovisual de Andalucía contempla esta observancia de los indicadores en los medios audiovisuales con el fin de concretar líneas de financiación e incentivos de buenas prácticas.

Recientemente, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía aprobó el 22 de septiembre de 2015 remitir al Parlamento el comienzo de los trámites para la elaboración del proyecto de Ley Audiovisual de Andalucía.

Hay que sopesar en este sentido las PPC que, a través de sus leyes y normativas, no han terminado de reconocer la importancia y el papel de los medios de proximidad o, si los reconocen, no han tenido la intención de ampliar su relevancia. La tolerancia desde la que emiten no deja de someterlos a la marginalidad, así que esperemos que la aprobación de esta Ley cambie la situación.

Y que también contemple la obligatoriedad de los medios audiovisuales de proximidad de tener una incidencia equilibrada en la vertebración del territorio y la promoción de la identidad teniendo siempre en cuenta la participación de los ciudadanos. Algo que se enlaza con el derecho a la comunicación y el derecho de acceso a los medios, en cumplimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

La modificación de la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, en el artículo 211 sobre medios de comunicación públicos, estipula:

1. Los medios de comunicación de gestión directa por la Junta de Andalucía y las corporaciones locales orientarán su actividad a la promoción de los valores educativos y culturales andaluces, respetando, en todo caso, los principios de independencia, pluralidad, objetividad, neutralidad informativa y veracidad.
2. Se garantiza el derecho de acceso a dichos medios de las asociaciones, organizaciones e instituciones representativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía, respetando el pluralismo de la sociedad.

La reforma del Estatuto otorga competencias legislativas y ejecutivas sobre los medios de comunicación a la Comunidad Autónoma, reconociendo el carácter estratégico del sector audiovisual.

Entendemos los municipios como espacios de convivencia que apuesten por el fomento de la participación y recuperen la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local 7/1985, recientemente modificada por el Gobierno del Partido Popular por la Ley 27/2013 de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, en la que los municipios pueden ejercer dentro de sus competencias la “promoción en su término municipal de la participación de los ciudadanos en el uso eficiente y sostenible de las tecnologías de la información y las comunicaciones”. Así pues, se deja claro el derecho a la información local y la recomendación a las corporaciones municipales para facilitar y crear medios y herramientas que fomenten la intervención de los residentes. Pero al mismo tiempo la Ley 27/2013 se vale de los conceptos de austeridad y racionalización como argumentos válidos para orientar hacia la concentración y la privatización.

A este respecto, los informes realizados por la Junta de Andalucía y el informe de García Castillejo, que puede encontrarse en: http://www.emartv.es/sileyadministracionlocal/Informe_Experto_Incidencia_Ley_Administracion_Local.pdf, concluye que “la redacción del texto de la Ley 27/2013, no observa modificaciones de la Ley 7/1985, ni de la Ley 7/2010 en lo relativo a la prestación del servicio audiovisual por parte de las entidades públicas, que pudieran entenderse como lesivas para las actuales emisoras municipales de radio, televisión o de servicios audiovisuales a través de Internet”.

Si bien hay otras interpretaciones más rígidas, que ven cómo algunos servicios de los municipios pueden ser prestados por otros organismos públicos, como los canales autonómicos. Esta disparidad de interpretaciones tal vez pone en

riesgo la continuidad de algunos servicios de los municipios, incluidas las E.M. Bajo este paraguas normativo, asumimos la comunicación como acción política y participativa en los procesos democráticos, donde la intervención ciudadana y el diálogo, desde y con lo local y además en red, inciden y dan sentido a los medios públicos locales.





4. Situación actual de las Emisoras Municipales en Andalucía

4.1. Distribución de las licencias de las Emisoras Municipales en 2014

En la actualidad, resulta evidente el progreso y la transformación social que ha experimentado la sociedad andaluza, así como también las acertadas medidas democráticas que permitieron una más eficiente articulación de su territorio y la integración a nuevos mercados. En ese mismo aspecto, es innegable la participación de los medios de comunicación social en la construcción del progreso, y en especial la labor de las Emisoras Municipales (E.M.) en el fortalecimiento del tejido social en aquellas zonas históricamente aisladas o débilmente integradas de la región. Esta realidad ha configurado el actual panorama de las E.M. en la zona de estudio, convirtiéndola en una de las experiencias más importantes de las radios públicas locales en el país.

Podríamos señalar que la implantación de las E.M. en Andalucía, nacidas al albor de los primeros ayuntamientos democráticos y que ahora cuentan con 311 licencias concedidas a municipios, ha tenido dos razones fundamentales de peso que se encuentran íntimamente ligadas. En primer lugar, las E.M. andaluzas se han consolidado como un instrumento de participación horizontal frente a los grandes medios de carácter generalista, afianzándose las primeras como una alternativa sólida a la configuración de las agendas de los segundos, que atienden exclusivamente a intereses económicos y sociales ajenos a los públicos de este territorio.

Como segunda característica y particularidad que define la articulación y capacidad vertebradora de las E.M. en Andalucía, se distingue su ubicación, sujeta a zonas rurales. Los medios se localizan de forma mayoritaria en una geografía rural, en áreas desatendidas por las empresas privadas/comerciales del sector, así como por los estudios de audiencias y el mercado publicitario.

En este proceso, los medios públicos locales y las Emisoras Municipales en particular han jugado y siguen jugando un papel fundamental en la construc-

ción democrática, aunque a lo largo de los años ha habido en el camino una práctica profesional más fundamentada en lo empírico, y una forma de hacer para la que no había existido una cualificación previa, pero que en los últimos tiempos están incorporando profesionales más cualificados. De ahí que, en la configuración de las E.M., no todas las radios hayan comportado modelos ejemplarizantes; y a ello se añade una falta de cultura democrática, un lastre que la experiencia ha ido subsanando.

Las Emisoras Municipales, asentadas mayoritariamente en municipios donde no existe competencia o complementariedad con otros medios de perfiles participativos, asumen una gran responsabilidad en la articulación territorial. La llegada de estos micro y mesomedios ha sido esencial para generar participación y dinamizar el tejido asociativo y la economía local¹; sobre todo en áreas donde la información local no estaba vehiculada por ningún medio y perjudicaba gravemente la participación, la transparencia y la gobernanza exigibles en democracia.

Los logros resultan obvios, pero al poner en valor el trabajo y las conquistas alcanzadas afloran deficiencias, derivadas fundamentalmente de la inacción de las políticas autonómicas en materia de comunicación y de la permisividad, dando lugar a graves incumplimientos, detectados en casos minoritarios pero llamativos y poco edificantes para una sociedad que aspira a consolidar la democracia. Las características señaladas de las E.M. andaluzas se han ido perpetuando en el tiempo, sin que ello haya impedido que, al igual que en el resto de España, estos medios hayan sido objeto de una importante transformación en los últimos años: ya sea en cuanto a su expansión en términos cuantitativos,

¹ La suma de las microaudiencias de estos medios de proximidad no medibles, lógicamente, por el EGM, tiene la suficiente relevancia como para convertir a estas radios en actoras privilegiadas de la construcción de ciudadanía, identidad y territorio; este ha sido el caso de Andalucía, donde la inexistencia de medios locales en gran parte de la región invisibilizaba una realidad no sujeta al debate de la ciudadanía y construida por creadores de opinión ajenos, ubicados a cientos de kilómetros. Una realidad que aun hoy se produce en los medios comerciales de referencia. La existencia de meso y micromedios resulta esencial para generar participación y dinamizar el tejido asociativo y la economía local.

ya en relación con el marco jurídico en que nacieron, su interacción con las administraciones y la sociedad civil, o en el contenido de sus programaciones. La evolución, marcada por la existencia de emisoras con perfiles muy distintos en lo relativo a su gestión, contenidos o recursos técnicos y económicos, define un paisaje muy heterogéneo.

Analizar la situación en que se hallan las emisoras se hace indispensable para ver la oferta actual desde una perspectiva de proximidad, de participación ciudadana y de la voluntad de los gobiernos municipales para proponer líneas de trabajo ante nuevas realidades. Aquí reside la importancia de visibilizar y valorizar estas experiencias. El trabajo realizado por las E.M. refleja una amplia producción y la madurez de una comunicación local de calidad generada en Andalucía.

4.1.1. Licencias en Andalucía Occidental/Oriental

La localización geográfica de las E.M. en Andalucía confirma, basándonos en las solicitudes de licencias concedidas, las necesidades de cobertura para un mayor reequilibrio de la vertebración territorial que apuntábamos en el inicio del capítulo.

Teniendo en cuenta la singularidad del territorio andaluz, el segundo más grande del Estado pero el más poblado, Andalucía tiene 769 municipios, 62 comarcas (*BOJA*, Nº 59) y una población de 8.439.747 habitantes (INE, 2014). Así pues, la dimensión de la demarcación justifica la necesidad de apoyar la existencia de medios de proximidad.

Si atendemos a la división territorial entre Andalucía Occidental y Oriental, observamos diferencias sustanciales en el reparto territorial de las E.M. (Tabla 1). El mayor número de licencias concedidas se halla en Andalucía

Oriental (3.943.918 habitantes), con 173 sobre 468 municipios; mientras que en Andalucía Occidental (4.495.829 habitantes) se han otorgado 138 licencias sobre 301 municipios. Sin embargo, la aparente descompensación tiene que ver con la distribución de la población en el territorio y el mayor número de núcleos poblacionales en la parte oriental.

Tabla 1: Licencias concedidas en Andalucía Occidental/Oriental.
Municipios y población

Andalucía	Municipios	Licencias concedidas	Población	% licencias/ municipios
Andalucía Occidental	301	138	4.495.829	46%
Andalucía Oriental	468	173	3.943.9184	37%
Total	769	311	8.439.747	40%

Fuente: Elaboración propia. 2014.

4.1.2. Licencias por provincias

En el reparto provincial, la distribución de las licencias queda distribuido de la siguiente manera: Granada destaca con 58 licencias, un 19% del total de las concesiones, siendo la provincia con más licencias otorgadas, ya que tiene un mayor número de municipios que el resto, 47 de ellos con menos de 2.000 habitantes; la siguen Almería (15%), Sevilla (15%), Málaga (12%), Córdoba (11%), Cádiz (10%), Jaén (9%) y Huelva (9%) (Tabla 2).

En cuanto a la valoración de las licencias en relación al número de municipios en cada provincia, se señala lo siguiente: Cádiz, con un 73% de licencias sobre el total de sus municipios, es la provincia con mayor cobertura en licencias de E.M. El resto de provincias se mantiene en una proporción entre el 31% y 46%.

Estos porcentajes, aunque significativos, no reflejan la realidad del estado en que se encuentran las E.M.

Tabla 2: Licencias de E.M. por provincias

Provincia	Nº Municipios	Total licencias E.M. por provincia (% sobre total por municipios)	% sobre total licencias en Andalucía
Andalucía Occidental			
Cádiz	44	32 (73%)	10%
Córdoba	75	33 (44%)	11%
Huelva	79	27 (34%)	9%
Sevilla	103	46 (44%)	15%
Sub Total	301	138 (46%)	44%
Andalucía Oriental			
Almería	102	47 (46%)	15%
Granada	168	58 (34%)	19%
Jaén	97	30 (31%)	10%
Málaga	101	38 (38%)	12%
Sub Total	468	173 (37%)	56%
Total	769	311 (40%)	100%

Fuente: Elaboración propia. 2014.

4.1.3. Licencias por rangos de población

La distribución de la población andaluza implica que la geografía rural a la que responden las E.M. se vea básica y únicamente atendida por estos medios públicos, a los que también habría que sumar las televisiones locales, que han perdido fuerza con el salto digital. El panorama, evidentemente, deja de ser interesante a los medios comerciales, que tropiezan con serias dificultades de subsistencia y optan por áreas más pobladas y de dinámicas económicas más relevantes.

Una de las peculiaridades de la región radica en el reparto de la población. El 50% vive en municipios de más de 50.000 habitantes, en los que se concentra la mayor oferta de medios privados comerciales. En las circunscripciones más dinámicas, como el litoral andaluz y las zonas metropolitanas de las grandes ciudades y urbes medias de interior. Por otra parte, el 32% reside en poblaciones de menos de 20.000 habitantes, justo donde los medios privados son casi inexistentes ante la imposibilidad de encontrar márgenes empresariales de mercado. Como vemos, la presencia de los medios audiovisuales públicos locales adquiere mayor importancia en estas últimas cifras poblacionales, tradicionalmente asociadas a áreas comarcales y municipales, muchas veces en núcleos diseminados y débilmente integrados en la zona.

En la última década, han sido precisamente los municipios de menos de 10.000 habitantes los que han perdido población respecto de los mayores núcleos demográficos, y son estos municipios los que acogen el mayor número de Emisoras Municipales y donde la presencia de medios privados es menor, pues estos no encuentran un mercado publicitario suficiente que pueda hacer sostenibles sus proyectos comerciales/empresariales (Tabla 3).

Tabla 3: Número de licencias por municipios y rangos de población

Rango población	Total municipios	Total población	Total licencias (% sobre total municipios)
<10.000	618	1.690.795	188 (30%)
>10.000-20.000	70	1.025.517	59 (84%)
>20.000-50.000	52	1.442.432	43 (83%)
>50.000	29	4.281.003	21 (73%)
Total	769	8.439.747	311 (40%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

“Se trata de una realidad que define dos geografías diferenciadas mediáticamente: la existente en los grandes núcleos urbanos y la que se configura en los de menor población, con medios escasos o inexistentes. La tesitura pone de manifiesto la importancia de los medios públicos de proximidad y la exigencia en la búsqueda de la rentabilidad social de los mismos, considerando que los medios no solo facilitan información, sino que al mismo tiempo dinamizan la participación ciudadana, crean opinión pública y revalorizan el territorio y su cultura, lo que contribuye a construir su identidad, así como a la movilización e integración de la economía local, generando progreso”.

(Chaparro, Olmedo, Gabilondo, 2014: 167).

4.2. Clasificación de las licencias de las Emisoras Municipales en función de su situación

La investigación realizada durante los últimos cuatro años nos ha permitido ampliar el análisis del total de las licencias concedidas y de su realidad actual. Los cambios detectados desde 1998 hasta el 2014 conforman un diseño de E.M. variado y complejo.

La propuesta de clasificación ha posibilitado delinear un mapa radiofónico público local que trabaja en el territorio de forma considerable, aunque no suficiente para que se potencie la participación plural de sus habitantes. La coyuntura de las E.M. limita la capacidad de la Comunidad y la incidencia de estos medios en la generación de modelos que fomenten la intervención ciudadana y promuevan una democratización de la comunicación.

Creemos indispensable analizar la oferta actual desde la perspectiva de la comunicación de proximidad, la participación y la voluntad de los gobiernos municipales, con el objetivo de proponer líneas de trabajo ante nuevas realidades. Por ello, es importante visibilizar y valorar estas experiencias. El trabajo efectuado por las emisoras desde sus inicios expresa la producción más auténtica y madura de comunicación local de calidad producida en nuestra región.

En este contexto, se confecciona el Mapa de las Emisoras Municipales de Andalucía, un material de estudio que nos ofrece la oportunidad de conocer la relevancia del fenómeno de la comunicación local en la región y la situación de cada una de las licencias.

4.2.1. Categorías establecidas para el análisis de las Emisoras Municipales

Para realizar el análisis y la configuración del Mapa de las E.M., se definieron cuatro categorías, que nos han permitido evaluar con mayor precisión la incidencia en la región de los medios de proximidad. Además, se han considerado otras aportaciones como la comarcalización, la gobernanza municipal y la externalización.

La categorización de las E.M. se estableció en el transcurso de la investigación a partir del trabajo de campo realizado por el Laboratorio de Comunicación y Cultura (COMandalucía) de la Universidad de Málaga en el marco de los proyectos financiados: el Proyecto de Excelencia TIC 6593: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social, de la Junta de Andalucía, y el Proyecto del Plan Nacional CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social.

Las diferentes casuísticas que nos encontramos en el funcionamiento de las E.M. nos orientaron a definir las categorías, con el objetivo de comprender mejor la realidad de las emisoras en la región y, en última instancia, de llevar a cabo un trabajo de mayor profundidad sobre estas:

—Emisoras Municipales Operativas

La primera categoría que se especificó es la de E.M. Operativa, que designa a las emisoras en funcionamiento gestionadas por los ayuntamientos, en cumplimiento de la normativa por la que se les concede la licencia. Hay que decir que presentan carencias en algunos aspectos que destacaremos en el capítulo 5, pero básicamente cumplen la mayor parte de los requisitos para considerarse una E.M.

—Emisoras Municipales Externalizadas

Una segunda categoría es la de E.M. Externalizada, que incluye las emisoras abiertas cuyos consistorios han privatizado/externalizado su gestión y/o programación, incumpliendo las normativas vigentes en la concesión de licencias y en un acto de clara prevaricación.

—Emisoras Municipales Cerradas

La tercera categoría, la de E.M. Cerrada, se usa para distinguir las emisoras que fueron abiertas en su momento, pero que actualmente están inactivas por diversas circunstancias económicas, sociales o políticas.

—Emisoras Municipales con Licencia sin Activar

Por último, la cuarta categoría la denominamos E.M. Licencia sin Activar, y con ella nos referimos a las licencias pedidas por las corporaciones locales y concedidas por la Junta de Andalucía, pero cuyo proyecto no ha sido puesto en marcha por parte de los ayuntamientos en ningún momento.

El panorama que describiremos a continuación nos revela que hay todavía bastante trabajo que hacer para regularizar el sector. Consideramos que las E.M. son esenciales para propiciar la participación de la gente en la región y para fortalecer la vertebración territorial. Y en este sentido, nos parece fundamental defender el derecho de acceder a una comunicación plural y horizontal allí donde los medios de proximidad representan el canal idóneo para movilizar y dar espacios a los ciudadanos.

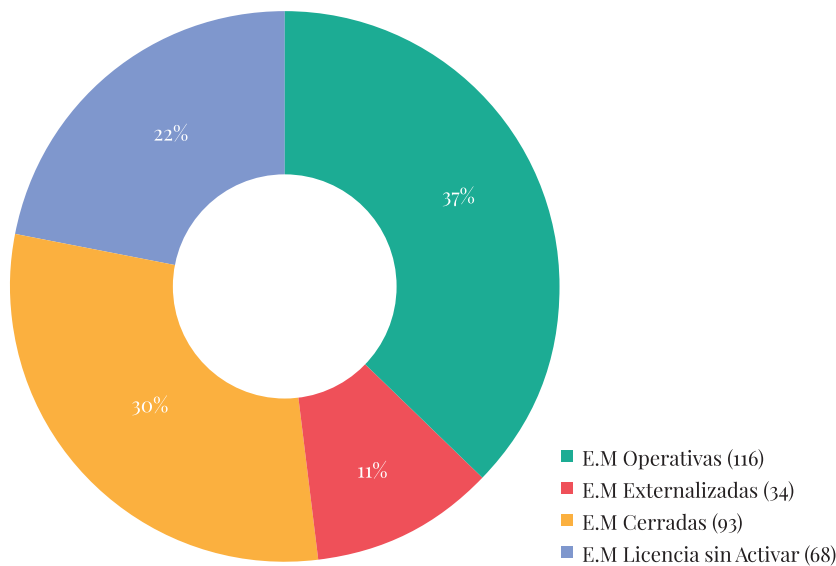
4.3. El Mapa de las Emisoras Municipales

Como hemos dicho, las licencias concedidas desde el año 1992 hasta 2014 suman 311. Sobre ese total, un primer análisis nos permite presentar el estado de las mismas en un escenario que convendría revisar, ya que el número de las concesiones supera de forma significativa al número de las E.M. Operativas. Al mismo tiempo, se descubre un elevado número de emisoras abiertas que han sido privatizadas.

En el actual Mapa de las E.M. conviven estas diferentes categorías, como lo demuestran los datos de la investigación. A inicios del 2014, de las 150 E.M. en funcionamiento, 116 (37%) cumplen las normativas aplicables a medios de comunicación municipales, mientras que 34 (11%) han sido privatizadas o Externalizadas. Es decir, 34 ayuntamientos han cedido la gestión de sus emisoras a terceros, bien a empresarios locales, bien a cadenas de radio privadas, incumpliendo así la normativa y cometiendo evidente prevaricación y malversación de fondos. Por otra parte, un total de 93 emisoras (30%) ha cerrado y 68 licencias concedidas (22%) están inactivas, pues las corporaciones locales no han puesto en marcha el proyecto presentado para la concesión de la licencia (ver Gráfico 1 y Tabla 4).

Gráfico 1: Situación de las E.M. en Andalucía 2014.

Total: 311 licencias concedidas



Fuente: Elaboración propia. 2014.

Tabla 4: Situación de las E.M. en Andalucía en 2014

E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total
116	34	93	68	311

Fuente: Elaboración propia. 2014.

El hecho de que haya 311 licencias otorgadas a los municipios no significa que la actividad de las E.M. esté saneada, como confirman los datos. Es preciso aclarar que la renovación de las licencias se realiza de manera automática, incumpliendo la Orden de 12 de julio de 2002, que regula el procedimiento de renovación de las concesiones de emisoras de radiodifusión, y que no ha

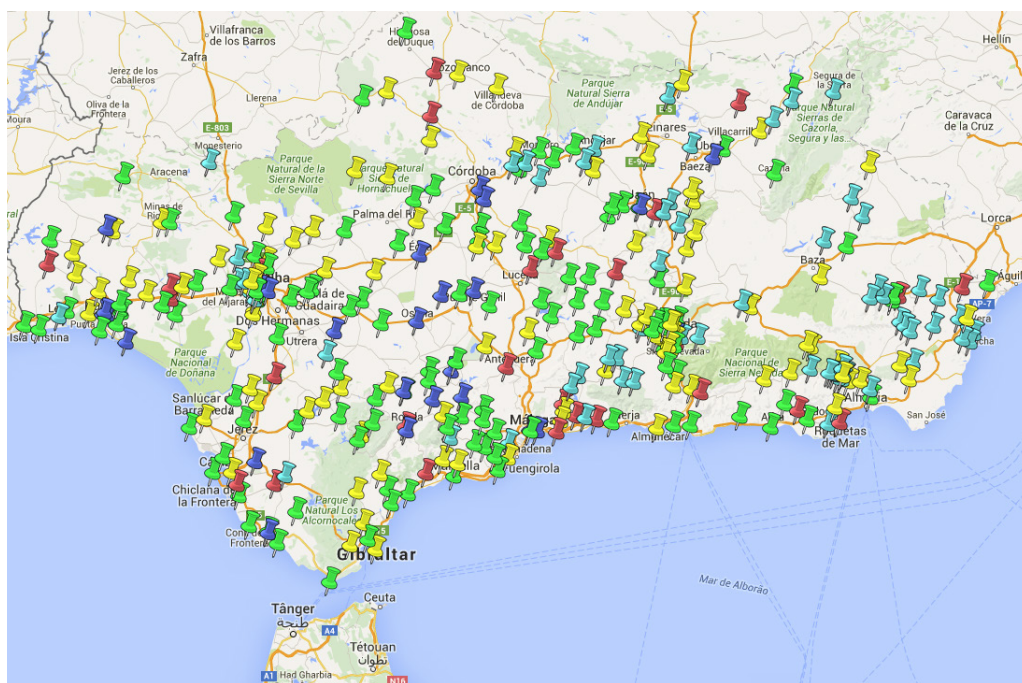
tenido en cuenta el estado de las licencias para llevarse a cabo.

Esta circunstancia pone de relieve la necesidad de crear mecanismos para el control o el seguimiento de las licencias, así como de propuestas de incentivos y estimulación, tanto para las que están realizando una buena labor como para los responsables de haber solicitado una licencia que no pusieron en marcha o que cesó en su actividad.

Ver Mapa de las Radios Públicas Locales en la web del grupo de investigación COMandalucía:

<http://com-andalucia.org/mapas-interactivos/mapa-radios-publicas-andalucia/>

Gráfico 2: Mapa de las Radios Públicas Locales



Fuente: COMandalucía, 2014.

El marco legal de 1992 se demuestra insuficiente para favorecer el tipo de medios de proximidad, que en el caso de Andalucía resultan imprescindibles por las características de su ordenación territorial, el reparto de población, el número de municipios y la estructura de medios con intereses ajenos al territorio.

De ahí surge nuestro interés en analizar la distribución de las E.M en la zona: por provincias, por población, en el plano comarcal y por su relación con los gobiernos locales, que son los principales responsables del estado de las licencias/E.M.

4.3.1. Emisoras Municipales en Andalucía Occidental/Oriental

La situación de las E.M. en las dos Andalucías evidencia que el reparto y el uso de las licencias es desigual atendiendo a la clasificación. Si aplicamos las categorías definidas previamente, este mapa inicial varía y empezamos a ver el estado real de las E.M. en la región (Gráfico 3, Tabla 5).

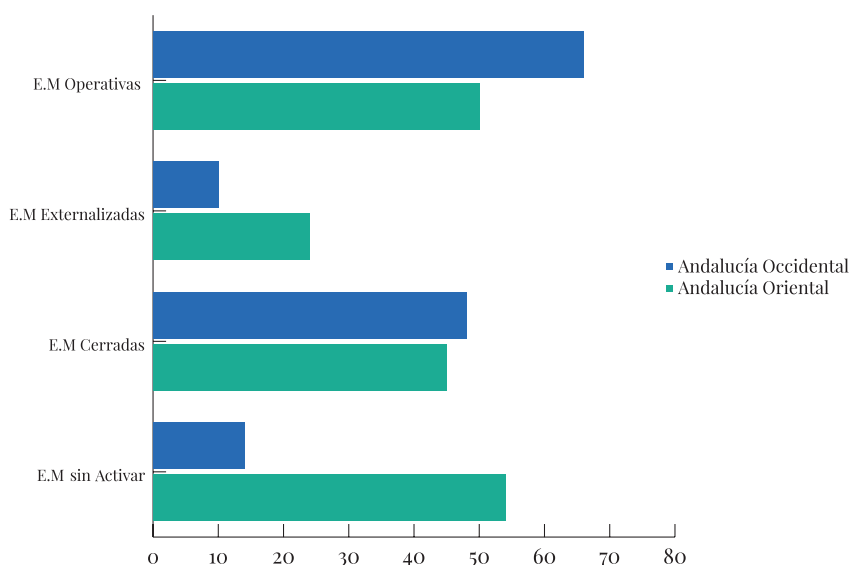
La primera conclusión la obtenemos sobre las E.M. Operativas: la diferencia en número de licencias y su distribución en las demarcaciones no afecta al resultado del porcentaje. En Andalucía Occidental se halla el 38% de las licencias operativas (66 E.M.) y en Andalucía Oriental, el 36 % (50 E.M.), porcentajes similares en ambos casos.

El dato más notable aparece en la externalización de las licencias. En Andalucía Occidental, el 3% (10 E.M.) ha externalizado la gestión y/o programación, cifra que se duplica en Andalucía Oriental, con un 8% (24 E.M.). Un total de 34 emisoras (11% sobre el total de licencias) ha cedido su gestión con la aprobación de los gobiernos, traspasando las licencias a agentes privados que no reflejan la información y la realidad local. Sobre este punto, más adelante ampliaremos el

tema de las Externalizadas, pero desde ya lo consideramos clave en el problema de la actividad del sector en el ámbito regional.

En la Comunidad, las licencias *perdidas* para la ciudadanía (Externalizadas, Cerradas, sin Activar) como E.M. suman un total de 195 (62%), un número demasiado elevado que, sin embargo, no desmerece en ningún momento la labor que realizan las Emisoras Operativas, pero que sí resta un gran potencial a los medios de proximidad en su conjunto, debilita al sector de la comunicación de proximidad e impide una mayor participación. Sin duda, los responsables de las corporaciones locales deberían apostar por la apertura de estas radios, pues las tecnologías y los bajos costes del equipamiento radiofónico lo hacen viable incluso en las circunstancias actuales.

Gráfico 3: Andalucía Occidental/Oriental. E.M. por categorías



Fuente: Elaboración propia. 2014.

Tabla 5: Andalucía Occidental/Oriental. E.M. por categorías

Andalucía	Nº Municipios	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total licencias
Andalucía Occidental	301	66	10	48	14	138
Andalucía Oriental	468	50	24	45	54	173
Total	769	116	34	93	68	311

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Los resultados certifican las dificultades de llevar a cabo proyectos de comunicación local, independientemente de las voluntades políticas e institucionales comprometidas. También confirman la necesidad de incorporar medidas de control, formación especializada técnica y dinamización social en gestión y liderazgo como punto de partida para llevar a cabo con éxito este tipo de proyectos.

4.3.2. Emisoras Municipales por provincias

Si analizamos los datos de las E.M. en el plano provincial, Granada y Sevilla, con 20 y 19 E.M. Operativas respectivamente, son las provincias con mayor actividad de emisoras públicas locales, seguidas de Cádiz y Córdoba (17 cada una), Málaga (14), Huelva (13), Jaén (9) y por último Almería (7) (ver Tabla 6).

Los datos más reveladores los descubrimos en la alta externalización de las E.M. en las provincias de Málaga (9), Almería y Granada (6 cada una), Córdoba (4), Jaén y Sevilla (3 cada una), Cádiz (2) y Huelva (1).

Tabla 6: Situación de las Emisoras Municipales por provincias y municipios

Provincia	Nº Municipios	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total licencias por provincias
Andalucía Occidental						
Cádiz	44	17	2	12	1	32
Córdoba	75	17	4	8	4	33
Huelva	79	13	1	10	3	27
Sevilla	103	19	3	18	6	46
Sub Total	301	66 (38%)	10 (3%)	48 (35%)	14 (10%)	138
Andalucía Oriental						
Almería	102	7	6	8	26	47
Granada	168	20	6	19	13	58
Jaén	97	9	3	7	11	30
Málaga	101	14	9	11	4	38
Sub Total	468	50 (36%)	24 (8%)	45 (26%)	54 (31%)	173
Total	769	116	34	93	68	311

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Las 92 E.M. Cerradas y las 68 E.M. sin Activar se distribuyen de la siguiente manera: Granada, la provincia con más licencias concedidas, tiene 19 Cerradas y 13 con licencia sin Activar; le sigue Sevilla, con 18 E.M. Cerradas y 6 inactivas; Cádiz, con 12 Cerradas y 1 emisora inactiva; Málaga, con 11 E.M. Cerradas y 4

inactivas; Huelva, con 10 Cerradas y 3 inactivas; Córdoba y Almería tienen el mismo número de emisoras Cerradas: 8; y Jaén, con 7. Asimismo, llaman la atención las 26 sin Activar de Almería y las 11 de Jaén que, sumadas a las de Granada, hacen un total de 54 licencias, todas ubicadas en Andalucía Oriental.

A este respecto, se debe responsabilizar de forma conjunta a los ayuntamientos peticionarios de las licencias y a la Junta de Andalucía por mantener este servicio público cerrado a la ciudadanía. La relación completa de las E.M. por categorías se puede consultar en los Anexos 3 a 6.

4.3.3. Emisoras Municipales por rangos de población

La localización de las E.M. en Andalucía, como apuntábamos antes, resulta muy significativa y determina la propia existencia de los citados medios. La ubicación de las E.M. en zonas rurales se ratifica, como puede apreciarse en los datos de la Tabla 7. En este apartado destacaremos sobre todo las E.M. Operativas.

De las 116 E.M. Operativas, 54 (47%) se emplazan en municipios de menos de 10.000 habitantes, lo que resalta el compromiso con los medios locales de los ayuntamientos en dicho rango poblacional. Como contrapunto, en este mismo rango, se sitúa el número más alto de licencias externalizadas/privatizadas (18); y las emisoras cerradas y sin activar suman 116 licencias en total.

Queremos acentuar en este apartado la actividad de las E.M. en núcleos menores de 10.000 habitantes. En la actualidad, estas localidades concentran el 47% del total de las Emisoras Operativas en la región. La responsabilidad con la comunicación local de los ayuntamientos en este rango de población es muy alto, sobre todo teniendo en cuenta la oferta deficitaria de medios privados que encontramos en esos municipios. No solo es destacable el mantenimiento de

las emisoras, sino la dinamización lograda con la amplia participación cívica a través de los programas que realizan, aspecto que analizaremos después.

En el rango de más de 10.000 a 20.000 habitantes, se encuentra el 26% de las licencias operativas de la región, un total de 29 E.M.: 8 externalizadas, 17 cerradas y 4 con licencias inactivas. Los datos de estas radios en las poblaciones de 20.000 a 50.000 habitantes se presentan muy parecidos en porcentajes, excepto en el caso de las E.M. Operativas, que baja a un 17% del total.

Por último, en poblaciones de más de 50.000 habitantes (29 municipios), detectamos 12 E.M. Operativas, lo que supone el 10% del total.

Tabla 7: Emisoras Municipales por rangos de población

Rango población	Total municipios	E.M. Operativas (% sobre total E.M. Operativas)	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. sin Activar	Total licencias
<10.000	618	54 (47%)	18	58	58	188
>10.000–20.000	70	30 (26%)	8	17	4	59
>20.000–50.000	52	20 (17%)	6	12	5	43
>50.000	29	12 (10%)	2	6	1	21
Total	769	116 (100%)	34	93	68	311

Fuente: Elaboración propia. 2014.

4.3.4. Emisoras Municipales por comarcas

El emplazamiento geográfico de las E.M. en Andalucía viene a constatar, según el volumen de solicitudes de licencias demandadas, las necesidades municipales en apoyo del reequilibrio territorial que apuntábamos al inicio de nuestro trabajo. Los datos revelan que, a pesar del esfuerzo desplegado a lo largo de los años, el estado de las licencias no responde a las necesidades de una comunicación de proximidad en la región. Una vez más, la externalización y las emisoras cerradas inciden en la posibilidad de las comarcas de contar con medios cercanos que movilicen las dinámicas sociales y económicas de estas micro regiones naturales que comparten características comunes. En la Tabla 8 podemos ver la situación de las E.M. por provincias y número comarcas. En la Tabla 9 ahondamos más en las comarcas que tienen E.M. Operativas y en aquellas que no hay este servicio, considerando la población afectada.

Tabla 8: Situación de las Emisoras Municipales por provincia y número de comarcas

Provincia	Total comarcas	E.M. Operati-vas	E.M. Externaliza-das	E.M. Cerradas	E.M. sin Activar	Población
Andalucía Occidental						
Cádiz	6	17	2	12	1	
Córdoba	8	17	4	8	4	
Huelva	6	13	1	10	3	
Sevilla	9	19	3	18	6	
Sub Total	29	66	10	48	14	4.495.829

Provincia	Total comarcas	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. sin Activar	Población
Andalucía Oriental						
Almería	7	7	6	8	26	
Granada	10	20	6	19	13	
Jaén	10	9	3	7	11	
Málaga	6	14	9	11	4	
Sub Total	33	50	24	45	54	3.943.918
Total	62	116	34	93	68	8.439.747

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Comprobamos la compleja coyuntura al estudiar las 48 comarcas que cuentan CON E.M. Operativas: 66 E.M. en 27 comarcas de 29, en Andalucía Occidental; 50 operativas en 21 comarcas de 33, en Andalucía Oriental. También relevante es la comparación entre las comarcas SIN ninguna E.M. Operativa: 2 comarcas en Andalucía Occidental y 12 en Andalucía Oriental (Tabla 9).

Tabla 9: Número de comarcas CON y SIN E.M. Operativas

Provincia	Nº Comarcas	Población	Comarcas CON E.M. Operativas	Población en miles	Comarcas SIN E.M. Operativas	Población
Andalucía Occidental						
Cádiz	6	1.243.619	6	1.243.619	0	0
Córdoba	8	805.851	7	477.192	1	328.659

Provincia	Nº Comarcas	Población	Comarcas CON E.M. Operativas	Población en miles	Comarcas SIN E.M. Operativas	Población
Huelva	6	521.968	6	521.968	0	0
Sevilla	9	1.924.391	8	1.868.515	1	55.876
Sub Total	29	4.495.829	27	4.111.294	2	384.535
Andalucía Oriental						
Almería	7	702.749	4	658.856	3	43.893
Granada	10	924.548	6	838.353	4	86.195
Jaén	10	670.704	6	484.635	4	186.069
Málaga	6	1.645.827	5	1.586.277	1	59.550
Sub Total	33	3.943.828	21	3.568.121	12	375.707
Total	62	8.439.747	48	7.679.415	14	760.332

Fuente: Elaboración propia. 2014

Cabe destacar aquí las comarcas SIN ninguna E.M. Operativa. Las 14 comarcas SIN implican a un total de 138 municipios sin cobertura de radios locales públicas; estos municipios tienen concedidas 48 licencias, casi en su totalidad cerradas e inactivas. La carencia, que afecta al 9% de la población de la Comunidad, incumbe sobre todo a núcleos de pocos habitantes que no cuentan con otros medios de proximidad para ofrecer una información local de interés directo (Tabla 10).

Como ejemplos de esta realidad, podemos señalar la comarca de Córdoba, capital de provincia en Andalucía Occidental que, con una población de 328.659 habitantes, no tiene ninguna licencia. O la comarca de Écija (Sevilla) que, con

55.876 habitantes, dispone de 2 licencias concedidas, pero ambas se encuentran cerradas ahora.

En Andalucía Oriental descubrimos situaciones similares. Las comarcas de Los Vélez, Filabres, Tabernas y la Alpujarra almeriense, con 20 licencias concedidas y 43.983 habitantes, no tienen ninguna E.M. Operativa. Casos parecidos detectamos en las comarcas granadinas de Los Montes, Huéscar, Alpujarra granadina y Alhama de Granada que, con 15 licencias concedidas y 86.195 habitantes, están en la actualidad sin emisoras operativas. Al igual que sucede en las comarcas jienenses de Sierra Morena, Cazorla, El Condado y Las Villas, con 183.375 mil habitantes y 8 licencias concedidas.

Por último, mencionamos el caso de Ronda (Málaga) que, como cabeza de comarca y 59.550 habitantes, tiene ahora la E.M. Externalizada y la programación con la cadena COPE, situación denunciada públicamente y conocida por la Administración Autonómica, y que se agrava más todavía porque no hay ninguna otra operativa en su entorno.

Tabla 10: Comarcas SIN E.M. Operativas

Provincia	Comarca (Nº total municipios)	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. sin Activar	Población total comarca
Andalucía Occidental						
Córdoba	Córdoba (1)	0	0	0	0	328.689
Sevilla	Écija (4)	0	0	2	0	55.876
Sub total	5	0	0	2	0	384.535
Andalucía Oriental						

Provincia	Comarca (Nº total municipios)	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. sin Activar	Población total comarca
Almería	Alpujarra Almeriense (22)	0	0	4	9	16.056
	Filabres Tab. (18)	0	1	2	4	15.239
	Los Vélez (4)	0	0	0	0	12.688
Granada	Alhama (11)	0	0	1	5	17.831
	Alpujarra Granadina (25)	0	1	2	0	25.011
	Huéscar (6)	0	0	1	2	17.058
	Los Montes (17)	0	0	2	1	26.295
Jaén	El Condado (7)	0	0	0	1	23.286
	Las Villas (4)	0	0	1	1	22.698
	Sierra de Cazorla (9)	0	0	1	0	34.054
	Sierra Morena (9)	0	1	2	1	106.031
Málaga	Serranía de Ronda (23)	0	1	2	0	59.550
Sub Total	133	0	4	18	24	375.797
Total	138	0	4	20	24	760.332

Fuente: Elaboración propia. 2014

La relación completa de las E.M. por provincias, comarcas, municipios y población se puede consultar en los Anexos 7 y 8.

4.4. Evolución de las Emisoras Municipales en funcionamiento a 2014

Las Emisoras Municipales andaluzas se constituyen hoy como una plataforma esencial de las dinámicas de la información y la comunicación de proximidad de la Comunidad Autónoma. Su larga trayectoria histórica ha contribuido al enraizamiento en el territorio, promoviendo un servicio público y la participación de la gente.

La construcción del Estado de las Autonomías favoreció la adopción de políticas más eficientes, encaminadas al equilibrio y la vertebración territorial del país. No cabe duda que las múltiples iniciativas políticas puestas en marcha en estos años han contribuido a transformar la realidad, cumpliendo muchos de los objetivos marcados. Por ello, la radiografía histórica y presente se convierte en una oportunidad para intervenir de manera eficaz con medidas que impulsen y corrijan los problemas detectados.

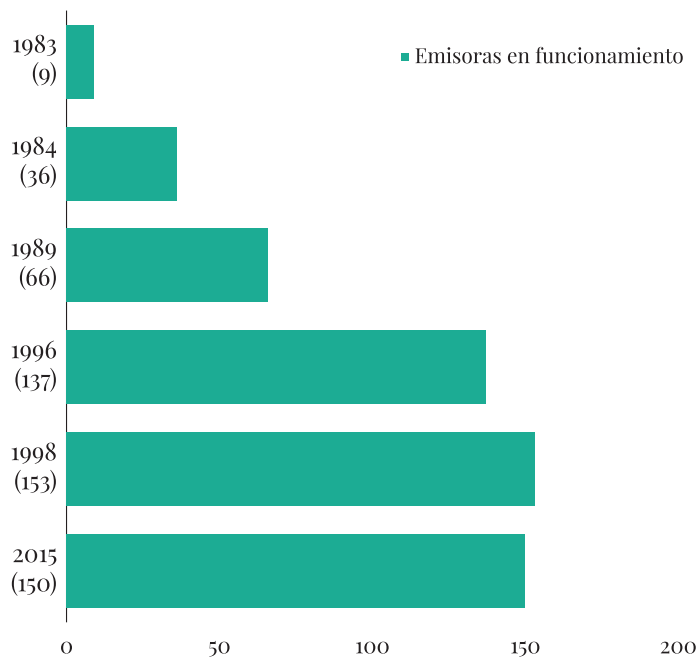
4.4.1. Crecimiento del número de Emisoras Municipales en funcionamiento

El mapa inicial de las 9 E.M. abiertas en 1983 se amplió en la fase de pre-legalización a 36 emisoras en 1984 y a 66 en 1989. Esta movilización se produjo en gran medida gracias al apoyo de los ayuntamientos de izquierda, de la población civil y de la EMA, creada a principios de los años 80. Una vez aprobada la LOCEM en 1991, que legalizaba el cuerpo normativo para las E.M., estas aumentan a 137 en 1996. El salto de 71 emisoras más en la región supuso en lo territorial un avance cualitativo y cuantitativo de la comunicación de proximidad.

La apertura de 16 E.M. entre los años 1996 y 1998 mejora la perspectiva de las E.M., aunque la puesta en marcha de más proyectos locales se debilitó por las limitaciones de los presupuestos municipales.

Desde 1998, el total de emisoras en funcionamiento no ha variado mucho, incluso decreció en 3. En 2014, se contabiliza un total de 150 E.M. en funcionamiento. Incluimos en los datos de 2014 como emisoras en funcionamiento las Emisoras Operativas y las Externalizadas (Gráfico 4). La cifra de 150 emisoras significa que no todas las 311 licencias otorgadas por la Junta de Andalucía desde 1992 están operativas: de las 150 emisoras en funcionamiento, 116 son E.M. Operativas y 34 E.M. Externalizadas, como ya hemos analizado en páginas anteriores.

Gráfico 4: Crecimiento de emisoras en funcionamiento entre 1983-1998



Fuente: Elaboración propia. 2014.

4.4.2. Evolución de las Emisoras Municipales en funcionamiento por provincias

La evolución en el plano provincial también ha sido significativa. Provincias como Almería, Cádiz, Granada y Jaén, que iniciaron su recorrido sin E.M., sí las

tienen ahora. La provincia de Cádiz, aunque perdiendo 8 emisoras desde 1998, cuenta con 19 en funcionamiento en el 43% de sus municipios. Granada, con 26; Málaga, con 23; Córdoba, con 21; y Jaén, con 12, son las provincias que han aumentado emisoras desde 1998; mientras que Almería y Huelva han perdido 5 cada una y Sevilla 3.

Tabla 11: Crecimiento de E.M. en funcionamiento por provincias entre 1983-2014

Provincia (total municipios)	E.M. 1983	E.M. 1984	E.M. 1989	E.M. 1996	E.M. 1998	E.M. 2014	% E.M. sobre total municipios/provincias 2014 (+/- E.M. 1998)
Almería (102)	0	2	8	16	18	13	13% (-5)
Cádiz (44)	0	2	9	24	27	19	43% (-8)
Córdoba (75)	1	5	7	15	15	21	28% (+6)
Granada (168)	0	1	8	17	22	26	15% (+4)
Huelva (79)	3	11	6	16	19	14	18% (-5)
Jaén (97)	0	0	12	9	9	12	12% (+3)
Málaga (101)	2	4	7	15	18	23	23% (+4)
Sevilla (103)	3	11	9	25	25	22	21% (-3)
Total (769)	9	36	66	137	153	150	20% (-3)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

El total de emisoras abiertas, aunque ha decrecido, se mantiene prácticamente igual, pero el reparto provincial ha variado. El análisis previo que hemos realizado, diferenciando las E.M. Operativas y las E.M. Externalizadas en los datos de 2014, revela un panorama menos idóneo.

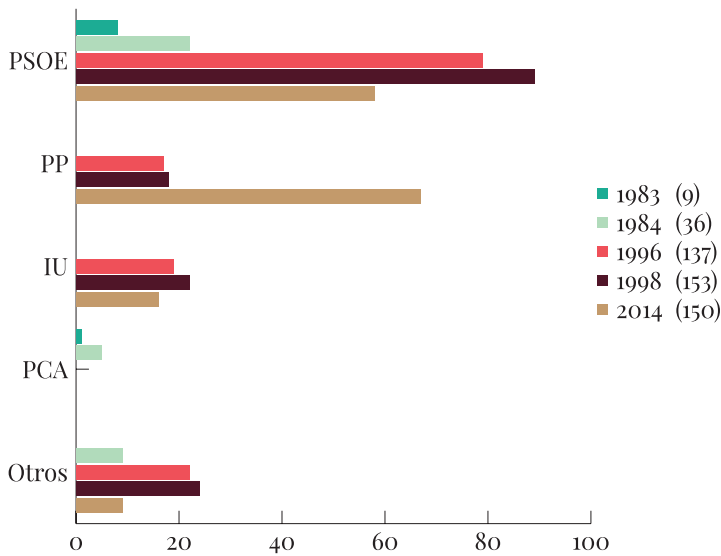
En el ámbito territorial, solo un 20% de municipios posee este servicio, teniendo en cuenta el número de localidades existentes en la Comunidad y las necesidades de vertebración y potenciación de dinámicas participativas. Pero los datos, aunque parezcan limitados, manifiestan la realidad de su aportación a la comunicación de proximidad, que es vital en las regiones donde están en marcha estos proyectos. En el capítulo 5 detallaremos estos aspectos.

4.4.3. Cambios en las Emisoras Municipales por su gobierno corporativo

Los cambios políticos en los últimos cuarenta años también han reconfigurado un mapa de los gobiernos locales con E.M. En la primera etapa, 1983-1984, los gobiernos eran mayoritariamente del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), del Partido Comunista de Andalucía (PCA) y Otros, categoría esta en la que se incluían partidos independentistas o generalistas minoritarios en el reparto. En los años noventa, la distribución de los gobiernos presentaba un dominio del PSOE, seguido de Izquierda Unida (IU) y del Partido Popular (PP) (Gráfico 5, Tabla 12).

Las elecciones municipales de 2011 consolidaron el bipartidismo (PSOE-PP) en el Mapa de las E.M. pero los comicios municipales de mayo de 2015 han cambiado esta disposición. Más adelante presentaremos el listado de los nuevos gobiernos locales en los municipios con E.M.

Gráfico 5: Gobiernos corporativos y emisoras en funcionamiento entre 1983-2014



Fuente: Elaboración propia. 2014.

Tabla 12: Evolución de las E.M. en funcionamiento / Gobiernos corporativos

Partido político	1983	1984	1996	1998	2014
PSOE	8	22	79	89	58
PP	-	-	17	18	67
IU	-	-	19	22	16
PCA	1	5	-	-	-
Otros	-	9	22	24	9
Total	9	36	137	153	150

Fuente: Elaboración propia. 2014.

En esta evolución los cambios políticos se han distinguido por reafirmar y seguir apostando por el mantenimiento del servicio público que desarrollan las E.M. en las localidades.

4.5. La gobernanza política en el Mapa de las Emisoras Municipales

4.5.1. Reparto de licencias en Andalucía Occidental/Oriental y por provincias

Analizando los datos obtenidos en el estudio y considerándolos en función del partido de gobierno municipal, destacamos la voluntad y responsabilidad del mismo en la puesta en marcha de las licencias concedidas. Las elecciones municipales de 2011 variaron el panorama de los municipios con E.M.

El estado de las 311 licencias concedidas y su distribución por gobiernos municipales y provincias queda como se detalla: PSOE, 127 licencias concedidas; PP, 128; IU, 33; Otros, 23 (Tabla 13).

Tabla 13: Gobiernos municipales y situación por provincias de las emisoras con licencia concedida

Provincia	Partido Socialista	Partido Popular	Izquierda Unida	Otros	Total
Andalucía Occidental					
Cádiz	10	13	6	3	32
Córdoba	13	10	9	1	33
Huelva	13	8	1	5	27
Sevilla	26	9	8	3	46

Provincia	Partido Socialista	Partido Popular	Izquierda Unida	Otros	Total
Sub Total	62	40	24	12	138
Andalucía Oriental					
Almería	13	32	0	2	47
Granada	26	27	2	3	58
Jaén	15	9	2	4	30
Málaga	11	20	5	2	38
Sub Total	66	88	9	11	173
Total	127	128	33	23	311

Fuente: Elaboración propia. 2014.

La acentuación de la crisis económica iniciada en 2008 ha incidido en el cierre de algunas E.M. y a esto se suman los efectos de la Ley 27/2013 de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, antes mencionada, que ha supuesto dificultades en la financiación de las E.M. por parte de los ayuntamientos.

4.5.2. Gobiernos corporativos de las Emisoras Municipales por categorías

Comparando los datos más relevantes, vemos que 46 licencias de E.M. (35%) en municipios con Gobierno del PP están Operativas, mientras que 21 (16%) aparecen Externalizadas. Por su parte, en los municipios del PSOE se mantienen similares índices de Emisoras Operativas 47 (37%). Sin embargo, se observa un dato significativo en el porcentaje de emisoras Externalizadas/privatizadas: las emisoras de los municipios con Gobierno del PP (21) doblan las licencias de radios Externalizadas/privatizadas que aquellos con mando socialista (11).

Antes de las elecciones municipales de 2015 el PP mantenía a su cargo mayor número de emisoras en situación irregular, es decir, Externalizadas, mientras el PSOE acumulaba más licencias Cerradas y sin Activar.

En el caso de los Gobiernos locales de Izquierda Unida, 15 de sus licencias están Operativas (45%) y solo 1 Externalizada (3%), frente al elevado número de Cerradas y sin Activar, un total de 17, lo que supone un 51%.

Tabla 14: Gobiernos municipales y situación de emisoras con licencia concedida

Partido político	E.M. Operativas (% sobre total licencias por partidos)	E.M. Externalizadas (% sobre total licencias por partidos)	E.M. Cerradas	E.M. sin Activar	Total
PSOE	47 (37%)	11 (9%)	40	29	127
PP	46 (35%)	21 (16%)	31	30	128
IU	15 (45%)	1 (3%)	12	5	33
OTROS	8 (35%)	1 (4%)	10	4	23
Total	116	34	93	68	311

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Puede observarse cómo el fenómeno de la externalización afecta a municipios gobernados por diferentes siglas políticas, circunstancia a veces heredada de gobiernos anteriores, lo que no supone excusa para no haber corregido una irregularidad que expone a las corporaciones locales a denuncias por malversación de recursos públicos.

El Gobierno andaluz conoce esta realidad y está tomando medidas en los últimos tiempos, pero es un hecho que repercute negativamente en la imagen del conjunto de las emisoras públicas.

La tesitura expuesta limita las posibilidades de todo el potencial que supondría tener la mayor parte de las licencias en estado operativo. En la actualidad y como vemos en la Tabla 15, los datos nos revelan el alto número de licencias “sin uso” (Externalizadas, Cerradas y sin Activar) como E.M. al servicio del público. En el rango de menos de 10.000 habitantes, 133 licencias; 30 en las poblaciones entre 10.000 a 20.000; en el rango de 20.000 a 50.000, 23 licencias; y en el de más de 50.000 habitantes, 9 licencias están infrautilizadas.

Tabla 15: Gobiernos municipales y licencias “sin uso” como E.M. por rangos de población

Partido político	Nº licencias <10.000	Nº licencias >10.000 20.000	Nº licencias >20.000 50.000	Nº licencias >50.000	Total
PSOE	56	15	6	2	79
PP	49	11	15	7	82
IU	16	3	–	–	19
OTROS	12	1	2	–	15
Total	133	30	23	9	195

Fuente: Elaboración propia. 2014.

En este aspecto, creemos que los gobiernos municipales tienen que asumir la responsabilidad, primero de ser los peticionarios de las licencias y, una vez concedidas, de adquirir el compromiso otorgado en la ocupación del espacio público radioeléctrico.

La situación de las E.M. por gobierno municipal y rangos de población se puede consultar en los Anexos 9 a 12. Por provincias, comarcas y gobiernos municipales, está disponible en los Anexos 13 a 20.

4.6. La externalización y cierre en las Emisoras Municipales

4.6.1. La externalización: responsabilidad política de las corporaciones municipales

La alta externalización/privatización de las E.M. y el delito que este hecho conlleva se suman a la frustración que provoca la imposibilidad de disponer de medios públicos de proximidad al servicio de la ciudadanía. La cesión fraudulenta de licencias ha venido acompañada de la inacción de la Administración autonómica, pese a la existencia de denuncias. Todos los partidos políticos son también corresponsables de esta coyuntura; no es posible alegar ignorancia o desconocimiento de la Ley. La falta de voluntad política regional para corregir las desviaciones delictivas se une a la ausencia de incentivos a los medios de proximidad. Estas circunstancias se están tratando de solucionar a través de la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual y del Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual, trabajos iniciados por el Gobierno andaluz en 2014 y a la espera de que se apruebe la Ley Audiovisual de Andalucía.

4.6.2. Variaciones de la externalización en el Mapa de las Emisoras Municipales entre 2014-2015

La realidad de las E.M. de Andalucía en situación irregular, detectada en investigaciones previas, presenta un cambio significativo a principios del año 2014. La publicación de los resultados sobre su estado en la web del grupo de investigación COMandalucía ha tenido impacto en los ayuntamientos en lo relativo a la gestión que realizaban sus emisoras. A esto se añaden las dificultades y la inestabilidad económica para la sostenibilidad de las emisoras. Las elecciones municipales de mayo de 2015 y una supervisión más acentuada de la gestión de las emisoras por parte de los consistorios a instancias de la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía son argumentos que han podido influir en el nuevo escenario.

De las 34 emisoras municipales que en 2014 figuraban como Externalizadas, a enero de 2015, 12 han cerrado; 5 con Gobierno municipal del PSOE, 5 del PP y 2 de IU. Asimismo, 3 E.M. Externalizadas han recuperado su condición de E.M. Operativas, todas del PP (Tabla 16).

Mientras, 15 emisoras mantienen su condición de Externalizadas en la gestión: 11 del PP, 3 del PSOE y 1 de Gobierno municipal independiente. Las Externalizadas en la programación se quedan en 4: 2 del PSOE, emitiendo la SER; y 2 del PP, emitiendo la COPE.

Tabla 16: La externalización de las E.M. Variaciones en 2014/2015

Provincia	Municipio	Gobierno local	Emisora	Situación 2014	Situación enero 2015
Almería	Pulpí	PP	Radio Pulpí (107.0)	Externalizada a Onda Vip Producciones	Operativa
	Vera	PP	Radio Vera (107.6)	Externalizada al Grupo Actualidad Almanzora	Cerrada
	Dalías	IPD	Radio Luz (107.8)	Externalizada a persona física. Antonio Maldonado	Externalizada la gestión a Top Poniente S.L.
	Turrillas	PP	Alhamilla Radio Mar (107.8)	Externalizada a la Agencia de Comunicación Local Diputación de Almería	Cerrada
	Roquetas del Mar	PP	Radio Roquetas (107.5)	Externalizada	Externalizada
	Vícar	PSOE	Onda Nueva Radio (107.3)	Externalizada la gestión a Gestión Onda Nueva Producción S.L.	Cerrada

Provincia	Municipio	Gobierno local	Emisora	Situación 2014	Situación enero 2015
Cádiz	Fines	PP	Radio Fines (107.7)	Licencia inactiva	Externalizada la gestión a Grupo La Comarca
	San Fernando	PP	Radio La Isla (107.9)	Externalizada la gestión a Radio La Isla.	Externalizada la gestión a Radio La Isla
	Bornos	PSOE	Radio Guadalete (107.1)	Externalizada la gestión a persona jurídica local	Externalizada la gestión a Radio Guadalete
Córdoba	Peñarroya	PP	Radio Peñarroya (107.8)	Externalizada la programación a Cadena SER	Cerrada
	Pozoblanco	PSOE-CDeI	Radio Pozoblanco (107.5)	Externalizada la programación a Onda Cero	Cerrada
	Cabra	PP	Radio Atalaya (107.3)	Externalizada la gestión a Marín Radiodifusión	Externalizada la gestión a Marín Radiodifusión
	Luque	PSOE	Radio Luque (107.9)	Externalizada la programación a Cadena SER	Externalizada la programación a Cadena SER
	Espiel	PP	Radio Estrella (107.2)	E.M. Operativa	Externalizada la programación a Cadena Nostalgia
Granada	Villanueva del Duque	PP	Radio Guía (107.7)	E.M. Operativa	Externalizada la programación a Cadena COPE
	Órgiva	PSOE	Radio Alpujarra (107.9)	Externalizada la programación a Cadena SER	Externalizada la programación a Cadena SER
	Alhendín	PP	Radio Alhendín (101.4)	Externalizada la programación a Cadena SER	Operativa
	Íllora	PSOE-IU	Radio Parapanda (107.8)	Externalizada la gestión a Grupo Parapanda	Cerrada
	Jun	PSOE	Radio Jun (107.9)	Externalizada a Mega Radio	Cerrada
	Cájar	PP	Radio Cájar (107.5)	Externalizada la gestión a grupo local	Externalizada la gestión a grupo local

Provincia	Municipio	Gobierno local	Emisora	Situación 2014	Situación enero 2015
	Albuñol	PP	Cehel Radio (107.1)	Externalizada la programación a Onda Cero	Operativa
	La Zubia nueva	PP	Radio La Zubia (105.7)	Cerrada	Operativa
Huelva	Palma del Condado	PP	Rd. Voz del Condado (105.4)	Externalizada la programación a Cadena COPE	Externalizada la programación a Cadena COPE
Jaén	Huelma	IU	Onda Mágina Rd. (107.9)	Externalizada la programación a Cadena Luna	Cerrada
	Bailén	PSOE	Rd. Bailén (99.3)	Externalizada	Cerrada
	La Guardia	PP	Radio Montíjar (107.7)	Externalizada la gestión a Cadena Luna	Externalizada la gestión a Cadena Luna
	Alcalá la Real nueva	PSOE	Radio Alcalá la Real (107.6)	Verde	Externalizada la gestión a Media Zaide S.L.
	Iruela nueva	PSOE	Radio Atalaya (107.0)	Cerrada	Operativa
Málaga	Algarrobo	PP	Radio Algarrobo (107.9)	Externalizada la gestión a persona física. Manuel Padial	Externalizada la gestión a persona física. Manuel Padial
	Comares	PP	Radio Comares (107.8)	Externalizada la gestión a persona física. Felipe Rubio	Externalizada la gestión a persona física. Felipe Rubio
	Antequera	PP	Radio ATQ (107.7)	Externalizada la gestión a Grupo Mediante	Externalizada la gestión a Grupo Mediante
	Benahavís	PP	Onda Sol Radio (107.9)	Externalizada la gestión a persona física	Externalizada la gestión a persona física
	Benamocarra	PP	Onda Líder (107.4)	Externalizada la gestión a persona física	Externalizada la gestión a persona física

Provincia	Municipio	Gobierno local	Emisora	Situación 2014	Situación enero 2015
Sevilla	Rincón de la Victoria	PP	Radio Rincón de la Victoria (107.1)	Externalizada la gestión a Grupo Espectáculos Mundo	Externalizada la gestión a Grupo Espectáculos Mundo
	Ronda	PP	Radio Ronda (107.7)	Externalizada la programación a Cadena COPE	Externalizada la programación a Cadena COPE
	Moclinejo	PP	Radio Moclinejo (107.6)	Externalizada la gestión a persona física	Cerrada
	Villanueva de Algaidas	IU	Radio Villanueva (107.1)	Externalizada	Cerrada
	Las Cabezas de San Juan	PSOE	Radio Las Cabezas (107.5)	Externalizada la gestión a persona jurídicas	Externalizada la gestión a tres autónomos
	La Algaba	PSOE	Radio Amanecer (92.5)	Externalizada la gestión a persona física. Mariano Lázaro	Externalizada la gestión a persona física. Mariano Lázaro
	Lebrija	PSOE	Radio Lebrija (107.0)	Externalizada la programación a Cadena COPE	Cerrada

Fuente: Elaboración propia. COMandalucía. 2015.

Desde 2014 las siguientes E.M. han cambiado su estado:

- Fines en Almería ha pasado de tener la licencia inactiva a externalizar su gestión.
- Espiel y Villanueva del Duque en Córdoba, antes con E.M. Operativas, en la actualidad tienen externalizada su programación a Cadena Nostalgia, la primera, y a la COPE, la segunda.
- La Zubia, en Granada, pasa de emisora Cerrada a Operativa.
- Alcalá la Real en Jaén pasa de Operativa a Externalizada. Y, en la misma provincia, La Iruela de E.M. Cerrada pasa a Operativa.

A los datos señalados habría que sumar la incorporación de 2 licencias: Archidona (Málaga) y Monachil (Granada), lo que modifica el escenario de las emisoras quedando los datos a fecha de 2015 como sigue (Tabla 17).

Tabla 17: Variación del Mapa de las E.M en 2014-2015

Emisoras Municipales	2014	2015	+/-	Situación a 2015
E.M. Operativas	116	121	+5	118
E.M. Externalizadas	34	28	-6	23
E.M. Cerradas	93	99	+6	105
E.M. Licencia sin Activar	68	65	-3	67
Total licencias	311	313	+2	

Fuente: Elaboración propia. 2015.

Los cambios detectados en enero de 2015, previos a las elecciones municipales, concretan un nuevo Mapa de E.M. en Andalucía debido a las continuas actuaciones que emprenden los ayuntamientos. Las elecciones de mayo de 2015 y la entrada de nuevos actores políticos van a requerir que se produzca una profunda actualización del Mapa.

4.6.3. Casos de externalización y cierre de emisoras

A continuación, exponemos algunos ejemplos de externalización descubiertos en la investigación que reflejan las diferentes casuísticas en la gestión de las emisoras y que afectan indudablemente a la imagen que se tiene de las Emisoras Municipales en la región:

- Rincón de la Victoria (Málaga)

Octubre 2012. El Ayuntamiento cede la gestión de la frecuencia municipal y la programación a Módulo Eventos S.L. del grupo Mundo, sociedad empresarial malagueña dedicada al sector del ocio y el entretenimiento, un hecho denunciado de manera reiterada por los vecinos y los medios de comunicación. A día de hoy, el caso permanece sin resolución y la E.M. sigue externalizada².

- Huétor Vega (Granada)

Julio de 2012. El Ayuntamiento de Huétor Vega anuncia el cierre de Radio Contadero: la voz de la calle, después de 24 años funcionando, por razones económicas y con el objetivo de sanear las finanzas del municipio³. Al mismo tiempo, el Sindicato de Periodistas de Andalucía denuncia a los “ayuntamientos que miden la rentabilidad de un medio de comunicación público desde el punto de vista económico, en vez de valorar su rentabilidad social”, pidiendo abiertamente que el consistorio replantee la decisión de cierre de este servicio público. La emisora en la actualidad continúa cerrada a pesar de las reclamaciones de los vecinos.

- La Guardia (Jaén)

A finales de 2012, se despidió a todos los trabajadores de la E.M. con Gobierno municipal del Partido Popular, cediendo la gestión a Cadena Luna con el compromiso de “rentabilizar la radio”. A pesar de las reiteradas denuncias de los ciudadanos, la emisora sigue externalizada.

- Ronda (Málaga)

Enero 2013. La gestión de la Emisora Municipal de Ronda por la empresa

² Revista *El Observador*, 19 de octubre de 2012.

³ *Granada Hoy*, 18 de julio de 2012.

SOMUCSA y la emisión en la frecuencia municipal de los programas de la Cadena COPE es cuestionada en los plenos del Ayuntamiento. El Partido Socialista y el Partido Andalucista han denunciado reiteradamente la externalización realizada por el Partido Popular. La programación de la E.M. a fecha de 2015 sigue externalizada a la COPE.

- Tomares (Sevilla)

Diciembre 2013. Radio Tomares es expedientada por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) por externalizar la E.M., permitiendo la emisión de programas de Intereconomía a través del contrato que tenía con la productora Red Radio S.L.

El alcalde de Tomares (PP) y la productora La Nación del Tercer Milenio S.L. (vinculada al grupo Intereconomía) habían firmado un convenio en 2011 para recibir información económica y bursátil mediante la emisión de programas coproducidos. Realizada la investigación, el CAA constató que el 75% de la programación de la emisora local retransmitía contenidos de Intereconomía sin evidencias de ninguna coproducción.

El pleno del ayuntamiento puso fin al contrato al considerar que “la función informativa exigible a un prestador de servicio de titularidad pública se suplía en esta radio con la difusión de programas de Intereconomía”. En la actualidad, Radio Aljarafe de Tomares está como E.M. Operativa.

- Illora (Granada)

Octubre 2014. El alcalde socialista ha sido condenado, en octubre de 2014, a ocho años de inhabilitación para el ejercicio de empleo o cargo público por un delito de prevaricación al adjudicar, sin publicación del concurso, la radio municipal a un grupo privado. Lo contradictorio de la sentencia, que ha tardado seis años en dictarse, es que se le condena por prevaricar al limitar la

conurrencia en concurso público para externalizar el uso de la E.M. y no por el hecho mismo de haberlo convocado, una actuación que la actual legislación prohíbe taxativamente. Situaciones parecidas nos encontramos en otros ayuntamientos que externalizan ilegalmente este servicio público y sobre los que todavía no se ha incoado expediente sancionador.

Estas son algunas de las incidencias en la gestión de las licencias en el ámbito regional durante los últimos años. La Junta de Andalucía, a través de la Dirección General de Comunicación Social, está llevando a cabo actuaciones para regularizar el estado de las mismas. Los avances detectados suponen un trabajo conjunto entre las actuaciones del Gobierno regional y las publicaciones del grupo COMandalucía en su página web, que han influido en la toma de conciencia de los ciudadanos y de los partidos políticos sobre la importancia de preservar y reconducir la situación de aquellas licencias que se pierden para el servicio público.

4.6.4. Nuevo Mapa de las Emisoras Municipales: elecciones municipales de mayo 2015

Las elecciones municipales de mayo de 2015 han cambiado el mapa político de la región en consonancia con los cambios habidos en el país. El surgimiento de agrupaciones vecinales ante los casos de corrupción política de los grandes partidos diseña un nuevo mapa municipal. En Andalucía, el Partido Socialista ha mantenido su espacio político refrendado en las elecciones al Parlamento en marzo de 2015, lo que se manifiesta en el aumento de 31 municipios con licencia de E.M. con respecto a 2014, mientras que el Partido Popular pierde 34 municipios con licencia. Por otro lado, las agrupaciones independientes y vecinales entran en el mapa de las emisoras.

Tabla 18: Nuevo reparto de gobiernos corporativos con E.M.
Elecciones municipales de mayo 2015

Partido político	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total Licencias	2014-2015 +/-
PSOE	63	12	50	33	158	+31
PP	33	16	27	19	95	-34
IU	16	1	9	5	31	-2
Cádiz Puede	1				1	
Ciudadanos	1				1	
Independientes por Cartaya	1				1	
Partido Andalucista	1		4	2	7	
PASI	1				1	
GP	1				1	
PIF	1				1	
XA	1				1	
AEVE			1		1	
APPO			1		1	
Decida			1		1	
AVL			1		1	
EPAND, Unidad Minera			1		1	
Asoc. Vecinal por Laujar			1		1	
Nueva Izquierda Verde Andaluza			1		1	

Partido político	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total Licencias	2014-2015 +/-
Pozoblanco en Positivo			1		1	
Sí se Puede Puerto Real			1		1	
AEIV Las Villas				1	1	
Ganemos El Coronil				1	1	
Independientes				2	2	
Tod@s				1	1	
Tolox Unido (TU)				1	1	
	120	29	99	65	313	

Fuente: Elaboración propia. 2015.

Nota aclaratoria de las siglas de partidos:

PASI: Por Atarfe Sí (Granada)

PG: Ganemos Peligros (Granada)

PIF: Partido Independiente La Figuereta (Isla Cristina, Huelva)

XA: Por Alhaurín el Grande (Málaga)

AEVE: Agrupación de Electores Vecinos de Escacena (Huelva)

APPO: Alternativa Popular de Ogijares (Granada)

DECIDA: Democracia Ciudadana de Adamuz (Córdoba)

AVL: Agrupación Vecinal de Laujar (Almería)

EPAND: Espacio Plural Andaluz

AEIV: Agrupación de Electores Independientes por Villanueva (Jaén)

TOD@S: La Mojonera (Almería)

Los últimos datos recabados en la investigación, luego de las elecciones municipales de mayo de 2015, reflejan algunas alteraciones en la distribución provincial de las licencias que, sumadas a los cambios políticos, presentan un nuevo panorama de estos medios. Y se trata de un panorama que afecta a todos los espacios sociales, económicos y políticos a la espera de las elecciones generales en diciembre de 2015. Habrá que esperar unos meses para ver la evolución y el estado de las licencias, lo que sugiere nuevas investigaciones con el fin de seguir el progreso de las E.M. en la región y las alternativas que se planteen para continuar al servicio de la ciudadanía.

Tabla 19: Situación de las Emisoras Municipales por provincias tras la celebración de las elecciones municipales de mayo 2015

Provincia	E.M. Operativas	+/- E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	+/- Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total licencias por provincias	2014-2015 +/- licencias
Andalucía Occidental								
Cádiz	18	+1	3	+1	10	1	32	-
Córdoba	15	-2	4	-	11	3	33	-
Huelva	14	+1	3	+2	8	2	27	-
Sevilla	19	-	2	-1	19	6	46	-
Sub Total	66	-	12	+2	48	12	138	
Andalucía Oriental								
Almería	7	-	4	-2	11	25	47	-
Granada	20	-	3	-3	23	13	59	+1
Jaén	10	+1	1	-2	8	11	30	

Provincia	E.M. Operativas	+/- E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	+/- Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total licencias por provincias	2014-2015 +/- licencias
Málaga	18	+4	8	-1	9	4	39	+1
Sub Total	55	+5	16	-8	51	53	175	-2
Total	121	+5	28	-6	99	65	313	

Fuente: Elaboración propia. 2015.

El trabajo de investigación nos ha dado la posibilidad de diseñar el Mapa de las Emisoras Municipales que trabaja en el territorio hasta el año 2014, mapa todavía insuficiente de los medios de comunicación local, si sumamos a estos resultados la situación de las TV públicas locales, que fomenten la participación plural de sus habitantes. Han pasado cuarenta años desde el inicio de las Emisoras Municipales y estamos ante nuevas realidades sociales, económicas y demográficas. El potencial que ofrecen las E.M. es imprescindible en la creación de modelos que promuevan la intervención civil y aboguen por una mayor democratización de la comunicación.

Los datos de E.M. Externalizadas, Cerradas y sin Activar desvelan el débil apoyo de estos municipios a una comunicación local de calidad. En este sentido, resulta inexcusable la puesta en valor de los medios de proximidad por parte los ayuntamientos, así como incentivar su apropiación, uso y valoración por los residentes.

No queremos dejar de destacar el trabajo realizado por la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Radio y Televisión de Andalucía (EMA-RTV), que este año cumple treinta años de actividad. La EMA da servicios al 50% de la población andaluza a través de Onda Local Andalucía, y cuenta con más de cien ayuntamientos entre sus socios y medios comunitarios, apostando

desde un principio por la comunicación de proximidad. No se entiende la existencia actual de las E.M. sin el activismo de esta asociación de emisoras.

Recientemente, la EMA-RTV publicó un manifiesto (Anexo 21) conjunto con los ayuntamientos asociados en apoyo de la actividad de la radio pública local, en el que “se reconoce el papel de la emisora municipal y ciudadana como un servicio público de calidad, importante y necesario para garantizar el derecho a la información, fomentar la participación ciudadana, favorecer la pluralidad democrática, reducir las desigualdades sociales y la integración de las personas cualquiera que sea su procedencia. Reivindicando este modelo de comunicación pública que impulsa y dinamiza el tejido social, político, económico y cultural de nuestros municipios, favoreciendo el conocimiento de nuestras realidades y singularidades locales”.





5. Rentabilidad social y participación ciudadana en las Emisoras Municipales Operativas

5.1. El Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM)

El análisis del Mapa de las Emisoras Municipales evidencia el gran potencial de la comunicación de proximidad y la participación que genera en la región. Pero al detectarse las diferentes casuísticas, irregularidades y debilidades en algunas emisoras, se hizo necesaria una categorización de las E.M. según su estado de funcionamiento.

A partir de los resultados obtenidos y de las dificultades para proponer un Mapa de Emisoras Municipales participativo y plural que dinamice el territorio, decidimos definir criterios que profundizaran en revalorizar el trabajo que están realizando las E.M. Operativas, con el objetivo de buscar salidas que propiciaran una mejora de estas emisoras como servicio público desde criterios de rentabilidad social de los medios.

Ya hemos señalado que casi el 32% de la población andaluza vive en municipios con menos de 20.000 habitantes, allí donde los medios privados comerciales resultan menos rentables. Y, sin embargo, son espacios en los que las E.M. tienen un fuerte componente de participación ciudadana, como veremos en este capítulo.

Examinamos las herramientas diseñadas por organismos nacionales e internacionales en el campo de los indicadores de medios de comunicación, así como la carencia en el sector de las E.M. de instrumentos que incidieran en su capacidad de dinamización social y participativa, y al mismo tiempo evaluaran el compromiso de estos medios en el empoderamiento ciudadano. Y partimos de la premisa que aporta Gutiérrez (2009) acerca de que, en relación a los indicadores en ciencias sociales, no existen procedimientos definidos para su construcción; lo que significa que cada objeto de estudio tiene una forma específica de presentarse en su expresión morfológica. Es decir, cada objeto propuesto conlleva sus propios indicadores.

Así pues, el Laboratorio de Comunicación y Cultura se centró en diseñar una herramienta que midiera el rendimiento social de los medios de proximidad: el Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM), para orientar y defender el valor de las buenas prácticas en los medios de proximidad, y contribuir a la transparencia democrática y la dinamización social, favoreciendo paralelamente el pluralismo y la vertebración territorial a través de las E.M. Igualmente, el indicador permitiría orientar a los medios locales en la planificación de sus estrategias con los que pudieran ser garantes de un servicio público de calidad en su intervención social.

Por tanto, COMandalucía estableció una serie de objetivos que han sido la guía para el diseño del indicador IRSCOM y a los que se ha querido dar respuesta en su construcción:

- “Proveer de una herramienta que influya en la promoción del servicio público ofrecido por los medios públicos locales.
- Establecer una hoja de ruta recomendable para la construcción de ciudadanía desde unos medios responsables y comprometidos con su proximidad.
- Potenciar el derecho a la comunicación e información, en virtud del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Construir un referente, mediante criterios objetivos y científicos, que apoye y facilite la definición de políticas públicas que revaloricen el sector audiovisual andaluz y nacional.
- Fomentar la rendición de cuentas y la transparencia en la gestión pública”. Olmedo (2014: 380).

La propuesta central es la de contribuir a reducir el déficit comunicacional e informativo de la Comunidad Autónoma en medios audiovisuales locales y poner en valor los existentes, creando un instrumento de conocimiento influyente en proyectos de políticas públicas, ya que analiza la forma en que

los medios satisfacen la obligatoriedad de ofrecer un beneficio social, como consecuencia del uso del espectro radioeléctrico (propiedad del conjunto de la sociedad) y de los fines particulares de los medios, derivados de su vocación de informar. Lo que hace el IRSCOM es fijar, de acuerdo con consideraciones legales, éticas y de responsabilidad, cuál es el valor medible en rentabilidad social con que se construye el medio y si persigue tener una incidencia social democrática (Chaparro, Olmedo, Gabilondo, 2014).

El cometido del IRSCOM, por tanto, es medir la rentabilidad social de un medio en el cumplimiento de sus funciones como medio público, partiendo de un eje principal en su misión de vertebrador social; o sea, la implicación de colaboradores y colectivos con la finalidad de calcular la intervención ciudadana en el funcionamiento del medio y los medios con que cuenta para cumplir sus cometidos. Todo lo cual que nos ayuda a valorar la actividad en estas emisoras, una preocupación central en esta investigación y la fortaleza básica de la comunicación de proximidad.

El trabajo realizado en el desarrollo del IRSCOM como indicador ha venido acompañado de consultas a expertos internacionales y miembros asociados del grupo de investigación. También se ha consensuado con agentes del sector de medios de proximidad de la región, lo que ha posibilitado validar los resultados obtenidos a lo largo del estudio.

La aplicación del IRSCOM para un análisis más en profundidad de las 116 E.M. Operativas en Andalucía que en la actualidad funcionan como medios municipales dentro de la legalidad tiene como propósito evaluar, desde esta óptica, la situación en que se encuentran las buenas prácticas que se dan en la región.

De esta manera nos permite identificar y poner en valor aquellas experiencias comunicacionales que están apostando por una comunicación de cercanía de calidad y un servicio público por y para la ciudadanía.

Para el diseño y aplicación del IRSCOM se determinaron dos fases de trabajo:

Primera fase:

1. Definición de campos, sub-indicadores, puntuación y evaluación.
2. Criterios de valoración de la Responsabilidad Social con el IRSCOM.
3. Grupo de Emisoras Municipales evaluadas con el IRSCOM.

Segunda fase:

1. Resultados de aplicación del IRSCOM en los campos definidos.
2. Ranking de resultados del IRSCOM.

5.1.1. Definición de campos, sub-indicadores y puntuación de la rentabilidad social en las Emisoras Municipales

Desde criterios cualitativos-cuantitativos, se decidió una medición que reflejase la capacidad de incidencia de las Emisoras Municipales. Se definieron para este fin los seis campos del IRSCOM, que persiguen ampliar la visión del ejercicio de las E.M. como medios públicos de proximidad.

Estos campos son: Gestión, Capital Social, Articulación Territorial, Programación, Presencia en Internet e Infraestructura. Determinados los campos, el siguiente paso fue establecer los 32 sub-indicadores para evaluar las diversas situaciones que se detectaban en las E.M.

Una vez concretados los sub-indicadores que emanan del trabajo de campo realizado y de las entrevistas realizadas a las E.M. Operativas, se vio la necesidad de ponderarlos en función de la talla censal del municipio, creando correlaciones conforme a cada uno de los valores contenidos en la matriz y ajustados al territorio. De esta manera, los campos y la baremación de los sub-indicadores tendrían una puntuación máxima y una mínima por capítulos, lo que facilitaría estimar la situación de las E.M. en cada uno de los apartados.

El hecho de que todos los capítulos no tengan la misma puntuación obedece a la exigencia de ponderar los rangos más determinantes y no establecer criterios diferenciales que pudieran afectar a la valoración desde la consideración del mayor potencial económico de una localidad como consecuencia de un número mayor de habitantes, del presupuesto o de las infraestructuras, apreciándose como razones más determinantes la capacidad de hacer partícipe a la ciudadanía y tener una programación capaz de atender a todos los sectores sociales.

Los resultados obtenidos, cuantitativos y cualitativos, han logrado identificar prácticas y experiencias de las E.M. Operativas, mostrando variedad de situaciones que demuestran cómo están funcionando en la actualidad estos entes locales y su compromiso con el cometido de servicio público.

- Gestión:

Este área evalúa el compromiso con los principios de transparencia de un ente público en la gestión y en el cumplimiento de los estatutos, a los que se comprometen los peticionarios desde el momento de la concesión de la licencia. Se considera también la publicación de la memoria anual de la E.M. en alguna plataforma de fácil acceso a los ciudadanos y si cuentan con un consejo asesor como órgano de participación de los agentes locales. Además, en este apartado, se ha tenido en cuenta si en la web del Ayuntamiento existe un enlace o información de la radio municipal, como una prestación más del ayuntamiento (Tabla 1).

Tabla 1: Puntuación en Gestión / IRSCOM

Gestión	Sub-indicadores	Puntuación
	Si la E.M. cumple los estatutos	7 puntos
	Memoria anual gestión/ económica publicada	10 puntos
	Si tiene consejo asesor con participación ciudadana	10 puntos
	Enlace directo a la web del Ayuntamiento como responsable en la gestión de un servicio público	3 puntos

Fuente: Elaboración propia. 2014.

- Capital Social:

Aquí se valora el conjunto de personas que participan en la radio. En primera instancia, los trabajadores contratados por los Ayuntamientos, considerando el número de mujeres contratadas, el de colaboradores, el de colectivos/ asociaciones u otras instituciones que intervienen en el funcionamiento y en la programación de las emisoras. Se estima también a los contratados con discapacidad. La puntuación se ha definido sopesando el censo de habitantes del municipio, ya que así se valora el esfuerzo realizado por aquellos municipios con menor presupuesto y, por otro lado, su capacidad dinamizadora con los colaboradores y colectivos (Tabla 2).

Tabla 2: Puntuación en Capital Social / IRSCOM

Capital Social	Sub-indicadores	Puntuación
	Nº Trabajadores contratadas/os, valorados por rango de población	Población de menos de 10 mil hab. 1 contratado = 3 puntos Población de 10 mil a 20 mil hab. 2 contratados = 3 puntos Población de 20 mil a 50 mil hab. 4/5 contratados = 3 puntos Más de 5 contratados = 6 puntos Población de más de 50 mil hab. 7 contratados = 3 puntos Más de 7 contratados = 6 puntos
	Nº Mujeres contratadas	Población de menos de 20 mil hab. = 3 puntos Población de más de 20 mil hab. = 1 punto
	Nº Discapacitados contratados	Si hay contratados con discapacidad = 1 punto
	Nº Colaboradores que participan activamente en la E.M.	De 1 a 5 colaboradores = 1 punto De 6 a 10 colaboradores = 2 puntos De 11 a 15 colaboradores = 3 puntos Más de 16 colaboradores = 4 puntos
	Nº Colectivos /asociaciones/etc. que participan activamente en la E.M.	1 colectivo = 1 punto De 2 a 3 colectivos = 2 puntos De 4 a 6 colectivos = 3 puntos Más de 7 colectivos = 4 puntos
	Nº Talleres, formación que realizan anualmente	1 taller = 2 puntos Más de 1 taller = 3 puntos

Fuente: Elaboración propia. 2014.

- Articulación Territorial:

En el punto Articulación Territorial, se evalúa la pertenencia a redes formales de radiodifusión que aporten mayor vertebración territorial, y su activa participación en las mismas, bien con el intercambio de programas o aportándolos a las redes formales asociadas (Tabla 3).

Tabla 3: Puntuación en Articulación Territorial / IRSCOM

Articulación Territorial	Sub-indicadores	Puntuación
	Participación en red	5 puntos
	Número de redes	Más de 1 red = 2 puntos
	Participación activa	3 puntos

Fuente: Elaboración propia. 2014.

- Programación:

Para el análisis de la Programación, se ha tenido en cuenta la variedad temática, la realización de informativos, los espacios con contenidos locales, el programa de música no comercial, la realización de radio en la calle y la elaboración de programas por colaboradores individuales y colectivos (Tabla 4).

Tabla 4: Puntuación en Programación / IRSCOM

Programación	Sub-indicadores	Puntuación
	Informativo local	8 puntos
	Programas de contenido local	4 puntos
	Tipos de programas	Menos de 3 tipos = 0 De 3 a 4 tipos = 3 puntos De 5 a 6 tipos = 7 puntos
	Programación musical no comercial	3 puntos
	Programas en red	3 puntos si aportan programas 3 puntos si toman programas
	Radio en la calle	2 puntos

Programación	Sub-indicadores	Puntuación
	Programas realizados por colectivos	1 programa = 1 punto 2 programas = 2 puntos 3 programas = 3 puntos 4 programas = 4 puntos 5 programas = 5 puntos
	Programas realizados por colaboradores	1 programa = 1 punto 2/3 programas = 2 puntos 4-6 programas = 3 puntos Más de 7 programas = 5 puntos

Fuente: Elaboración propia. 2014.

- Presencia en Internet:

En este apartado, se examina la actividad de la emisora a través de webs/blogs y la utilización de redes *online*, así como la creación de recursos multimedia y espacios para el fomento de la colaboración de la ciudadanía, valorándose sobre todo la actualización de los contenidos y la emisión *online* (Tabla 5).

Tabla 5: Puntuación en Presencia en Internet / IRSCOM

Presencia en Internet	Sub-indicadores	Puntuación
	Web/blog actualizados	3 puntos
	Uso de redes <i>online</i>	1 red online = 1 punto 2 redes online = 2 puntos
	Emisión <i>online</i>	1 punto
	Podcast actualizado	1 punto

Fuente: Elaboración propia 2014.

- Infraestructuras:

Conocer las infraestructuras con las que cuentan las emisoras hace posible conocer la dotación de equipamiento y los recursos físicos para una correcta realización del trabajo del medio. La dotación de equipamiento depende de los ayuntamientos adjudicatarios de la licencia, y así puede medirse la responsabilidad de los mismos con los medios públicos locales, que son parte de sus servicios (Tabla 6).

Tabla 6: Puntuación en Infraestructura / IRSCOM

Infraestructura	Sub-indicadores	Puntuación
	Medios técnicos	Suficiente = 4 puntos Insuficiente = 1 punto Muy deficiente = 0
	Número de estudios	Más de 1 estudio = 3 puntos
	Número de salas de redacción	1 sala = 3 puntos
	Número de aulas	1 aula = 1 punto
	Tienen fonoteca	
	Fonoteca abierta al público	0,5 puntos
	Tienen biblioteca	
	Biblioteca abierta al público	0,5 puntos

Fuente: Elaboración propia. 2014.

5.1.2. Criterios de valoración de la rentabilidad social con el IRSCOM

El IRSCOM pretende ser un estímulo para la mejora del trabajo en las emisoras y su incidencia ciudadana. La baremación de los 6 campos y los 32 sub-indicadores que lo componen se califica con una puntuación que va de un máximo de 120 puntos a un mínimo de 74, definiendo en cada uno de los campos unas horquillas de valores máximos y mínimos (Tabla 7).

Tabla 7: Puntuaciones de la rentabilidad social con IRSCOM

Campos	Puntuación máxima	Puntuación mínima
Gestión	30	20
Capital Social	21	10
Articulación Territorial	10	6
Programación	40	26
Presencia en Internet	7	5
Infraestructura	12	7
Total	120	74

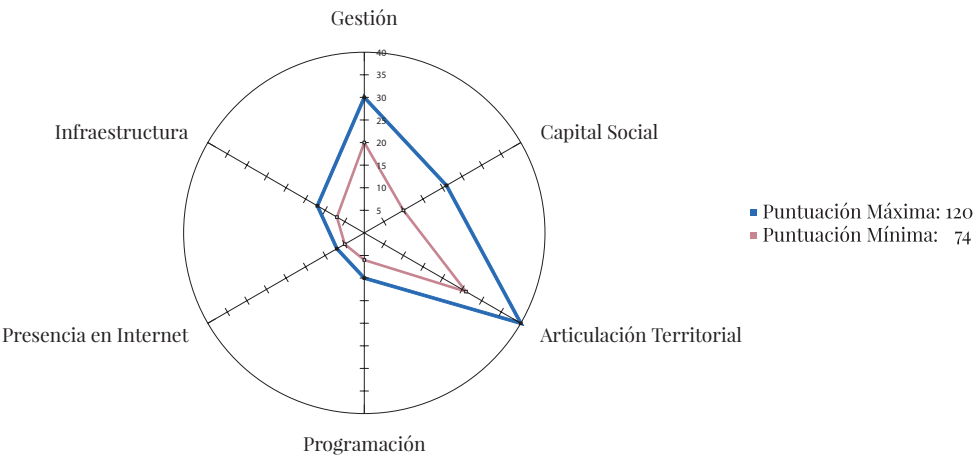
Fuente: Elaboración propia. COMandalucía. 2014

Una vez evaluadas las E.M. Operativas, se podrá representar gráficamente su valoración a través de los resultados, lo que permite más fácilmente detectar las debilidades y fortalezas de las emisoras. En este sentido, el IRSCOM se ha diseñado con un criterio constructivo con la finalidad de orientar aquellos aspectos o procesos en los que el medio debe mejorar para obtener mayor impacto social y rentabilización social. El logro del indicador es hacer tangible

lo intangible en la mejoras de las dinámicas comunicativas que proponen los medios.

En la representación gráfica del IRSCOM se observa el reparto de puntos máximos y mínimos por capítulos del total de los 32 sub-indicadores analizados, que quedaría de la siguiente manera (Gráfico 1):

Gráfico 1: Representación gráfica del IRSCOM



Fuente: Elaboración propia. 2014.

Una vez realizadas las evaluaciones, se definieron diversos grados de rentabilidad social a partir de las puntuaciones obtenidas en las E.M. Operativas. Se consideraría una puntuación Muy Baja para aquellas E.M. con un IRSCOM de 0-56 puntos, Baja para aquellas con puntuaciones entre 60-73 puntos, Media para las que puntúan entre 74-89, Óptima para las que obtienen entre 90-99 y valoración Máxima para las que superaran los 100 puntos (Tabla 8). Los resultados los veremos más adelante en los Rankings IRSCOM y se pueden consultar en el blog del grupo de investigación (<http://com-andalucia.org/>).

Tabla 8: Rangos de valoración del IRSCOM

Puntuación	Valoración IRSCOM
0-56	Muy Baja
60-73	Baja
74-89	Media
90-99	Óptima
+100	Máxima

Fuente: Elaboración propia. COMandalucía. 2014.

5.1.3. Grupo de Emisoras Municipales Operativas evaluadas con el IRSCOM

Las emisoras evaluadas con el indicador IRSCOM durante los años 2012-2014 fueron un total de 112 (Tabla 9). Cuatro de ellas no accedieron a participar en el estudio, a pesar de los reiterados contactos que se realizaron a lo largo de varios meses. Las E.M. de Cádiz, La Zubia (Granada), Fuengirola (Málaga) con Gobiernos locales del PP; y Cúllar Vega (Granada), del PSOE, se negaron a dar información pública a la investigación.

Si atendemos a las emisoras analizadas por rangos de población, su respuesta ha sido muy favorable a colaborar en la investigación. El interés demostrado confirma el compromiso de estas en su labor como medios de proximidad y ciudadanos.

Tabla 9: Total de E.M. evaluadas con IRSCOM por rango de población

Provincia	<10.000 (total E.M. Operativas)	>10.000 -20.000 (total E.M. Operativas)	>20.000 -50.000 (total E.M. Operativas)	>50.000 (total E.M. Operativas)	Total evaluadas (total E.M. Operativas)
Almería	2	3	1	1	7
Cádiz	6	4	4	2	16
Córdoba	15	2	0	0	17
Granada	8	6	3	1	18
Huelva	5	4	4	0	13
Jaén	4	2	2	1	9
Málaga	6	2	1	4	13
Sevilla	7	6	5	1	19
Total	53 (54)	29 (30)	20 (20)	10 (12)	112 (116)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Siguiendo la línea de análisis en relación a los Gobiernos municipales como responsables de las E.M., presentamos las emisoras evaluadas en relación a su Gobierno corporativo en la Tabla 10.

Tabla 10: E.M. evaluadas con el IRSCOM según Gobierno local

Provincia	Municipios con E.M. Operativas	PSOE	PP	IU	Otros	Total
Almería	7	0	7	0	0	7
Cádiz	17	4	9	3	0	16
Córdoba	17	6	4	6	1	17

Provincia	Municipios con E.M. Operativas	PSOE	PP	IU	Otros	Total
Granada	20	9	8	0	1	18
Huelva	13	7	3	0	3	13
Jaén	9	5	2	0	2	9
Málaga	14	5	6	2	0	13
Sevilla	19	10	4	4	1	19
Total	116	46	43	15	8	112

Fuente: Elaboración propia. 2014.

5.2. Resultados de la aplicación del IRSCOM

Los resultados que a continuación se presentan, actualizados a fecha de septiembre de 2014, nos desvelan las diferentes casuísticas recogidas en la investigación sobre las E.M. Operativas. Los datos mostrados según los campos definidos y rangos de población descubren las distintas formas de gestionar y actuar de las E.M. en Andalucía.

5.2.1. Resultados en Gestión

En este campo, uno de los más deficitarios del estudio, los datos resultan significativos en cuanto al primer sub-indicador: cumplimiento de estatutos. De las 112 E.M. evaluadas, 76 (68%) dicen cumplir los estatutos, información que se contradice con el resultado del sub-indicador que mide la publicación de la memoria, cumplimiento obligatorio en los estatutos. En este caso, solo 4 emisoras (3,5%) la publican. Las que cuentan con consejo asesor, algo que distingue su carácter social y participativo, son solo 9 (8%). En este apartado, el resultado más óptimo lo encontramos en las que tienen un enlace directo desde

la web del ayuntamiento: 87 (78%), lo que refuerza la idea de radios municipales como servicio público.

En líneas generales, el área de Gestión exhibe grandes deficiencias. Si tomamos como referencia el ranking de las emisoras evaluadas en este periodo, solo 4 de las 112 superan la puntuación mínima establecida en este campo: Radio Alameda (San Roque/Cádiz), E.M. de Ubrique (Cádiz), E.M. Martos (Jaén) y Cadena Digital Yunquera (Málaga).

Del conjunto de sub-indicadores IRSCOM en este capítulo, la no existencia de un consejo asesor y la publicación de la memoria anual debilitan los resultados totales. La gestión y la transparencia de la información en los medios públicos es prioritaria para unas buenas prácticas en un medio público. En la Tabla 11 exponemos los resultados de este campo por rangos de población. (Ver en Anexo 22 los resultados de Gestión por provincias).

Tabla 11: Resultados en Gestión / IRSCOM

Población (Nº E.M. Operativas evaluadas)	Cumplen los estatutos (Total E.M. Operativas evaluadas)	Publican la memoria (Total E.M. Operativas evaluadas)	Consejo asesor (Total E.M. Operativas evaluadas)	Enlace web Ayuntamiento (Total E.M. Operativas evaluadas)
<10.000 (53)	36	0	3	34
>10.000- 20.000 (29)	18	0	2	29
>20.000- 50.000 (20)	15	1	2	16
>50.000 (10)	7	3	2	8
Total	76 (68%)	4 (3,5%)	9 (8%)	87 (78%)

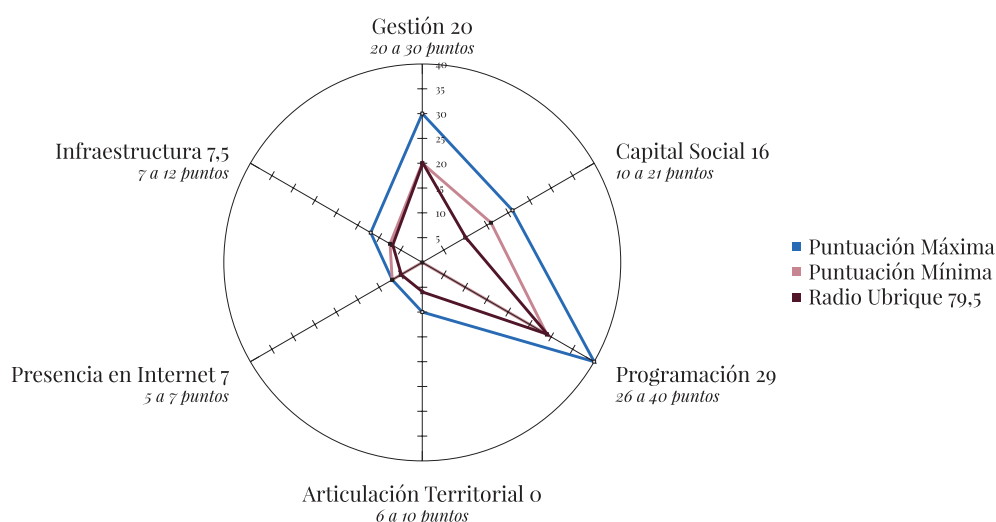
Fuente: Elaboración propia. 2014.

Sería muy conveniente ampliar las posibilidades de supervisión con un Consejo Social, a partir de la publicación de la memoria con rendición de cuentas públicas transparentes hacia los ciudadanos, fomentando la cultura de transparencia y responsabilidad social.

Una buena noticia en el camino de la transparencia es la posibilidad de las entidades locales de adherirse al Servicio del Portal de la Transparencia en la Nube. De esta manera, las entidades podrán incluir los contenidos, cumpliendo con sus obligaciones relativas al derecho de acceso a la información pública¹.

Como ejemplo de las diversas situaciones que detectamos en el estudio, vemos la representación gráfica del IRSCOM de Radio Ubrique (Gráfico 2), que tiene la mínima puntuación en Gestión y roza los mínimos en otros capítulos, menos en Presencia en Internet. En la actualidad está en el séptimo puesto del ranking.

Gráfico 2: Representación gráfica del IRSCOM de Radio Ubrique



Fuente: Elaboración propia. 2014.

¹ A través de este servicio será posible acceder a la labor de representantes públicos y los gestores. Las Diputaciones Provinciales realizarán una labor de coordinación entre la Administración General del Estado y la FEMP. Plazo hasta diciembre de 2015. *Diario Expansión*, 24/06/2015.

5.2.2. Resultados en Capital Social

Los resultados en la categoría Capital Social, que alude a los que participan en la actividad de las emisoras como colaboradores y colectivos/asociaciones y al número de contratados, nos parecen muy reveladores. Los datos corroboran que el total de contratados en las E.M. Operativas actualmente es de 412. La provincia de Cádiz es la que tiene el mayor número, favorecida por el municipio de Jerez, que al superar los 100.000 habitantes, mantiene con dificultad una amplia plantilla de 87 trabajadores y ahora se halla en proceso de reducción a causa de un expediente de regulación de empleo (ERE).

Esta significativa cifra de empleados propicia a su vez una intervención activa de colectivos y colaboradores voluntarios que dan sentido a un medio público de proximidad con vocación cívica. Una situación comprobada con el total de colaboradores en el conjunto de Andalucía, que es de 1.120, y 501 el de colectivos/asociaciones. En la Tabla 12 presentamos los datos del número de contratados, colaboradores y colectivos de las E.M. por rango de población. (Resultados de Capital Social por provincias en Anexo 23).

En poblaciones menores de 10.000 habitantes se han computado 73 contratados (18% del total), 421 colaboradores (39%) y 186 colectivos (37%). Comprobamos una vez más la vitalidad y el compromiso de estas emisoras en la dinamización de la participación ciudadana, circunstancia parecida en la poblaciones de 10.000 a 20.000 habitantes.

En las localidades de más de 20.000 habitantes, la intervención de la sociedad civil no es tan alta como cabría esperarse. Destaca el número de contratados en los núcleos de más de 50.000 habitantes (174), pero se trata de un dato sobredimensionado por las altas concentraciones de emisoras como Onda Jerez (87) y Onda Azul Málaga (34). El importante número de trabajadores, colaboradores y colectivos constata el interés de los ciudadanos por esta

actividad de apropiación del espectro radiofónico en el ámbito local y da sentido a un medio público de proximidad.

Tabla 12: Resultados en Capital Social / IRSCOM

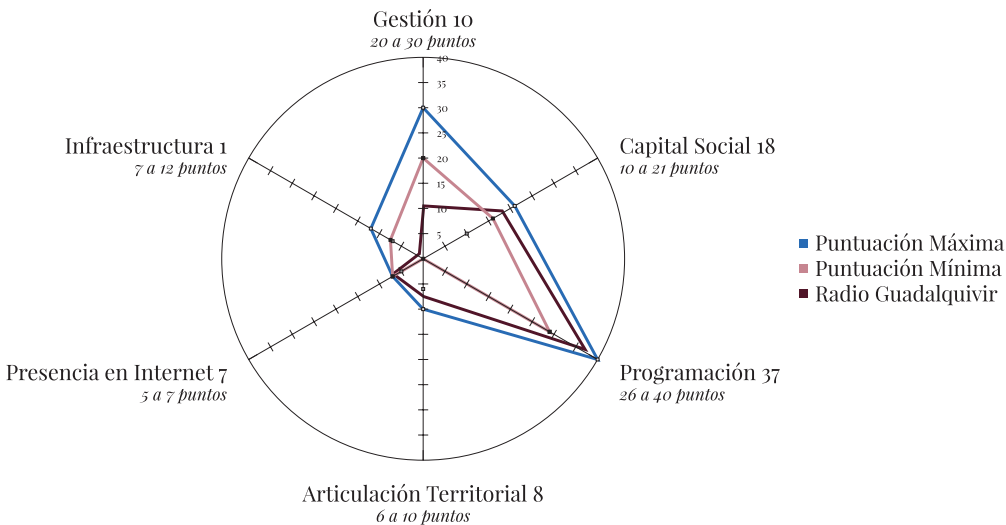
Población	Total contratados	Mujeres contratadas	Contratados discapacidad	Nº Colaboradores	Nº Colectivos	Realización talleres
<10.000	73	30	0	421	186	23
>10.000 20.000	94	32	2	450	166	14
>20.000 50.000	71	20	1	159	104	6
>50.000	174	81	3	80	45	3
Total	412	163	6	1120	501	46

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Atendiendo a los parámetros de evaluación del IRSCOM en Capital Social, con una puntuación máxima de 21 puntos y mínima de 10, obtenemos como resultados que 53 E.M. se encuentran en un nivel óptimo y 59 no logran la puntuación requerida. Los datos cosechados manifiestan el interés por esta actividad de representación de ámbito local, pero también el camino todavía por recorrer de otras muchas emisoras que requieren fomentar y dinamizar los medios de proximidad para apoyar su cometido y su vocación de construir ciudadanía.

Radio Guadalquivir (Gráfico 3) representa un buen ejemplo de cómo articular una E.M. que, a pesar de las deficiencias en Infraestructuras y Gestión, ha logrado un alto porcentaje en Capital Social y, a su vez, una Programación que responde a los criterios de servicio público.

Gráfico 3: Representación gráfica del IRSCOM de Radio Guadalquivir



Fuente: Elaboración propia. 2014.

5.2.3. Resultados en Articulación Territorial

En la categoría Articulación Territorial en Red, las 57 E.M. que se integran en una red son socias de la EMA-RTV (Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía), una organización de la que hemos hablado en capítulos anteriores, que trabaja en la región desde principios de los años ochenta y que representa en la actualidad la mejor escenificación de lo que es una red de medios de proximidad dinámica y generadora de contenidos. También en este campo se valoran las E.M. que toman programas o los aportan a la red de pertenencia, lo que fomenta una mayor articulación regional (Tabla 13). (Resultados de Articulación Territorial por provincias: ver Anexo 24).

Tabla 13: Resultados en Articulación Territorial / IRSCOM

Población	Participación en red o asociación (%Total E.M. Operativas evaluadas)	Nombre: EMA-RTV	Ámbito de actuación regional	E.M. con participación activa
<10.000	29	29	29	20
>10.000-20.000	15	15	15	9
>20.000-50.000	11	13	13	9
>50.000	2	2	2	1
Total	57 (51%)	57	57	39 (35%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Los datos del IRSCOM señalan que el 51% de las emisoras evaluadas pertenecen a una red y 39 E.M. (35%) se encuentran en el nivel óptimo de Articulación en Red. Estas cifras, aunque insuficientes si hablamos de vertebración territorial, destacan la labor de la EMA-RTV, que sigue aumentando socios de medios de proximidad, lo cual dibuja un panorama más optimista y de mayor compromiso de estos medios en la configuración del territorio y el intercambio de programación. En este campo, resaltamos la participación activa en poblaciones de menos de 10.000 habitantes en las emisoras de Casares y Pizarra, en la provincia de Málaga; la de Gelves, en Sevilla; y las radios de La Rambla y Fernán Núñez, en Córdoba. En localidades entre 10.000 y 20.000 habitantes, sobresalen las radios de Marchena, en Sevilla; Ogíjares, en Granada; y Tarifa, en Cádiz. San Juan de Aznalfarache, en Sevilla, y Arcos de la Frontera, en Cádiz, son las más activas en el rango de 20.000 a 50.000. En poblaciones con más de 50.000 habitantes, solo la emisora de Chiclana de la Frontera, en Cádiz, tiene una intervención dinámica. Esto se debe principalmente a la producción propia de las emisoras en este rango, pues disfrutaban de infraestructuras suficientes en 8 de las 12 E.M.

5.2.4. Resultados en Programación

En esta categoría, hay que destacar el alto número de emisoras con informativos locales, un total de 98 E.M. (87%). Y 80 E.M. hace radio en la calle (71%). La amplia realización de informativos locales y el trabajo de calle le dan sentido y contenido al significado de radio local pública. Cabe sobresalir también el elevado número de programas de música no comercial que se emiten: 90 en las 112 emisoras (Tabla 14). (Resultados de Programación por provincias en Anexo 25).

Tabla 14: Resultados en Programación / IRSCOM

Población	Informativo local (Total E.M. Operativas evaluadas)	Programas contenido local (Total E.M. Operativas evaluadas)	Programas música no comercial (Total E.M. Operativas evaluadas)	Nº E.M. aportan programas a la red/asoc. (Total E.M. Operativas evaluadas)	Nº E.M. toman programas de red/asoc. (Total E.M. Operativas evaluadas)	Radio en la calle (Total E.M. Operativas evaluadas)
<10.000	43	52	37	7	20	28
>10.000-20.000	26	29	26	6	9	25
>20.000-50.000	19	20	19	2	9	17
>50.000	10	10	8	2	1	10
Total	98 (87%)	111 (99%)	90 (80%)	17 (15%)	39 (35%)	80 (71%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

En la recogida de datos de la participación activa de los colaboradores a la hora de elaborar programas en las emisoras (Tabla 15), contabilizamos un total de 685 programas realizados por colaboradores y 167 programas realizados por colectivos.

Una vez más, las E.M. con más dinamización social se asientan en el rango de menos de 10.000 habitantes, con 293 programas realizados por colaboradores (43% del total) y 68 programas desarrollados por colectivos (41%). (Resultados de Programas realizados por colectivos/colaboradores por provincias en Anexo 26).

Tabla 15: Programas realizados por colectivos y colaboradores en las E.M. Operativas

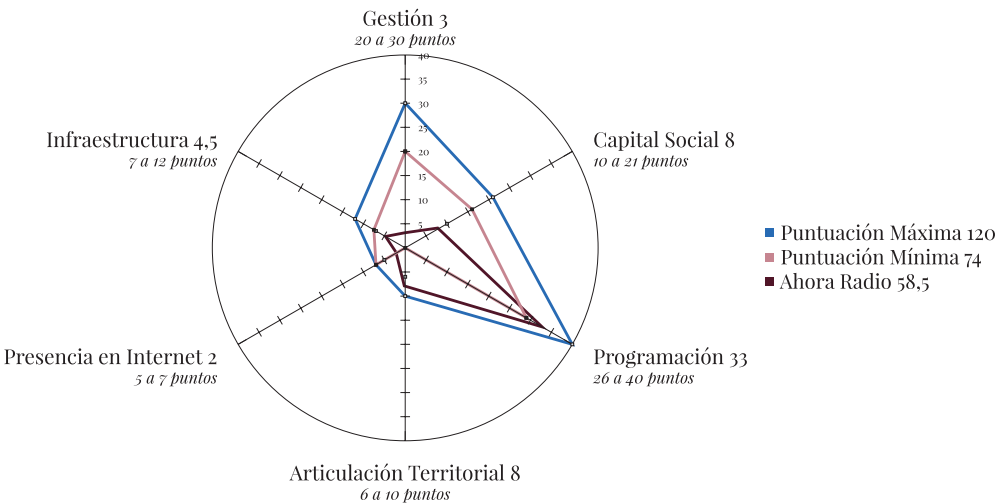
Población	Programas realizados por colectivos	Programas realizados por colaboradores
<10.000	68	293
>10.000-20.000	58	251
>20.000-50.000	20	111
>50.000	21	30
Total	167	685

Fuente: Elaboración propia. 2014.

El IRSCOM en el campo de la Programación de las E.M. registra datos muy satisfactorios, ya que 61 de las 112 evaluadas se sitúan entre los 26 puntos mínimos y los 40 máximos, mientras que 51 emisoras no lo alcanzan. Estas cifras ponen de manifiesto que la programación constituye una baza sólida y bien trabajada por una mayoría de las radios públicas locales. Sin embargo, existen situaciones que reflejan la heterogeneidad de los datos y la necesidad de equilibrar circunstancias actuales. Es el caso de Ahora Radio, del municipio de Gelves (Gráfico 4), que tiene una alta puntuación en Programación, a pesar de su bajo nivel en la categoría Capital Social. La detección de estas descompensaciones permite poner sobre la mesa y compartir formas de

organización y fórmulas de trabajo del conjunto de las emisoras que ayuden al fortalecimiento del sector.

Gráfico 4: Representación gráfica del IRSCOM de Ahora Radio



Fuente: Elaboración propia. COMandalucía. 2014.

La crisis y los procesos de regulación de empleo están influyendo en los puestos de trabajo en los últimos tres años y parece que seguirá esta tendencia. A la par, han aumentado los colaboradores y colectivos, motivados por el renovado espíritu participativo de los últimos tiempos y bajo la influencia de los movimientos sociales.

Con los más de mil colaboradores y las aproximadamente quinientas asociaciones que en el presente participan en la programación de las E.M., se confirma el interés de los agentes sociales, asociaciones, minorías, ONGs, etc., dando razón de ser a los medios de proximidad con una clara vocación ciudadana. Por otra parte, el alto número de programas realizados por voluntarios de la sociedad civil demuestra la vitalidad actual de las E.M. en su apuesta por generar medios más horizontales, comprometidos en lograr mayor concurrencia, una información local más cercana y la creación de un modelo

más involucrado en la formación de imaginarios propios y, en definitiva, en la construcción democrática.

La realización de los programas detectados en el estudio responde a diferentes tipologías: actualidad, música, deporte local, inmigración, cultura, género, educación, etc. (Tabla 16). Estas formas de colaboración en los medios locales favorece la apropiación de espacios que, en otros medios, serían de difícil acceso. Estos espacios ofrecen la posibilidad de visibilizar las inquietudes y las propuestas de inclusión de la colectividad.

Tabla 16: Variedad temática en la programación de las E.M. Operativas

Temáticas	Nº de programas realizados
Actualidad	106
Cultura	105
Deportes	101
Temas Sociales	85
Género	47
Interculturalidad	41
Sensibilización	34
Juventud	6
Fiesta	8
Medioambiente	5
Educación	2

Fuente: Elaboración propia. 2014.

5.2.5. Resultados en Presencia en Internet

La investigación ha puesto de manifiesto el interés creciente de las E.M. Operativas en el uso de las nuevas tecnologías y en la mejora de la interacción con sus usuarios, incorporando a nuevos públicos, en particular a una población joven usuaria de este medio, y fomentando una mayor participación activa en apoyo de la vertebración comunicacional.

Internet y las redes sociales *online* están facilitando ampliar el contacto y la retroalimentación de las E.M. con sus públicos, a través de las diversas herramientas que incorporan vídeo, imágenes, chats, foros, etc. El medio posibilita que su incidencia vaya más allá de lo local y globaliza su comunicación; globalización de gran interés para las E.M., según las valoraciones recogidas, pues también mantiene la interacción con el colectivo emigrante local, que puede continuar el contacto con la realidad de sus localidades de origen (Tabla 17).

En esta categoría, hemos evaluado la utilización y la actualización periódica de las redes sociales *online* (Facebook, Twitter, Youtube), las webs o blogs y los podcast. (Resultados de Presencia en Internet por provincias en Anexo 27).

Tabla 17: Resultados Presencia en Internet / IRSCOM

Población	Web/blog actualizados	Redes online actualizadas	Emisión online	Podcast
<10.000	23	35	28	21
>10.000-20.000	14	27	23	14
>20.000-50.000	9	16	17	8
>50.000	10	10	10	10
Total	56	88	78	53

Fuente: Elaboración propia. 2014.

En el trabajo de campo realizado se evidenciaron las dificultades de poner en marcha estos servicios, sobre todo en los municipios de menos de 20.000 habitantes, si bien las carencias en infraestructura y la falta de técnicos especializados no han debilitado su apuesta por el uso de Internet. Por ejemplo, Onda Minera (Huelva) sostiene el blog y su actividad en Facebook en constante actualización y con enlaces a la radio y la TV pública local *online*.

En las poblaciones de más de 20.000 habitantes, existe una mayor implantación: 27 de las 30 de las E.M. Operativas evaluadas (90%) emiten *online*, 18 de las 30 E.M. utilizan podcast y un 64% mantiene actualizada la web, lo que conlleva interactividad y participación continuadas de los oyentes. Onda Azul, en Málaga, a través de su web, es un buen ejemplo de ello, gestionando una plataforma interactiva con alta intervención del público.

Los resultados del IRSCOM son muy positivos, dentro de las limitaciones que condicionan a las emisoras en la actualidad (económicas y tecnológicas). Se trata de unos datos que señalan la incorporación de nuevas herramientas y recursos tecnológicos por parte de las E.M. Y que también tiene correlación favorable en el IRSCOM, pues 69 de las 112 radios superan las exigencias para situarse en mejor nivel, mientras que 43 muestran deficiencias.

En este aspecto, las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) están logrando que las E.M. amplíen sus fronteras en el espacio radiofónico, aportando una mayor visibilidad en la Red de su quehacer en el ámbito local. Las plataformas creadas son una oportunidad de promover la cooperación ciudadana, centralizando la comunicación local en vías de fácil acceso a las mismas y extendiendo los límites de actuación. De esta manera, se refuerza el compromiso de las E.M. en sus cometidos iniciales de comunicación para y con la gente que contribuya a la democratización, asunto que ampliaremos en el apartado 5.4. del presente capítulo.

5.2.6. Resultados en Infraestructura

Este campo hace referencia a la infraestructura, equipamientos y recursos con que cuenta la E.M. y refleja el compromiso de los ayuntamientos en dotarlas de medios.

La evaluación del IRSCOM en Infraestructura descubre un elevado porcentaje de emisoras que rebasan los estándares requeridos y permiten dibujar un panorama satisfactorio para el desempeño de las funciones. De las 112 analizadas, 63 E.M. (56%) obtienen un resultado favorable frente a 44 (39%) que tienen instalaciones y equipamientos insuficientes, lo que por otra parte no les impide, según lo detectado en otros campos, realizar un buen trabajo (Tabla 18). (Resultados en equipamiento por provincias: ver Anexo 28).

Tabla 18: Resultados en equipamiento / IRSCOM

Población	Suficiente	Insuficiente	Muy deficiente
<10.000	26	24	3
>10.000-20.000	18	11	0
>20.000-50.000	11	7	2
>50.000	8	2	0
Total	63 (56%)	44 (39%)	5 (4%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Si analizamos pormenorizadamente estos datos, son considerables los 172 estudios y las 111 salas de redacción en las emisoras examinadas, sin olvidar

las 58 aulas previstas para dar formación y para hacer de talleres. Asimismo, valoramos las 30 fonotecas y 20 bibliotecas de las E.M. abiertas al público (Tabla 19). (Ver en Anexo 29 resultados de Infraestructura y servicios por provincias).

Tabla 19: Resultados en Infraestructuras y servicios / IRSCOM

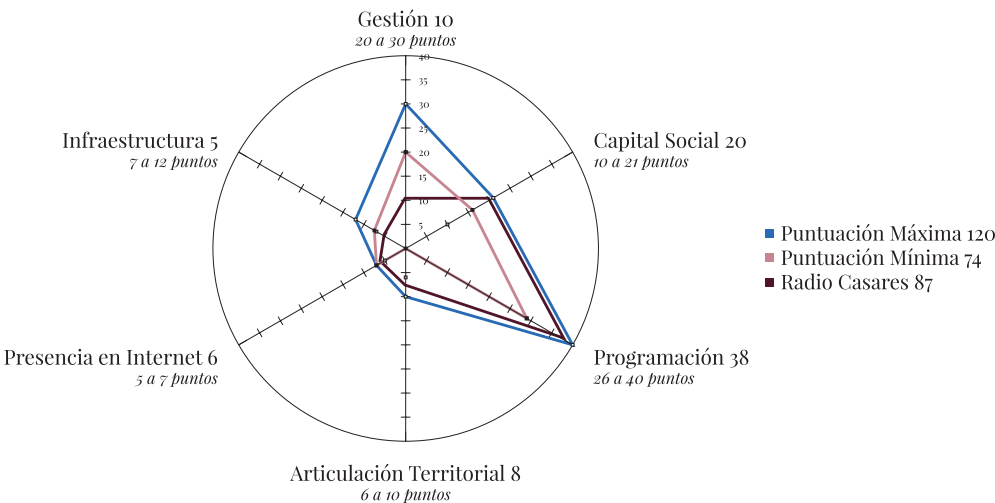
Población	Nº estudios (Nº E.M. evaluadas)	Nº salas redacción	Nº aulas	E.M. fonoteca	Fonoteca abierta público	E.M. biblioteca	Biblioteca abierta público
<10.000	79 (53)	38	16	14	14	9	8
>10.000– 20.000	59 (29)	36	21	10	10	6	6
>20.000– 50.000	38 (20)	25	16	4	3	6	5
>50.000	26 (10)	12	5	3	3	2	1
Total	172 (112)	111	58	35	30	23	20

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Podemos destacar entre las emisoras de poblaciones de 10.000 a 20.000 habitantes las radios de Huércal (Almería), con 4 estudios; Punta Umbría (Huelva), con 3 estudios y 3 salas de redacción; y Torre del Campo (Jaén), con 9 aulas en las instalaciones de la emisora. En núcleos de más de 20.000 habitantes, las radios de Los Palacios y Villafranca cuentan con 5 aulas; Almonte (Huelva) y Arla (Granada) tienen 3 salas de redacción; y así sucesivamente descubrimos buenas instalaciones e equipamientos en las emisoras de la Comunidad.

El IRSCOM revela, por ejemplo, que una de las radios mejor valoradas, la de Casares (Gráfico 5), que ocupa la segunda posición en el ranking (ver Tabla 20), muestra deficiencias en Infraestructuras, pero eso no ha sido obstáculo para lograr un alto nivel en Capital Social y Programación.

Gráfico 5: Representación Gráfica del IRSCOM de Radio Casares



Fuente: Elaboración propia. 2014.

5.3. Ranking de resultados del IRSCOM

5.3.1. Ranking del IRSCOM de las emisoras mejor clasificadas en abril 2014

La aplicación del IRSCOM al conjunto de las E.M. Operativas propició la elaboración del primer ranking de emisoras mejor clasificadas a principios de 2014 (Tabla 20). La publicación de los distintos rankings en la web del grupo de investigación habilita la consulta por parte de personas y de instituciones. Además, la difusión de los datos del IRSCOM ha suscitado expectación en las Emisoras Municipales y las está motivando a debatir sobre cómo perfeccionar su funcionamiento, concentrando los esfuerzos en aquellos campos en los que resultan menos apreciadas. Al mismo tiempo, los medios de comunicación

regionales y locales han publicado información sobre el indicador y la situación de las E.M. en Andalucía, lo que aporta un mayor reconocimiento al sector de los medios de proximidad.

Tabla 20: Ranking del IRSCOM de las emisoras mejor clasificadas en enero 2014

Puesto	Emisora	Municipio/ Provincia	Puntuación
1	Radio Guadalquivir	San Juan de Aznalfarache, Sevilla	88
2	Casares Radio	Casares, Málaga	87
3	Onda Marina	Fernán Núñez, Córdoba	86
3	Radio Rute	Rute, Córdoba	86
4	Onda Mencía	Doña Mencía, Córdoba	85
5	Radio Martos	Martos, Jaén	84
5	Onda Pasión	La Rambla, Córdoba	84
5	Radio Atalaya	La Iruela, Jaén	83
6	Radio San Roque	San Roque, Cádiz	82,5
7	Onda Guillena	Guillena, Sevilla	82

Fuente: COMandalucía. Abril 2014.

5.3.2. Comparativa del Ranking IRSCOM de las emisoras mejor clasificadas en 2014-2015

A lo largo del año 2014, el Laboratorio de Comunicación y Cultura conjuntamente con la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía, como hemos mencionado anteriormente, realizaron una serie de actuaciones con el objetivo de visibilizar la situación de las emisoras municipales. Los efectos de esta actividad conjunta también influyeron en la composición del ranking.

Se realizó una nueva clasificación a finales de 2014 y otra a principios de 2015. Presentamos los datos a 2015, previos a las elecciones municipales de mayo (Tabla 21). Podemos apreciar mejoras en la puntuación en esta última clasificación, lo que reafirma la importancia del IRSCOM en la mejora de las actuaciones de las emisoras en el fomento de su rentabilidad social. (Ranking completo IRSCOM 2014-2015 en Anexo 30).

Tabla 21: Ranking del IRSCOM de E.M. mejor clasificadas en diciembre 2014-abril 2015

Clasificación	Comarca	Municipio	Emisora	MHz	Puntuación		Diferencia
					2015	2014	
1º	Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	107.7	97,5	84	+14
2º	Costa del Sol Occidental	Casares	Radio Casares	91.6	96	87	+9
3º	Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	107.0	94	75	+19
4º	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Radio Guadalquivir	107.5	88,5	88	+0,5

Clasificación	Comarca	Municipio	Emisora	MHz	Puntuación		Diferencia
					2015	2014	
5º	Subbética	Doña Mencía	Onda Mencía	107.6	89	85	+4
5º	Costa No-roeste	Chipiona	Radio Chipiona	107.1	89	72,5	+16,5
6º	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox	107.3	88	77	+11
6º	Costa No-roeste	Trebujena	Radio Trebujena	107.7	88	58	+30
7º	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Ubrique	96.7	87,5	79,5	+8
8º	Subbética	Rute	Radio Rute	107.8	86	86	0
9º	La Loma	Torreperrogil	Radio Loma	107.7	84,5	81	+3,5
10º	Campaña de Morón	Marchena	Radio Marchena	107.4	84	77	+7
10º	Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos	107.7	84	84	0
10º	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	107.9	84	68,5	+15,5
11º	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Ahora Radio	88.6	83	58,5	+24,5
12º	Campaña de Baena	Castro Del Río	Radio Castro	107.5	80,5	64,5	+16
12º	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera	107.4	80,5	79,5	+1
13º	Campaña de Carmona	El Viso Del Alcor	Radio Alcores	107.9	80	72	+8

Fuente: COMandalucía. 2015.

Las E.M. Operativas crean estos espacios de intercambios, propuestas, demandas y ofertas de información/comunicación, y no solo refuerzan lo local, sino que también tienen una proyección hacia el exterior ante las nuevas demandas globales. Esta es la razón por la que se realizó en el primer trimestre de 2015 el Ranking IRSCOM sobre Programación, que valora las mejores E.M. Operativas en este campo. (Ver Ranking campo Programación en Anexo 31).

Para terminar, cabe enfatizar el mercado laboral que generan las emisoras locales y los miles de personas implicadas como colaboradores y colectivos en la programación y el funcionamiento de estos medios. Una participación por otra parte indispensable en la difusión de nuevas realidades, demandas e ideas emprendedoras que fomenten la integración de los habitantes y de las poblaciones, muchas de ellas en proceso de cambio social y demográfico como consecuencia de los flujos migratorios de los últimos años.

En una primera iniciativa, de incidencia política, el Laboratorio de Comunicación y Cultura ha conseguido el compromiso de la Dirección General de Comunicación de la Junta de Andalucía de contribuir a la mejora y actualización constante del indicador a través de una orden de incentivos para el año 2014-2015. El objetivo es otorgar ayudas económicas a aquellas emisoras que se comprometan a mejorar la evaluación obtenida con el indicador IRSCOM. De esta manera, ayudará al progreso de la comunicación local.

5.4. Internet: una oportunidad para incidir en la participación ciudadana

El estudio realizado sobre las Emisoras Operativas bajo el indicador IRSCOM ha demostrado la alta incidencia de la participación ciudadana y de colectivos en el quehacer de estos medios de proximidad. También confirma el compromiso de las emisoras en la dinamización y fortalecimiento democrático dentro de

sus localidades y comarcas. Como lo señala Cebrián: “El compromiso de la radio como medio de comunicación y, por tanto, de sus profesionales no es con la empresa sino con la sociedad, sociedad a la que se debe en todo momento” (2001: 21). Y en este sentido refleja el trabajo desplegado por las emisoras.

Las E.M., como hemos reseñado en capítulos anteriores, están llevando a cabo un esfuerzo continuado en cumplir su objetivo de rentabilizar socialmente la comunicación de proximidad. Ahora queremos resaltar en estas páginas uno de los aspectos que están desarrollando en los últimos años para reforzar esta labor: la actividad de las emisoras a través del uso de Internet y de las redes sociales *online*.

Internet les permite aumentar la capacidad de reproducción de contenidos y de mensajes de forma más rápida y a un coste menor. Esto se debe a la necesidad de información de un público cada vez más orientado a una tecnología que se adapta a la demanda, posibilitando la elaboración de un producto que va más allá de la voz radiofónica, así como también confeccionar e introducir diferentes elementos que no permiten las ondas.

Las redes sociales *online* ofrecen la oportunidad de generar los mensajes y los contenidos apoyados por imágenes y otras prácticas que fomentan la retroalimentación y la participación más cercana de los ciudadanos, ampliando la comunicación de la información y la interacción entre distintos y dispersos grupos sociales más allá de sus localidades; incrementando además los servicios de interconexión, ya en el ámbito regional como nacional e incluso internacional. Recordemos que un dato recogido en la investigación revelaba el interés de los migrantes de los pueblos en mantenerse al día del acontecer de sus poblaciones y su región de origen.

Los datos del Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2014, analizados en el Capítulo 2, indican un crecimiento del uso de la Red en la Comunidad

Autónoma. De hecho, ahora mismo un 14,6% utiliza Internet para escuchar radio a menudo, una tendencia que permanece estable en los últimos años, Y aunque haya una pérdida de audiencia diaria en el medio radio, destaca que actualmente la preferencia por la radio para informarse estaría viéndose beneficiada por Internet.

Al respecto, creemos que la labor iniciada en Internet por parte de las E.M. Operativas es muy importante, ya que concilia la convivencia de un medio tradicional como la radio con las redes sociales y su papel en la difusión de información, cultura y educación, estando cada vez más cerca de todos los hogares y revalorizando la comunicación de proximidad y el patrimonio cultural y social, con el fin de movilizar a la ciudadanía local y regional. De esta manera, se ensanchan las posibilidades de las E.M. en su aporte a la construcción democrática de la sociedad, y crecen los recursos que les ayuden a cumplir su función como medio público local. Ahora bien, habrá que hacer un seguimiento del uso responsable que se le dé a esta nueva forma de participación ciudadana, para sumar sinergias en el proceso de fomentar una comunicación más democrática.

Somos conscientes de que, en los últimos años, muchas otras redes sociales *online* se han posicionado en el mercado: Instagram, Pinterest, Linkedin, etc.; pero, como decíamos al inicio, no forma parte de nuestras metas en esta investigación analizar en profundidad el uso de la Red por parte de las emisoras, sino realizar un avance de intenciones de lo que está pasando: la apertura de más vías en el curso de su funcionamiento.

La implantación y el crecimiento exponencial de las nuevas tecnologías influyen directamente en la democratización de los medios locales públicos y ofrecen nuevas oportunidades para promocionar y desarrollar la activación local. En las áreas rurales, la interconectividad de las telecomunicaciones supone una herramienta básica que abre puertas a un entorno más amplio.

En definitiva, como lo explica bien Jarvis, refiriéndose a los medios informativos locales *online*:

“Un sitio web informativo local debería saber dónde vives y qué te interesa. Debería tener más oportunidades de aprender más cosas sobre ti que una compañía global gigantesca como Google, ya que puede ayudarte a que te informes sobre tu ciudad (y así saber dónde vives y tal vez qué asuntos te importan); puede ayudarte a encontrar buenos sitios en los que comer gracias a las recomendaciones de tus vecinos (y descubrir que eres vegetariano); puede ayudarte a que te diviertas (y averiguar qué deportes sigues, qué tipo de música y de cine te gusta); puede ponerte en contacto con miembros de una comunidad (y descubrir, por ejemplo, si eres padre o aficionado a la lucha libre). Los medios informativos pueden utilizar esa información para personalizar el suministro de lo que ya hacen –esa es la parte fácil–, pero también deberían utilizarla para establecer sus prioridades y saber cómo utilizar sus recursos a la hora de elaborar servicios” (2015: 23).

A partir de las consideraciones apuntadas, presentamos los resultados de la presencia de las E.M. Operativas en Internet sobre tres de las redes sociales *online* más utilizadas: web/blog², Facebook³ y Twitter⁴. Datos obtenidos en el

2 Página web/blog: Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos. Blog (también se conocen como weblog o bitácora): Sitio web que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente. El uso o temática de cada blog es particular; los hay de tipo personal, periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo, etc. Habitualmente, en cada artículo, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo.

3 Facebook: Creada en 2004, es una red social *online* gratuita. Se desarrolló, inicialmente, como una red para estudiantes de la Universidad Harvard, pero desde hace unos años está abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Permite crear grupos y páginas y participar en juegos sociales. Es una de las más populares en España.

4 Twitter: Es un servicio de red social horizontal en el que se intercambian mensajes de texto plano con una longitud máxima de 140 caracteres, denominados *tweets*. Ofrece la posibilidad de comunicación rápida y en tiempo real, que proporciona sensación de cercanía

primer semestre de 2014 por el Laboratorio de Comunicación y Cultura de la Universidad de Málaga en el marco del Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía TIC 8100: Las TICs en los medios audiovisuales de proximidad en Andalucía. La investigación es mucho más exhaustiva y puede que se aprecien algunas variaciones con respecto a lo analizado en el campo de Presencia en Internet del IRSCOM, pero en este momento nuestra intención se concentra en ver las posibilidades a medio y largo plazo que tienen las E.M. en Internet y cómo estas experiencias están resultando óptimas en el fortalecimiento de la comunicación de proximidad a través de la utilización de redes sociales *online*, al mismo tiempo que se alzan directamente como una plataforma idónea para motivar la participación ciudadana.

Los resultados sobre el total de las 116 E.M. Operativas nos revelan cómo estos medios están ampliando su presencia en la Red, potenciando la vertebración territorial al ofrecer un servicio activo en el fomento de la concurrencia ciudadana. Esta línea de trabajo nos facilitó ahondar en la responsabilidad de las emisoras en el momento de diseñar sus comunicaciones en la Red mediante la gestión que hacen de sus redes sociales *online*.

5.4.1. Presencia de las Emisoras Operativas en Internet a través de redes sociales *online*

En el estudio, se evidenció el auge del uso de las redes sociales *online* por parte de las emisoras analizadas. Se han detectado 83 emisoras que tienen una web o blog; 77 de ellas trabajan con Facebook y 55 con Twitter. Estas radios trabajan en algunos casos con las tres redes sociales *online* y otras optan por el uso de una o dos de ellas. En total, se han computado 215 redes sociales *online* en la región: 123 en Andalucía Occidental y 92 en Andalucía Oriental.

Un dato a resaltar es que, del total de emisoras con redes sociales *online*, se han

entre la gente a la que comunica. (<http://twitter.antonio Garrido.es/indice.html>).

contabilizado, a partir del trabajo de campo y de llamadas a estas, 49 gestores de contenidos; es decir, que se trata de medios que tienen a un responsable o *community manager* que gestiona las redes. En el resto de emisoras, se dispone como una labor común de todos los miembros, ya sean contratados o voluntarios.

Tabla 22: E.M. Operativas y su presencia en las redes sociales *online* por provincias

Provincia	E.M. Operativas	E.M. con web/blog	E.M. con Facebook	E.M. con Twitter	Total redes sociales <i>online</i> por provincia
Andalucía Occidental					
Cádiz	17	11	13	6	30
Córdoba	17	13	11	7	31
Huelva	13	9	10	8	27
Sevilla	19	12	12	11	35
Sub Total	66	45	46	32	123
Andalucía Oriental					
Almería	7	5	5	2	12
Granada	20	13	9	7	29
Jaén	9	6	7	4	17
Málaga	14	14	10	10	34
Sub Total	50	38	31	23	92
Total	116	83 (71%)	77 (66%)	55 (47%)	215

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Siguiendo los análisis anteriores por rangos de población, los datos muestran la utilización de las redes sociales *online* en todos los rangos de población, destacando un mayor uso en las poblaciones mayores de 20.000 habitantes.

Tabla 23: E.M. Operativas y su presencia en las redes sociales *online* por rango de población

Población	E.M. Operativas	E.M. con web/blog	E.M. con Facebook	E.M. con Twitter	Total redes sociales <i>online</i> por rango de población
<10.000	54	36	31	19	86
>10.000–20.000	30	22	23	21	66
>20.000–50.000	16	14	14	8	36
>50.000	12	11	9	7	27
Total	112	83	77	55	215

Fuente: Elaboración propia. 2014.

El listado completo de las webs/blogs de las emisoras puede consultarse en el Anexo 32: y en el Anexo 33, el listado de Facebook y Twitter de las E.M. Operativas.

5.4.2. La incidencia de la marca de las Emisoras Municipales Operativas en Internet

Uno de los objetivos que nos marcamos al principio de esta investigación fue fortalecer una mayor visibilidad de las E.M. que actúan en el territorio. Consideramos que la descripción adecuada del medio en Internet es

fundamental para este cometido. La marca de medio público local/municipal debería erigirse como garantía de pluralismo y de comunicación participativa, pues la cabecera avala el rigor de la información, utilizando Internet como herramienta de cercanía y prolongación del quehacer de esos medios. En este apartado, evaluamos cómo se presenta y se define la emisora.

Comenzamos el análisis por el uso de webs/blogs de las E.M. por ser las primeras plataformas *online* que ellas utilizaron en la Red. El estudio indica que, desde el año 2002, las emisoras emprendieron la apertura de páginas en Internet con motivo de ampliar su presencia más allá del espectro radioeléctrico. En la evaluación del campo Gestión del IRSCOM, ya valorábamos el enlace de las webs/blogs de las E.M. en la web del Ayuntamiento, lo que se estima vital para reconocer a los medios de proximidad públicos como servicios del municipio.

En relación a la marca con que se presentan, los datos desvelan que solo el 24% de las E.M. con webs/blogs tiene una adecuada descripción del perfil, un 24% de ellas introduce el término “municipal”, un 10% usa la palabra “pública” y un 1% se describe “local” (Tabla 24).

La presencia en Facebook de las E.M. desde 2009 va en aumento. Las características de la red, su facilidad de uso y los recursos con los que cuenta, están permitiendo en los últimos años incorporar a la población adulta, ensanchando así el rango de edad que la utiliza. En relación a la marca de las emisoras en Facebook, los datos mejoran con un 49% de una descripción adecuada de perfil; y un 44% introduciendo el concepto “municipal”. Las palabras “pública” y “local” son las menos utilizadas.

Tabla 24: Incidencia de la marca de E.M. en las redes sociales *online*

Descripción de la marca E.M.	Total E.M. Operativas con web/blog (% sobre 83 E.M.)	Total E.M. Operativas con Facebook (% sobre 77 E.M.)	Total E.M. Operativas con Twitter (% sobre 55 E.M.)
Descripción adecuada del perfil	20 (24%)	38 (49%)	36 (65%)
Introduce concepto "municipal"	20 (24%)	34 (44%)	32 (58%)
Introduce concepto "pública"	8 (10%)	2 (3%)	2 (4%)
Introduce concepto "local"	1 (1%)	3 (4%)	2 (4%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

En relación a Twitter, los datos son más relevantes a la hora de identificar esta red social con el medio público, llegando a un 65% de emisoras con una descripción adecuada del perfil y un 65 % de cabeceras que incluyen “municipal, pública o local”.

5.5. El uso de recursos audiovisuales y contenidos *online* por las Emisoras Municipales Operativas

En este punto, diagnosticamos la tipología de contenidos publicados, centrándonos en contenidos informativos, de opinión y podcasts, al tiempo se contabilizan las comunicaciones que incentiven la participación ciudadana y, en el caso de las webs, blogs y Facebook, la publicación de la programación.

Una segunda consideración que se ha tenido en cuenta es el uso y el tipo de contenidos audiovisuales en las publicaciones que se elaboran en apoyo de la información y del entretenimiento. Por último y no menos importante, se precisa la frecuencia de actualización de las redes, fundamental para una presencia activa y dinamizadora.

La variedad de contenidos y recursos que actualmente utilizan las Emisoras Operativas en su quehacer como medios de proximidad revela la intención de las emisoras de apoyar la información que vuelcan en la Red, lo que les permite una mayor interconectividad con los ciudadanos.

5.5.1. Tipología de contenidos y recursos audiovisuales utilizados en las redes sociales *online*

El uso de las páginas web o blogs destaca por un mayor contenido informativo y la reproducción de información emitida, trasladando a texto las noticias emitidas por las radios en un 92% y la utilización del podcast en un 77%. Asimismo, es importante el número de emisoras que publican la programación del medio (59%) en un ejercicio de transparencia de contenidos (Tabla 25).

Sobre el uso de recursos audiovisuales, el audio es el que mayor prevalencia tiene (91%) por la incidencia de uso de los podcast, seguido de las imágenes de apoyo a las noticias (78%). Aparece menor utilización de vídeos que en las otras redes analizadas (37%), considerando que hay emisoras con más de una red en funcionamiento.

Tabla 25: Tipología de contenidos y uso de recursos audiovisuales en las webs/blogs de las E.M. Operativas

Provincia	E.M con web/blog	Información (% total E.M. web/blog)	Opinión (% total E.M. web/blog)	Podcast (% total E.M web/blog)	Publica programación (% total E.M. web/blog)	Contenidos participativos/ apelativos (% total E.M. web/blog)	Audio (% total E.M. web/blog)	Vídeo (% total E.M. web/blog)	Imagen (% total E.M. web/blog)
Andalucía Occidental									
Cádiz	11	11	–	9	6	–	11	7	9
Córdoba	13	12	1	9	8	4	12	4	11
Huelva	9	9	4	6	5	4	8	1	6
Sevilla	12	11	3	11	8	1	10	4	9
Sub Total	45	43	8	35	27	9	41	16	35
Andalucía Oriental									
Almería	5	4	–	3	2	–	5	1	4
Granada	13	11	1	8	5	1	13	4	9
Jaén	6	6	1	6	3	2	4	2	5
Málaga	14	13	2	12	12	3	13	8	12
Sub Total	38	34	4	29	22	6	35	15	30
Total	83	77 (92%)	12 (15%)	64 (77%)	49 (59%)	15 (18%)	76 (91%)	31 (37%)	65 (78%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

En el estudio de la incidencia de las E.M. en Facebook⁵, la red social con más penetración en Andalucía, y una de las más dinámicas para las emisoras. En la misma línea que en las páginas web, se potencia la información (100%) y los podcast (92%). Los temas de opinión (32%) aumentan con respecto a los datos encontrados en las webs/blogs y los contenidos participativos (35%) también. Un dato digno de resaltar es el número de comentarios diarios que se registraron durante una semana del periodo analizado, ya que alcanzaba una media de 270 (Tabla 26).

Tabla 26: Tipología de contenidos y uso de recursos audiovisuales en Facebook de las E.M. Operativas

Provincia	E.M. con Facebook	Información (% E.M. Facebook)	Opinión (% E.M. Facebook)	Podcast/ programación (% E.M. Facebook)	Contenido participativo (% E.M. Facebook)	Audio (% E.M. Facebook)	Vídeo (% E.M. Facebook)	Imagen (% E.M. Facebook)
Andalucía Occidental								
Cádiz	13	13	–	13	1	13	11	14
Córdoba	11	11	1	9	4	9	5	11

⁵ Sevilla y Málaga ocupan la cuarta y quinta posición nacional en el número de usuarios de Facebook con 560.000 y 460.000, respectivamente. En el *top ten* nacional también está Granada, que cuenta con 320.000 usuarios en la conocida red social. A más distancia, Córdoba (200.000 usuarios), Almería (174.000) o Huelva (114.000). Significativo es el caso de localidades como Jerez de la Frontera o Dos Hermanas, que también aparecen en este ranking con 72.000 y 46.000 usuarios.

Curiosamente, estos datos no se repiten en la otra red social analizada, Twitter. Córdoba es la capital más tuitera y cuarta a nivel nacional con nada menos que 213.000 usuarios. Le siguen Sevilla (168.000), Málaga (108.000), Granada (75.000), Almería (38.000) y Huelva (30.500). En: andaluciacompromisodigital.org/blog.

Provincia	E.M. con Facebook	Información (% E.M. Facebook)	Opinión (% E.M. Facebook)	Podcast/ programación (% E.M. Facebook)	Contenido participativo (% E.M. Facebook)	Audio (% E.M. Facebook)	Vídeo (% E.M. Facebook)	Imagen (% E.M. Facebook)
Huelva	10	10	5	10	5	10	6	9
Sevilla	12	12	4	12	6	9	9	12
Sub Total	46	46	10	44	16	41	31	46
Andalucía Oriental								
Almería	5	5	2	4	3	4	3	4
Granada	9	9	5	9	2	8	6	9
Jaén	7	7	2	6	2	5	5	7
Málaga	10	10	6	10	5	10	5	9
Sub Total	31	31	15	29	12	27	19	29
Total	77	77 (100%)	25 (32%)	73 (92%)	28 (35%)	68 (88%)	50 (64%)	75 (97%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Los datos de Twitter convierten a esta red social en una potente voz de las E.M. en comparación de las anteriores. El total de radios con ella trabaja contenidos de información; los contenidos de opinión son un 56%, la réplica de contenidos, un 93%, y los contenidos interactivos, 67%, porcentajes que se asemejan a los altos índices de uso de audio (96%), imagen y vídeo (Tabla 27).

Tabla 27: Tipología de contenidos y uso de recursos audiovisuales en Twitter de las E.M. Operativas

Provincia	E.M. con Twitter	Información (E.M. Twitter)	Opinión (E.M. Twitter)	Contenidos emitidos (E.M. Twitter)	Contenidos interactivos (E.M. Twitter)	Audio (% E.M. Twitter)	Vídeo (% E.M. Twitter)	Imagen (% E.M. Twitter)
Andalucía Occidental								
Cádiz	6	6	2	6	3	6	2	6
Córdoba	7	7	1	6	2	5	2	7
Huelva	8	8	6	7	8	8	3	8
Sevilla	11	11	10	11	9	11	4	11
Sub Total	32	32	19	29	22	30	11	32
Andalucía Oriental								
Almería	2	2	2	2	3	2	1	2
Granada	7	7	2	6	3	7	3	7
Jaén	4	4	3	4	2	4	1	-
Málaga	10	10	5	10	7	10	9	10
Sub Total	23	23	12	22	15	23	14	19
Total	55	55 (100%)	31 (56%)	51 (93%)	37 (67%)	53 (96%)	25 (45%)	51 (92%)

Fuente: Elaboración propia. 2014.

De acuerdo con los resultados obtenidos, las emisoras que sobresalen por su mayor dinamismo en la región son San Juan de Aznalfarache (Sevilla), Marbella y Mijas (Málaga), Albolote e Iznájar (Granada).

5.5.2. Frecuencia de actualización de las redes sociales *online*

Los resultados se potencian si tenemos en cuenta el nivel de actualización de las redes. Abrir una red social *online* y no mantenerla actualizada baja la percepción de las emisoras en general. Pese a ello, la actividad que presentan las activas en todos los rangos de población es alta.

Unos de los retos de las E.M. es la gestión que realicen de las redes sociales *online* creadas. Los resultados demuestran que no todas están activas y que el uso de recursos necesita de personas con formación para dinamizarlas. La gente de los medios de comunicación debe formarse en técnicas relacionales específicas para proporcionar servicios que incidan sobre la gente, para ser capaces de obtener información de los usuarios y para saber cómo analizarlos con el fin de gestionarlos en beneficio de ellos en la producción de información y en prestación de servicios.

Una herramienta no actualizada perjudica a la percepción de conjunto; por eso, es más recomendable cerrar la aplicación o nombrar a un responsable de la misma, lo que en muchos casos supone un impedimento, sobre todo en emisoras pequeñas.

Los resultados de la frecuencia de actualización en las webs/blogs nos revelan que un 63% de emisoras actualiza diaria o frecuentemente sus contenidos. Por el contrario, un 37% de las webs o blogs abiertos no tienen ningún tipo de actualización. La motivación para abrir redes sociales es lógica en la tendencia actual, pero el mantenimiento de la misma pocas veces se ha tenido en cuenta por los gestores (Tabla 28).

Tabla 28: Frecuencia de actualización en web/blog de las E.M. Operativas

Frecuencia de actualización	web/ blog	% total E.M. web/blog	Facebook	% total E.M. Facebook	Twitter	% total E.M. Twitter
Actualización diaria	38	46%	49	64%	34	62%
Actualización frecuente	14	17%	15	19%	11	20%
Actualización nula	31	37%	13	17%	10	18%

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Sin embargo, encontramos en el rango de menos de 10.000 habitantes emisoras que mantienen las webs/blogs en estado de actualización diaria, como Radio Matías Prats de Villa de Río en la provincia de Córdoba.

En cuanto a la actualización de contenidos en Facebook, aumenta a un 83% la diaria y frecuente, lo que la sitúa como la más activa de las redes utilizadas. Pero la nula actualización de 13 páginas inactivas (17%) afecta al conjunto. En Twitter la actualización diaria o frecuente es de un 82% y la nula actualización de un 18%. Como ya hemos dicho, la inactividad de una red no solo genera frustración en los internautas interesados, sino que también exterioriza, en algunos casos, la pasividad de las emisoras en su actividad en el dial. Las emisoras de las provincias de Sevilla y Málaga presentan los mayores niveles de actualización en este apartado.

5.6. Actividad de los usuarios, amigos y seguidores de las Emisoras Municipales en su actividad online

La usabilidad de las redes sociales online potencia la participación con los ciudadanos e internautas. Presentamos ahora los datos de respuesta de los usuarios en la opción de comentar las publicaciones en las tres redes, así como las E.M. con más número de seguidores en Facebook y Twitter.

5.6.1. Respuestas y participación activa de los usuarios de las redes sociales online

Unavez más, Facebook destaca con un 100% de respuesta frecuente de usuarios, seguida de Twitter (49%) y de web/blog (12%). En el trabajo de campo se perfiló la dinámica de uso de estas redes. La utilización de Facebook por varios miembros de las emisoras como administradores ayuda a sumar sinergias en la capacidad de dinamización de la red; y su elevado índice de actualización incide directamente en la respuesta frecuente de usuario, como ya hemos visto (Tabla 29).

Tabla 29: Participación de usuarios en las redes sociales online de las E.M. Operativas

Permite participación	web/blog	% total E.M. W/B	Facebook	% total E.M. FB	Twitter	% total E.M. TW
Respuesta usuario frecuente	10	12%	77	100%	27	49%
Respuesta usuario escasa	8	10%	28	36%	23	41%
Respuesta nula	63	75%	36	46%	8	14%

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Twitter es, con un 49%, la segunda mejor posicionada. Recordemos que es la red que crea más contenidos de opinión, lo que contribuye a la creación de debates sobre temas puntuales.

Las páginas webs o blogs, como se vio en el análisis de las mismas, son más la representación formal de las emisoras, pues en ellos se vuelcan sus contenidos. No olvidemos que un 37% de ellas están inactivas, pero por sus características no generan un elevado nivel de respuesta.

5.6.2. Amigos y seguidores de las Emisoras Municipales Operativas en Facebook y Twitter

Para terminar, hemos realizado una valoración de los datos de *amigos* en Facebook y *seguidores* en Twitter que nos permite saber la aceptación de estas redes por los usuarios. Hemos valuado el número de amigos y de seguidores en relación con el total de habitantes de las localidades, pero solo se trata de una aproximación, ya que podemos encontrar entre estos usuarios personas de fuera de la localidad.

Tabla 30: E.M. Operativas con más número de amigos en Facebook sobre total de población

Provincia	Municipio	Nº de amigos	Población
Jaén	La Iruela	844 (40%)	2.113
Huelva	Rociana del Condado	1914 (25%)	7.573
Jaén	Torredelcampo	3000 (21%)	14.625
Cádiz	Prado del Rey	1226 (21%)	5.941
Cádiz	Chipiona	3219 (17%)	18.860
Córdoba	La Rambla	1280 (17%)	7.640
Málaga	Pizarra	1300 (14%)	9.137

Provincia	Municipio	Nº de amigos	Población
Huelva	San Juan del Puerto	1120 (13%)	8.374
Huelva	Puebla de Guzmán	400 (13%)	3.124
Almería	Berja	1522 (10%)	15.388
Cádiz	Barbate	1836 (8%)	22.928
Sevilla	Gelves	783 (8%)	9.401
Córdoba	Fernán Núñez	747 (8%)	9.794
Almería	Adra	1680 (7%)	24.512
Córdoba	Iznájar	218 (5%)	4.736
Almería	Huércal de Almería	680 (4%)	16.074
Cádiz	Jerez de la Frontera	4772 (2%)	210.861

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Tabla 31: E.M. Operativas con más seguidores en Twitter sobre total de población

Provincia	Municipio	Nº de seguidores (% sobre total de población)	Población
Granada	Huétor Tájar	2002 (20%)	10.134
Jaén	Torredelcampo	2391 (16%)	14.625
Sevilla	Paradas	849 (12%)	7.065
Granada	Alfacar	651 (12%)	5.508
Cádiz	Trebujena	718 (10%)	7.041
Málaga	Casares	519 (10%)	5.331
Huelva	Bollullos Par del Condado	1300 (9%)	14.055
Huelva	Rociana del Condado	587 (8%)	7.573
Sevilla	Sanlúcar la Mayor	864 (7%)	13.127
Málaga	Campillos	583 (7%)	8.707
Huelva	Almonte	1219 (5%)	22.525
Sevilla	Guillena	592 (5%)	11.823

Provincia	Municipio	Nº de seguidores (% sobre total de población)	Población
Sevilla	Mairena del Alcor	828 (4%)	21.560
Granada	Albolote	756 (4%)	17.892
Sevilla	San Juan de Aznalfarache	565 (2,6%)	21.439
Sevilla	La Rinconada	589 (1,6%)	37.239
Málaga	Estepona	700 (1%)	65.667
Málaga	Marbella	632 (0,4%)	138.662
Málaga	Málaga	863 (0,1%)	588.030

Fuente: Elaboración propia. 2014.

El incremento de la infraestructura tecnológica en la Comunidad y los servicios de telefonía móvil e Internet, presentes en casi todo el territorio, han influido en la vertebración, pero falta darles uso, sobre todo en aquellas zonas a las que no llegan los medios tradicionales y donde la función de estos medios de proximidad es imprescindible para conseguir mayor cohesión territorial.

Las estrategias contemporáneas de comunicación de los medios de proximidad debe tener presente la tensión existente entre lo local y la creciente globalización en la que vivimos. Además, las Emisoras Municipales deben mantener su capacidad de elaborar una información local de calidad, definiendo claramente los rasgos de identidad y la cultura de la sociedad a la que se dirige. Al mismo tiempo, estas experiencias *online* les va a exigir un importante esfuerzo e inversión de recursos humanos especializados en tecnologías/Internet para seguir conservando su identidad en una sociedad más globalizada y sobrevivir en este nuevo ecosistema informativo digital.



RADIO VAIRENA

100%



6. Conclusiones

6.1 Conclusiones

La investigación ha abordado la evolución de las Emisoras Municipales en Andalucía durante el periodo 1979-2014. La transformación que han experimentado a lo largo de estos 35 años, adaptándose a nuevas realidades sociales, económicas y demográficas que se han producido en la región, ha puesto en evidencia la labor indispensable que desarrollan en la generación de modelos de participación ciudadana y en una mayor democratización de la comunicación. Su función pública les conmina a garantizarlos.

Es la suya una tarea que se lleva a cabo sobre todo en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, y se orienta a satisfacer las necesidades informativas locales y de articulación, a partir de una importante presencia de la sociedad civil en la creación de opinión y dinamización social, permitiendo en muchos casos la apropiación del medio público para y con los ciudadanos.

Las frecuencias de radios comerciales concedidas por la Junta de Andalucía desde 1985 a personas físicas y jurídicas no han configurado un mapa plural ni propio, y tampoco reflejan, en consecuencia, unas agendas informativas que incidan sobre el conjunto de la Comunidad, sus provincias, comarcas y localidades. En el caso del espacio radiofónico local, hay que considerar que la reconversión empresarial de estos medios como consecuencia de las adquisiciones y traspasos de las concesiones locales a cadenas privadas de mayor nivel y a grupos de comunicación determina que no estén en condiciones óptimas de mantener su actividad de proximidad, pues muestran una clara presencia de contenidos externos y existe una escasa o nula participación de los actores locales.

Hay que tener en cuenta además que la mayor parte de estas emisoras están en capitales de provincia, por lo que es difícil que atiendan las demandas comunicacionales de poblaciones con menos habitantes y, por tanto, con poca actividad económica. En este sentido, las emisoras locales privadas de carácter comercial están disminuyendo su presencia al ser absorbidas por las

cadena, lo que origina que la programación local sea residual, y en muchos casos inexistente, ya que se convierten en meros repetidores de contenidos.

Los resultados de la situación actual de las Emisoras Municipales en Andalucía en la investigación testimonian que, aunque con debilidades, subsisten ante los cambios que se están dando en el sector de las comunicaciones. A pesar del cierre de emisoras que nacieron en los albores de la democracia, se advierte que otras han ido tomando el relevo, con lo que se constata que las E.M. aún tienen peso significativo en la elaboración de una comunicación de proximidad de calidad.

Las E.M. en Andalucía no han dejado de crecer desde sus inicios; así lo prueban las 313 licencias concedidas en la actualidad. El número de emisoras en funcionamiento se mantiene prácticamente igual desde 1998 en la región. El mantenimiento de 150 emisoras abiertas, de las cuales 116 son E.M. Operativas (118 al cierre de este documento), ha supuesto un esfuerzo conjunto de ayuntamientos y ciudadanos, algo que demuestra el importante papel que están representando.

Hemos constatado que, en los últimos años, las E.M. han satisfecho parte de las necesidades de cobertura de medios de comunicación social de proximidad, pero su puesta en servicio ha estado repleta de accidentes por falta de medios técnicos, de gestión transparente o de voluntad política, todo lo cual ha impedido la formación de iniciativas económicamente viables y adaptadas a un entorno con demandas variables y cada vez más diversas y globales.

El momento actual, caracterizado por una desvertebración comunicacional, requiere fortalecer y reconstruir la significancia que representa una comunicación destinada a ofrecer un servicio a la ciudadanía y a facilitar una articulación territorial, socioeconómica y cultural que favorezca procesos democratizadores y participativos.

El modelo de concentración audiovisual supone que los medios de información de masas, que no de comunicación, incidan desde la política y la economía en debilitar y desprestigiar los sistemas públicos, así como también influyen a la población en la creación de imaginarios que facilitan un mayor control social, pues se basan más en la desinformación que en la comunicación. El debilitamiento de la capacidad para gestar un discurso propio sobre el territorio y para poder debatir profundamente su realidad es la causa de muchos de los problemas en una zona que, pese a su fuerte identidad, está marcada por la colonización de contenidos.

La creación de paradigmas impuestos, como “el desarrollo”, deviene en modelos de crecimiento que entrañan la imposición de imaginarios ajenos, ha restringido una mejor comprensión de las nuevas realidades a las que nos enfrentamos y ha limitado la aparición de nuevas ofertas comunicacionales de carácter innovador que favorezcan afrontar los retos sociales.

El mapa electoral que se configura después de las elecciones municipales de mayo de 2015 permite albergar esperanzas en las nuevas formaciones políticas, surgidas desde movimientos ciudadanos, que han accedido a ayuntamientos con licencias concedidas. Estos grupos políticos tienen en sus manos el gobierno de un total de 172 licencias en estados diversos: 8 emisoras están Operativas; 13, Cerradas; y 8, Licencias sin Activar. La mayoría de los programas electorales de estas formaciones asume el compromiso de reevaluar la situación de estos medios locales y, siguiendo esta línea, deberían tomarse las medidas oportunas para ponerlos en funcionamiento.

Las E.M. Operativas están realizando una gran labor en el territorio, generando más de 400 puestos de trabajo en la apuesta de los ayuntamientos por preservar este servicio público. La situación de crisis ha afectado especialmente a las emisoras con plantillas sobredimensionadas; pero, incluso a pesar de las circunstancias económicas, el mercado laboral se mantiene con mucho esfuerzo.

Convergencia tecnológica

Los efectos de la actual crisis económica están exigiendo ajustes y adaptación de una sociedad construida en épocas de bonanza. Además del impacto social que supone la elevada tasa de paro y la marginación de importantes colectivos y zonas geográficas, nos encontramos con acelerados cambios en los usos y hábitos de los tradicionales medios de comunicación, a favor de los modernos, y en las costumbres de la población respecto al acceso a los medios, como consecuencia del continuo avance de las nuevas tecnologías de la información.

Los desafíos a los que se enfrentan las E.M. con la convergencia tecnológica, la competencia y la actividad que algunas están desarrollando en Internet y en las redes sociales *online*, demandan mayor cualificación y formación de sus trabajadores. Resulta imprescindible mantener y defender el espacio radioeléctrico y, por otro lado, conseguir conjugar la globalización desde lo local en su actividad digital, sin perder su función de medios públicos de proximidad. La disminución de la brecha digital en la región, la mejora de las infraestructuras tecnológicas y los servicios de telefonía móvil e Internet han actuado en la vertebración territorial, sobre todo en aquellas zonas a las que no llegan los medios tradicionales y en las que el papel de estos medios de cercanía se hace indispensable para una mayor cohesión de la región.

Observando la tensión entre lo local y lo global, las estrategias a seguir por parte de estas emisoras deberán tener en cuenta dos vías de actuación. Sin abandonar su cometido como medios de proximidad, tienen que aprovechar las posibilidades que ofrecen las tecnologías en la producción de una comunicación de calidad, y a la vez lograr el sostenimiento de su identidad. Por eso es un importante reto para los profesionales de la comunicación de proximidad generar mensajes que apoyen y complementen las actuales tensiones locales, que ofrezcan una rápida integración de sus habitantes en sociedades cada vez más cambiantes y que, en la misma línea, ayuden a desvelar y denunciar los mensajes con otros intereses más alejados de los ciudadanos.

Voluntarismo

El alto volumen de colaboradores y colectivos que participan de manera voluntaria en las emisoras –más de mil– confirma el interés de agentes sociales, asociaciones ciudadanas, minorías, ONGs, etc. y da significado a estos medios comprometidos con un modelo participativo y en la difusión de nuevas realidades, demandas e ideas emprendedoras, fomentando así la integración de las poblaciones.

Las funciones que ejercen los colaboradores en las emisoras son variadas: desde el mantenimiento a la programación; y es en este último campo donde destaca su participación, con más de 800 programas de diversidad temática realizados por ellos en las E.M. Operativas. Con esto cumplen una de las primeras premisas de la comunicación de proximidad: apropiarse del espacio mediático.

Estos espacios de intercambios, propuestas, demandas y ofertas de información/comunicación, no solo refuerzan lo local, sino que también tienen una proyección hacia el exterior ante las nuevas demandas globales, formalizando el sentido de la función pública del medio.

Externalización

Una de las grandes debilidades que se expone en la investigación es la privatización de las ondas públicas locales, lo que hemos denominado la Externalización. La actual falta de mecanismos de control obstaculiza un mayor aprovechamiento de la valiosa tarea que realizan. La renovación de las licencias se ha venido produciendo de manera automática, sin sopesar los incumplimientos que han forzado a modificar las condiciones indicadas en las concesiones.

Las 34 E.M. Externalizadas/privatizadas, las 93 E.M. Cerradas y las 68 Licencias sin Activar, un total de 195 licencias, confirman la mala gestión de las mismas, una práctica que infringe la normativa vigente y desgasta al conjunto de las E.M. Esta situación no es solo responsabilidad de los ayuntamientos, pues la Junta de Andalucía y el Consejo Audiovisual son corresponsables de ella.

Consejo Audiovisual y Junta de Andalucía

Los datos evaluados en el marco de la investigación nos invitan a recomendar un aumento del control de las licencias adjudicadas para un uso acorde con lo que debe ser un servicio de radiodifusión público y para establecer mecanismos que activen las licencias que no han sido puestas en marcha o cuyas emisoras han sido cerradas.

Esto sucede porque la renovación de las licencias se hace de manera automática, incumpliendo la Orden de 12 de julio de 2002 que regula el procedimiento de renovación de las concesiones de emisoras de radiodifusión. Resulta evidente que los organismos competentes no han controlado el estado de las licencias.

Las actuaciones de la Junta de Andalucía y el Consejo Audiovisual, aunque tienen conocimiento de este hecho, no han fortalecido los procesos de seguimiento y control de las E.M. Externalizadas y manifiestamente ilegales.

El Consejo Audiovisual de Andalucía, como autoridad audiovisual en la Comunidad, reconocida en el artículo 131 del estatuto de Autonomía y “encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados”, no ha prestado el suficiente interés en el mal uso que se está haciendo de las licencias públicas de radio externalizadas, una reclamación permanente desde la sociedad civil de las poblaciones afectadas.

En este sentido, abogamos por una mayor implicación, tanto de la Junta de Andalucía como del Consejo Audiovisual, en el seguimiento del estado de las emisoras públicas locales, hacia la búsqueda de la mejora y la defensa del pluralismo en las prestaciones de los medios de comunicación social dentro de nuestra región. Con ello, se respetarían las indicaciones de la Unión Europea, que recomienda a los gobiernos el establecimiento de mecanismos que contribuyan a potenciar los medios locales e independientes, y mecanismos que favorezcan la pluralidad geográfica, desde el compromiso de los medios a la publicación de códigos deontológicos y a la transparencia de la propiedad.

Responsabilidad de los ayuntamientos

Paralelamente, consideramos que es responsabilidad de los gobiernos corporativos, cualquiera que sea su signo político, determinar el funcionamiento de una emisora pública, que debe estar destinada a principios básicos de fortalecimiento de lo local y de democratización mediática y ciudadana. Los responsables de las corporaciones locales deberían apostar por la mejora de infraestructuras de las E.M. Abiertas y por la apertura de las Cerradas o sin Activar. Las tecnologías y los bajos costes del equipamiento radiofónico lo hacen viable en la situación actual.

Según lo expuesto, definimos dos áreas que afectan directamente al funcionamiento de las E.M. en su obligación de servicio público y que tienen consecuencias en el estado de las mismas: la financiación y la participación ciudadana.

Financiación

El debilitamiento del mercado laboral de las E.M., los casos de externalización y la poca visibilidad de poner en valor la comunicación local son consecuencia en gran parte de la financiación con que cuentan estas emisoras. En esta línea

hay que seguir trabajando: en la consideración de que la comunicación local no es solo una obligación de los municipios.

Por esta razón, se tienen que implementar sistemas de financiación claras, transparentes y seguras, de corresponsabilidad institucional, con el fin de garantizar la perdurabilidad de estos proyectos de comunicación local y para evitar la fragilidad en la que se encuentran.

Una vía posible sería a través del uso de las E.M. como canal de la publicidad institucional, en una geografía donde no llegan otros medios. La publicidad institucional regulada por la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, tiene entre sus cometidos: a) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales. b) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos. c) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.

Como vemos, su misión principal es la de comunicarse con los ciudadanos, informar de políticas activas, socializar hábitos de gobierno y de transparencia; por lo tanto, tiene la obligación de estar en todos los medios y en todos los ámbitos. Si es así y para que llegue a toda la población, deberían concretarse herramientas de redistribución de esta publicidad para incluir a las E.M., convirtiéndose en una opción de financiación indudable.

Por otro lado, las instituciones regionales y provinciales, entre ellas las Diputaciones, en su cometido de “asegurar la prestación integral y adecuada en la totalidad del territorio provincial de los servicios de competencia municipal” y “la asistencia y cooperación jurídica, económica y técnica a los Municipios, especialmente los de menor capacidad económica y de gestión”, también podrían contribuir a la financiación de estos medios locales.

Si solo los ayuntamientos financian a las E.M., su economía va a resultar casi siempre deficitaria. Hoy día, los consistorios a duras penas tienen recursos suficientes para atender todas las implementaciones de políticas que se les exigen: de igualdad, de consumo, de género y otras, más las derivadas de los servicios básicos que tienen que cubrir.

En los diversos presupuestos autonómicos, la comunicación como tal no está contemplada como un servicio. Actualmente, la comunicación local es solo de competencia local. Sin embargo, debería estar contemplada como una obligación del marco presupuestario de la Comunidad Autónoma.

Para que este cambio se realice, es responsabilidad de los ayuntamientos y del Gobierno regional, así como de sus instituciones, valorar la comunicación como un activo intangible de valor cultural en favor de las localidades. La incumbencia de la comunicación local no debería ser exclusiva de los ayuntamientos.

Participación

Hemos visto a lo largo de todo el estudio que la participación y la apropiación son los ejes fundamentales de una comunicación horizontal. Los datos del IRSCOM revelan que la participación ciudadana está concentrada en las emisoras que ejercen su labor en poblaciones de menos de 50.000 habitantes, por lo que cabe proponer la definición de mecanismos de intervención ciudadana a partir de códigos éticos deontológicos, mediante los cuales no pueda impedirse que los ciudadanos estén presentes en la realización y la producción de contenidos en los medios públicos locales.

Estos códigos éticos pueden ser fijados por las propias emisoras, ya sea a través de proyectos o propuestas que presenten los ciudadanos o a partir de unos códigos marco que luego se adapten a cada una de ellas, según su capacidad, talla censal o los criterios que se consideren oportunos.

Los indicadores, como el ejemplo del IRSCOM introducido en el capítulo 5,

pueden ser utilizados orientativamente para la valoración y además para incentivar la participación ciudadana en estos medios.

Transparencia

Siguiendo con el IRSCOM, vemos que una de las grandes debilidades de los radios es la ausencia de transparencia en el campo de la Gestión. Mientras se estime la comunicación como una prestación intangible menor frente a otros servicios municipales, los ciudadanos no van a apreciar las inversiones municipales en los medios locales como un servicio más de los ayuntamientos.

Otro dato que analizar es la carencia de consejo asesor en el 92% de las E.M. Operativas, cuando uno que estuviera integrado por agentes locales ayudaría a reforzar la comunicación local como un bien público.

Otra flaqueza es la publicación de la memoria de las emisoras, ya sea por la poca estimación que tienen de la comunicación local como servicio, o por dejadez, lo que limita las posibilidades de esta. La creación del Servicio del Portal de Transparencia en la Nube va a permitir al 96% de las E.M. cumplir en este aspecto. Solo falta la voluntad política.

Por un mayor reconocimiento Institucional

El quehacer de los medios locales públicos, privados y comunitarios ha sido, en nuestra opinión, reconocido tardíamente por la Junta de Andalucía en sus normativas, una legislación que todavía no se ha resuelto del todo. Ahora mismo, se exterioriza un renovado espíritu de reconocimiento. El trabajo de la EMA-RTV en estos últimos treinta años ha resultado primordial. Recordemos que hasta el momento cuenta con más de cien socios entre E.M., TV locales públicas, comunitarias, y medios locales privados. En este sentido, apoyar financieramente el asociacionismo es también responsabilidad de las

instituciones autónomas. Es preciso valorar el trabajo que realiza EMA RTV, que en la actualidad es la única asociación activa en el territorio, que trabaja para y con las emisoras, en la producción e intercambio de programas entre sus asociados.

La convocatoria por segundo año consecutivo de la edición de los Premios Andalucía de Comunicación Audiovisual Local está ofreciendo visibilidad a estos medios. En ella se afirma: “Con estos premios, la Junta de Andalucía quiere distinguir aquellos trabajos realizados desde medios de comunicación audiovisuales andaluces de carácter local que reflejen estos valores desde una perspectiva de proximidad, a la que en muchas ocasiones no alcanzan las programaciones generalistas de los grandes medios de comunicación”¹. No podemos sino esperar que estos premios y el interés perduren y se reflejen en las políticas públicas, en la legalización de los medios del Tercer Sector, en la financiación y en la validación de la comunicación local en un futuro próximo.

Políticas públicas

Como hemos visto, la tardía legalización, casi 20 años después de la primera E.M. en el territorio, no ha disminuido el interés por estos medios locales. El mantenimiento en el tiempo de las emisoras en funcionamiento ha soportado el envite de serias dificultades en financiación. Andalucía, como las demás Autonomías, tiene plena competencia sobre los servicios públicos locales de comunicación audiovisual. Así, las Emisoras Municipales constituyen el único referente de modelo comunitario contemplado legalmente.

Los medios del Tercer Sector se hallan entre las asignaturas pendientes de la democracia. Andalucía debe legislar desarrollando competencias propias; con ello no se perjudica a ningún operador y se da amparo a los medios de

¹ Orden de 4 de agosto de 2015, por la que se convoca la II Edición de los Premios Andalucía de Comunicación Audiovisual Local con cargo al ejercicio 2015.

proximidad. Esto es una deuda con el derecho a la comunicación y la cultura y el derecho de acceso a la información/comunicación, que han de aplicarse en acatamiento de la Constitución, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las directivas y recomendaciones de la UE y otras normativas, pero la falta de voluntad política no deja de mantenerlas en la marginalidad.

El inicio de la tramitación parlamentaria de la nueva Ley del Audiovisual en Andalucía permitirá reconocer la labor que históricamente están realizando las emisoras ciudadanas y comunitarias, nada reconocidas durante los últimos cuarenta años en la legislación audiovisual.

Se impone la activación de planes de políticas públicas que reactiven este sector esencial en una Comunidad Autónoma que cuenta con casi 800 municipios y que todavía ofrece un grave déficit de medios de información local. Este hecho no sólo impide el conocimiento de la realidad más próxima, sino que dificulta los instrumentos necesarios de participación ciudadana, principio que se marcaron las emisoras municipales desde su origen como radios libres y comunitarias. El Gobierno regional sí tiene competencias administrativas y, por tanto, la ocasión de visibilizar el fomento de medidas de apoyo que posibiliten la consolidación de un tejido para la integración y el desarrollo democrático de la sociedad.

La Comunidad andaluza necesita mantener activas sus políticas de cohesión y vertebración social y, en el caso de los medios de comunicación, continuar la apuesta por modelos más horizontales y participativos, imprescindibles para propiciar dinámicas integradoras y articuladoras de su territorio. Asimismo, precisa disponer de herramientas de comunicación que ofrezcan mayor discrecionalidad para garantizar el acceso de su población a estas propuestas que, aunque tienen una gran participación, no han sido de uso prioritario para la ciudadanía, ni tampoco se han aprovechado en toda su dimensión las infraestructuras en su haber.

La nueva Ley de Andalucía debería contemplar estos mecanismos de participación ciudadana y de financiación. Por eso, los indicadores de rentabilidad social, en la medición de buenas prácticas comunicacionales, se hacen indispensables en las propuestas de fomento en este campo.

Indicadores de rentabilidad social

La propuesta del indicador IRSCOM en la medición de la rentabilidad social de los medios no es aplicable solo a los medios públicos. El Laboratorio de Comunicación y Cultura está trabajando en su aplicación a medios comunitarios y privados en el último año, y no solo en España sino también en Latinoamérica, en colaboración con agentes de los diversos sectores, lo que está demostrando la flexibilidad en el uso de la herramienta, con el ánimo de generar incidencia desde la innovación social y con la intención de corregir déficits democráticos.

El cumplimiento de la normativa y de los pliegos de condiciones por parte de las E.M. debería ser reconocido con una mención de calidad, fundamentada en indicadores de buenas prácticas que determinen la rentabilidad social del medio. Sin duda, la utilización de indicadores como el IRSCOM sería de gran ayuda en las mediciones.

Continuidad de las investigaciones

Como mencionamos al principio de investigación, el campo de las E.M. es activo y variable en el tiempo. El hecho de que se desarrollen en entornos de poco interés para los estudios de audiencia y para el mercado publicitario no puede llevarnos a infravalorar su propuesta comunicativa. Tenemos que seguir trabajando y manteniendo las siguientes líneas de investigación:

- Seguimiento de la evolución del Mapa de las Emisoras Municipales en Andalucía, detectando los cambios e incidencias ante una nueva etapa de cambios políticos y sociales.
- Continuar evaluando la presencia de las E.M. en el uso de las redes sociales *online*, hacia la consecución de sus objetivos: fortalecer y visibilizar la comunicación pública local, y fomentar la participación ciudadana.
- Seguir realizando mediciones de rentabilidad social con el indicador IRSCOM en las Emisoras Municipales proponiendo nuevas aplicaciones del mismo en otros sectores de medios.

Uno de los retos a los que se enfrenta el grupo de investigación COMandalucía es el de elaborar herramientas específicas en la medición de audiencias de los medios locales. Para ello, en la última convocatoria de proyectos I+D del Ministerio de Economía y Competitividad, hemos propuesto un proyecto con el siguiente objetivo: Desarrollo de indicadores de medición de rentabilidad social en los medios audiovisuales a partir del IRSCOM, con apoyo de aplicaciones (apps) para el análisis cualitativo sobre grados de satisfacción de los usuarios.

Hay todavía trabajo por hacer. A través de esta investigación, hemos intentando exponer que las E.M. son esenciales para propiciar en la región una comunicación más democrática y con participación ciudadana que contribuya al fortalecimiento de la vertebración territorial. En este sentido, creemos fundamental defender el derecho de acceder a una comunicación plural y horizontal, aquella en que la Radio Pública Local (o Emisoras Municipales) representa el medio idóneo para movilizar y dar espacios a los ciudadanos donde puedan crear imaginarios propios y no impuestos. En definitiva, se trata aquí de defender una comunicación que abra puertas y ventanas, que tienda puentes, que acoja en su seno aspiraciones e inquietudes, que se apropie del progreso y también lo construya, y que estimule la construcción ciudadana.





7. Bibliografía

7.1. Libros / monografías

AA.VV. (2009): *Libro blanco de la radio local pública*. Barcelona, Generalitat de Catalunya/Federación de Radios Locales de Catalunya.

ÁLVAREZ MÉNDEZ, J.M. (1986): “Investigación cuantitativa/investigación cualitativa: ¿una falsa disyuntiva?: en COOK, T.D. y REICHARDT, CH. (eds.): *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid, Morata.

BADILLO, Á. y PÉREZ ALEAJOS, M. (2012): “Estructura del mercado radiofónico español. Transformaciones y tendencias del clivaje público/privado en el sistema radiofónico”, en GALLEGO, J.I. y GARCÍA LEIVA M.T.: *Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo XXI*. Madrid, IORTVE.

BEL MALLÉN, J.I. (1990): *El derecho a la información local*. Madrid, Ciencia 3 Distribución.

BELTRÁN, L.R. (2012): *Democracia y comunicación*. La Paz, Servicio Intercultural de Fortalecimiento democrático (SIFDE).

(2014): *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. Málaga, Luces de Galibo.

DÍAZ BORDENAVE, J. (1978): “Comunicación y Desarrollo”, en *Estrategias de Comunicación para el desarrollo rural*, Venezuela, FUDECO.

BUSTAMANTE, E. (2013): *Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona, Gedisa.

(2014): “La democratización del sistema cultural y mediático español. Ante una situación de emergencia nacional”, en CHAPARRO, M. (coord.): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA / COMandalucía.

CAMACHO, C. (2010): “Política pública: pontífices en camino de democratizar la comunicación para democratizar la sociedad”, en GUMUCIO, A. y HERRERA-MILLER, K. (coord.): *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*. , Bolivia, CIBEC. pp. 243-288.

CASTELLS, M. (1981): *Crisis urbana y cambio social*. Madrid, Siglo XXI.
(2009): *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza Editorial.

CHAPARRO, M. (1997): “El futuro de las radios y televisiones locales en el panorama público y alternativo”, en CHAPARRO, M. (ed.): *Radiotelevisión pública local y alternativa. Perspectivas*. Sevilla, EMA-RTV.

(1998): *Radio pública local*. Madrid: Fragua.

(2015): *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Bogotá, Ediciones Desde Abajo.

CHAPARRO, M., OLMEDO, S., GABILONDO, V. (2014): “Los impactos en Comunicación-Cultura de las radios públicas locales en Andalucía. El Índice de Rentabilidad”, en MARTINELL, A. (coord.): *Impactos de la dimensión cultural en el desarrollo*. Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación de la Universidad de Girona, pp. 163-186.

CEBRIÁN HERREROS, M. (2001): *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona, Gedisa.

CONTRERAS, A. y CARRASCO, D. (2006): *Transiciones de la libertad de expresión al derecho a la comunicación*. La Paz, Azul Editores.

DAN, E. (2010): *Todo va a cambiar*. Barcelona, Ediciones Deusto.

DE LA MOTA, I. (1988): *Función social de la información*. Madrid, Ediciones Paraninfo.

FONTCUBERTA, M. y MOMPART, J.L. (1983): *Alternativas y comunicación. Críticas de experiencias y teorías*. Barcelona, Mitre.

FRANQUET, R. (1989): “La radio: del desafío democrático al desafío tecnológico”, en ÁLVAREZ TIMOTEO, J.: *Historia de los medios de comunicación en España*. Barcelona, Ariel Comunicación.

FRANQUET, R. y MARTÍ, J. (1985): *La radio, de la telegrafía sin hilos a los satélites (cronología 1780-1984)*. Barcelona, Mitre.

GABILONDO, V. (2013): “Las Emisoras Municipales en Andalucía: Antecedentes, situación y ciudadanía”, en VALLE, E. (coord): *La historia y su comunicación persuasiva*. Madrid, Visión Libros.

(2015): “La construcción de territorio y ciudadanía por las radios públicas locales en Andalucía”, en CHAPARRO, M. (coord.): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA / COMandalucía.

GEERTS, A. y VAN OYEN, V. (2001): *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito, Asociación Latinoamericana de Educación y Radiofónica ALER.

GUERRERO, F. (2014): “Vertebración territorial y participación: asignatura pendiente de las políticas de comunicación”, en CHAPARRO, M. (coord.): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA/ COMandalucía.

JARVIS, J. (2015): *El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias en el futuro?* Barcelona, Ediciones Gestión 2000.

LEWIS, P y MITCHELL, C. (2014): “Fomento de la cohesión social: el papel de los medios de comunicación comunitarios”, en CHAPARRO, M. (coord.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA/ COMandalucía.

LÓPEZ, P. y MORILLO, M.J. (2005): “Derecho a la información y democracia en el marco de la globalización neoliberal: bibliotecas, archivos y medios de comunicación de masas”, en LÓPEZ LÓPEZ y GIMENO PERELLÓ, J. (coords.): *Información y conocimiento y bibliotecas en el marco de la globalización neoliberal*. Gijón, Ediciones Trea.

MACÍÁ, J. (1993): *La comunicación regional y local*. Madrid, Ciencia 3 Distribución.

MARÍ SÁEZ, V. (2011): *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*. Madrid, Editorial Popular.

MATTELART, A. (1973): *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. México, Siglo veintiuno.

(1993): *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid, Fundesco.

(2011): *Para un análisis de las prácticas de comunicación popular*. Colección Artillería del Pensamiento. Buenos Aires, Creative Commons.

(2014): *Por una mirada-mundo. Conversaciones con Michel Sènechal*. Barcelona, Gedisa.

MERRIL, J. y FRIEDLANDER, E.J. (1992): *Medios de comunicación social*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

MORAGAS, M. (1988): *Espais de Comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona, Edicions 62.

(2011): *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona, Gedisa.

MOMPART, J.L. (2014): “Los indicadores de calidad en periodismo” en CHAPARRRO, M. (coord.): *Medios de proximidad: Participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA/COMandalucía, pp. 349-372.

NAFRÍA, I. (2007): *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona, Ediciones Deusto.

NIETO, A. e IGLESIAS, F. (2000): *Empresa informativa*. Barcelona, Ariel.

NOS ALDÁS, E. (2008): *Comunicación y construcción de paz*. Castellón, Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz, CEIPAZ.

OLMEDO, S. (2014): “Irscom: la responsabilidad social de los medios y la construcción de indicadores mediáticos” en CHAPARRRO, M. (coord.): *Medios de proximidad: Participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA/ COMandalucía.

PASQUALI, A. (1970): *Comprender la comunicación*. Caracas, Monte Ávila Latinoamericana.

(2011): *La comunicación mundo. Releer un mundo transfigurado por las comunicaciones*. Zamora, Ediciones Comunicación Social.

PEÑAFIEL SAIZ, C. (ed.): *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. Bilbao, Universidad del País Vasco.

PERLA, J. (2006): “Medios públicos para espacios públicos en una era de grandes cambios”, en ALFARO, R.M. (ed): *De lo estatal a lo público: ¿De quién y para qué?* Lima, Calandria.

PRADO, E. (1981): “El movimiento por la libertad de emisión en España”, en BASSETS, LL. (ed): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona, Gustavo Gilli, pp. 237-255.

(1994): “El nuevo sistema radiofónico y la configuración del Estado: la sintonía de la radio español”, en VV.AA.: *Comunicación Social Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Madrid, Fundesco, pp. 235-239.

QUESADA, A. PAREDES, R. (2006): “Hacia medios públicos en el Perú, una ruta histórica compleja”, en ALFARO, R.M. (ed.): *De lo estatal a lo público: ¿De quién y para qué?* Lima, Calandria.

REICH, S. (1997): “Allemansradio: la radio local asociativa en sueca”, en CHAPARRO, M. (ed.): *Radiotelevisión pública local y alternativa, perspectivas*. Sevilla, EMA-RTV.

RONCAGLIOLO, R. (2006): “Medios públicos del estado”, en ALFARO, R.M. (ed.): *De lo estatal a lo público: ¿De quién y para qué?* Lima, Calandria.

SENECAL, M. (1986): *Télevisiones y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*. Barcelona, Mitre.

TAPSCOTT, D. (1998): “Promesas y peligros de la tecnología digital” en CEBRIÁN, J.L.: *La Red, cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*. Madrid, Taurus.

TOUSSAINT, E. (2006): *Banco Mundial, el golpe de estado permanente*. Barcelona, El Viejo Topo.

VÁZQUEZ MEDEL, L. (1999): “Los medios de comunicación y la construcción social de la realidad”, en CHAPARRO, M. (ed.): *La democratización de los medios*. Sevilla, IMEDEA.

VIDAL BENEYTO, J. (ed.) (1979): *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

VILLAMAYOR, C. y LAMAS, E. (1998): *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito, AMARC/FES.

7.2. Revistas / Actas de congresos

ALCALÁ, M. (2013): “Impacto de la concentración mediática en el pluralismo informativo”. *Derecom. Nueva Época* 15, septiembre-noviembre, pp. 64-76.

Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4399150> (Consulta: 05/05/14).

ALFONZO, A. (1996): “A la ciudad para el ciudadano por la comunicación”, documento presentado en el Fórum Imágenes e imaginarios urbanos: propuestas de comunicación para la ciudad. UNESCO y la Asociación de Comunicadores Sociales, Calandria, Lima.

ARBOLEDAS, L. (2009): “Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas”. *Revista Latina de Comunicación Social* 64, pp. 909-925. Disponible en:

http://www.revistalatinacs.org/09/art/870_UGR/71_107_Luis_Arboledas.html (Consulta: 04/03/2014).

(2010): “Concentración y dependencia en la radio privada andaluza”. *Ámbitos* 19, pp. 219-242. Disponible en:

<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos19/13arboledas.pdf> (Consulta: 04/03/14).

BELTRÁN, L.R.: “Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años”. Disponible en: <http://comsocialup.com/documentos/desarrollo.pdf> (Consulta: 14/03/14).

BONET, M. (2004): “¿Quién teme a la radio local?”. *Quaderns del CAC* 18. ISSN-e 1138-9761, pp. 39-47. Disponible en:

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q18bonet_ES.pdf (Consulta: 09/09/13).

(2005): “La radio española 1994–2004. Una década de consolidación y desencanto”. *Sphera Pública* 005, pp.59–70. Disponible en:
<http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/22/32>
 (Consulta: 10/09/13).

BRISSET MARTÍN, D. (2012): “Ubicación científica del estudio de las obras audiovisuales”. Disponible en: http://eprints.ucm.es/16085/1/Ubicaci%C3%B3n_cient%C3%ADfica_del_estudio_de_las_obras_audiovisuales_-_Brisset.pdf
 (Consulta: 02/09/14).

CEREZO, J.M. y ZAFRAJ, M. (2003): “El impacto de Internet en la prensa”. *Cuadernos Sociedad de la Información* 3. Madrid, Fundación AUNA. pp. 3–10. Disponible en:
<http://fundacionorange.es/documentos/analisis/cuadernos/IMPACTO.pdf>.
 (Consulta: 20/08/13).

CHAPARRO, M. (2012): “Medios de comunicación y democracia”. *Commons, Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital* 1. pp. 2–14. Disponible en:
<http://sejo61.uca.es/No%201%20COMMONS%20Chaparro.pdf>
 (Consulta: 10/11/14).

CHAPARRO, M. y GARCÍA, A. (2012): “Desregulación y concentración. Presente inmediato del audiovisual en España”. *Revista Audiovisual, Comunicación para la Inclusión* 1, Buenos Aires, pp. 32.

CISNEROS, J. (2002): “El concepto de la comunicación: el cristal con que se mira”. *Ámbitos* 7–8, 2º semestre 2001 – 1º semestre, pp. 49–82. Disponible en:
<http://centro.us.es/grehcco/ambitos07-08/cisneros.pdf> (Consulta: 05/10/13).

COLLADO, F. (2008): “La influencia de las radios y televisiones comunitarias en la construcción de la ciudadanía”. *Ámbitos* 17, pp. 209–224. Disponible en:
<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos17/13Collado.pdf> (Consulta: 03/03/14).

COROMINAS, M. y LLINÉS, M. (1992): “La experiencia catalana de radiotelevisión local. Un importante fenómeno social y comunicativo”. *Télos* 30, Julio, Fundación Telefónica España. Disponible en:
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_030/index_030.html?inves_documento.html (Consulta: 08/10/13).

DELGADO BARRIENTOS, O. y SAIZ, J. (2009): “Radiografía de las emisoras de radio municipales de la Comunitat Valenciana”, en Actas del IV Congreso de la Cibernsiedad: Crisis analógica, futuro digital. Observatorio para la Cibernsiedad. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/radiografia-de-las-emisoras-de-radio-municipales-de-la-comunitat-valenciana/728/> (Consulta: 20/08/12).

DEL VALLE, C. (1997): “Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina”. *Redes.com* 4, pp. 113-130. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671395> (Consulta: 25/08/12).

FRAU-MEIGS, D. (2005): “El retorno de los Estados Unidos al seno de la UNESCO: ¿Flexibilidad o endurecimiento ante el fantasma de McBride?”. *Quaderns del CAC* 21, pp. 101-111. Disponible en: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q21fraumeigs_es.pdf (Consulta: 21/06/14).

GABILONDO, V. (2013): “La radio pública local en Andalucía: una oportunidad para la participación ciudadana”. *Historia y Comunicación Social* 18, pp. 257-270. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/issue/view/2497> (Consulta: 20/04/14).

(2013): “La radio pública local en Andalucía: historia y participación ciudadana”, en Actas del Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad Hoy. Madrid, Universidad Complutense.

(2014): “Mapa de las Radios Públicas Locales en Andalucía”. *Cuadernos del Audiovisual* 3, *Medios públicos, cultura y democracia en tiempos de crisis*. Sevilla, Consejo Audiovisual de Andalucía, pp. 58-59. Disponible en: <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/publicaciones/estudios/2014/03/cuadernos-del-audiovisual-n-3-medios-publicos-cultura-y-dem> (Consulta: 15/02/15).

GABILONDO, V. y OLMEDO S. (2011): “Desafíos actuales de la radio pública de proximidad”, en Actas del II Congreso Internacional de Comunicación Audiovisual y Publicidad: Crisis y políticas. La radiotelevisión pública en el punto de mira. Disponible en:

http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros_gratuitos_en_pdf/Ciencias_Sociales/Actas%20finales%2025-6-13%20Congreso%20Comunicacion.pdf (Consulta: 01/03/12).

(2012): “*Mapa de la radio pública local e indicadores de buenas prácticas*”, en Actas del IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Tenerife, Universidad de La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación, pp. 1-16. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas.html. (Consulta: 14/05/13).

(2014): “Índice de Rentabilidad Social: un reto para las radios” en Actas del IV Congreso Internacional de la AE-IC. Bilbao, Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Universidad del País Vasco. pp. 790-802. Disponible en: http://www.aeic2014bilbao.org/download/aeic2014bilbao_comunicaciones.pdf (Consulta: 17/05/2014).

GARCÍA CASTILLEJO, Á. (2006): “Una laguna fundamental del sistema democrático. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España”. *Télos* 68, Fundación Telefónica España. Disponible en: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=7&rev=68.htm> (Consulta: 25/07/14).

(2014): Informe sobre el impacto que sobre los servicios audiovisuales prestados por las entidades locales pudieran derivarse de la entrada en vigor de la Ley de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local. EMA-RTV. Disponible en: http://www.emartv.es/sileyadministracionlocal/Informe_Experto_Incidencia_Ley_Administracion_Local.pdf (Consulta: 15/07/15).

GARCÍA, J. (2013): “Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España”. *Revista adComunica* 5, pp. 11-131. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4273448> (Consulta: 02/09/14).

GARCÍA MATILLA, A. (2001): “Educación y comunicación” en Escuela y Sociedad Ponencia inaugural de las Jornadas de Formación del Profesorado convocadas bajo el enunciado *Lenguajes, comunicación y técnicas*. Gobierno de Cantabria, Consejería de Educación y Juventud. Dirección General de Juventud. Disponible en: http://www.uned.es/ntedu/asignatu/7_Agutin_G_Matilla1.html (Consulta: 03/06/13).

GARCIA, J., REGUERO, N. y SÁEZ, CH. (2012): “Radios y televisiones del tercer sector de la comunicación en la historia de la legislación española. ¿un proceso reversible?”, en Actas del Congreso AEIC 2012: Comunicación y riesgo. Tarragona, Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Universitat Rovira i Virgili, pp.1-15. Disponible en: http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/398.pdf (Consulta: 04/04/2015).

GERBALDO, J. (2010): “Hacia una cartografía de radios comunitarias”. *Diálogos de la Comunicación* 82. Disponible en: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3728273.pdf (Consulta: 15/09/2013).

GIRARD, B. (2012): *RadioApasionad@s: Experiencias de radio comunitaria en el mundo*. Versión 1.0, Bruce Girard y Comunica (eds.). Disponible en: <http://www.comunica.org/apasionados/pdf/radioapasionados.pdf> (Consulta: 1/09/15).

GUTIÉRREZ, D. (2009): “La construcción de indicadores como problema epistemológico”. *Cinta de Moebio* 34, Universidad de Chile, pp. 16-36. Disponible en: <http://www2.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/> (Consulta: 15/09/14).

IGLESIAS GONZÁLEZ, F. (2004): “Concentración radiofónica en España”. *Communication & Society* 17 (1), Universidad de Navarra, pp. 77-113. Disponible en: Radio Broadcasting concentration in Spain. *Communication & Society* 17 (1), 77-113. http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=75 (Consulta: 09/09/13).

KAPLÚN, M. (1978): “Cassette-Foro, un sistema de comunicación participativa”. Primer seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Uruguay, pp. 29-42. Disponible en: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2433/2431> (Consulta: 23/06/15).

KROHLING, C. (2001): “Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía”. *Signo y pensamiento* 18, Universidad Javeriana, pp. 82-93. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/860/86011717008.pdf> (Consulta: 03/05/14).

(2006): “Radio comunitaria, educacion y desarrollo social”. *Contratexto digital* 5, Universidad de Lima, pp. 1-19. Disponible en: <http://www3.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/pdf/07.pdf> (Consulta: 04/05/14).

LLOBET, M. (2010): “La proximidad activa como vector en los procesos de comunicación social”, comunicación presentada en el VII Congreso de Escuelas Universitarias de Trabajo Social en abril 2010, Gijón. Disponible en: http://www.ub.edu/hscatreballsocial/sites/default/files/pdfs/recursos/m_llobet_la_proximidad_activa_vector_procesos_inclusion_social.pdf (Consulta: 06/10/14).

LÓPEZ GARCÍA, X. (1990): “La información de proximidad en la sociedad global. Estrategias de comunicación local en la era global o como mantener la identidad en un mundo global”. *Revista Latina de Comunicación* 13, pp. 1-6. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/14oxose.htm> (Consulta: 05/11/14).

LÓPEZ, X., GALINDO, F. y VILLAR, M. (1998): “El valor social de la información de proximidad”. *Revista Latina de Comunicación Social* 7, pp. 1-7. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm>. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/9787/1/LOPEZ-MORILLO.pdf> (Consulta: 20/11/13).

MARÍ SÁEZ, V. (2010): “El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitario”. *Razón y Palabra* 15. ISSN-e 1605-4806. N.º. 71, 2010. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf (Consulta: 20/11/14).

MARÍ SÁEZ, V., MACÍAS, B; CAÑETE, F. y CEBALLOS, G. (2014): “Los medios públicos en Andalucía como termómetros de la calidad democrática”. *Periférica* 15, ISSN 15-77-1172, Universidad de Cádiz, pp. 153-175. Disponible en: <http://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/17144> (Consulta: 21/09/15).

MARTÍNEZ TERRERO, J. (2006): “Teorías de Comunicación”. Ciudad Guayana, Venezuela, pp. 1-100. Disponible en: http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf (Consulta: 05/09/12).

MATTELART, A. (2006): “Pasado y presente de la Sociedad de la Información. Entre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información”. *Telos* 67, Fundación Telefónica España. Disponible en: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/autorinvitadoimprimible.asp?idarticulo=1&rev=67.htm> (Consulta: 07/05/14).

MORAGAS, M. y otros (2005): “El Informe McBride, 25 años después. Contexto y contenido de un debate inacabado”. *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya CAC* 21, enero-abril, pp. 5-14. Disponible en:

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q21_ES.pdf

(Consulta: 21/06/14).

MURÚA, A. y VAN WINGERDEN, M. (1982): “Comunicación y Desarrollo”. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, abril-mayo 1982, pp.26-31. Disponible en:

<http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1686/1706>.

(Consulta: 13/06/15).

RIDINGER, M. (2010): “Panorama legal en la Unión Europea: Las competencias del servicio público y los nuevos medios”, *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review* 3-4, pp. 23-40. Disponible en:

http://www.infoamerica.org/icr/no3_o4/ridinger.pdf (Consulta: 10/02/15).

TOMÁS OLALLA, F. (2004): “Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado de los medios audiovisuales”. *Zer* 16, Vol. 9. pp. 45-56. Disponible en:

<http://www.ehu.eus/zer/eu/hemeroteca/gaia/Revisin-crtica-de-las-relaciones-entre-pluralismo-y-mercado-en-los-medios-audiovisuales/218> (Consulta: 13/02/15).

VARELA, J. (2009): “Redes, Plataformas y Algoritmos”. *Cuadernos de Comunicación Evoca* 1, *La revolución de la prensa digital*, pp. 23-28. Disponible en:

<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos1.pdf> (Consulta: 08/09/14).

VOSS, J.M. (2008). “Pluraler Rundfunk in Europa – ein duales System für Europa?”, en DÖRR, D. y FINK D. (eds.): *Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht*, Vol. 33, Frankfurt; en RIDINGER, M.: *Las competencias del servicio público*. Disponible en: http://www.infoamerica.org/icr/no3_o4/ridinger.pdf

(Consulta: 10/02/15).

7.3. Material consultado en Internet

AMARC (2010): “Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual”. Disponible en: http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40_Principios_diversidad_pluralismo_libro.pdf (Consulta: 05/10/2013).

ASOCIACIÓN DE EMISORAS MUNICIPALES Y CIUDADANAS DE ANDALUCÍA DE RADIO Y TELEVISIÓN (EMA-RTV). Disponible en: <http://www.emartv.es/manifiesto/> (Consulta: 01/02/14).

COMISIÓN EUROPEA (1992): “Libro verde sobre pluralismo”. Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-93-351_es.htm?locale=en (Consulta: 13/07/14).

Europa 2020: Iniciativas emblemáticas para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Disponible en: http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/smart-growth/index_es.htm (Consulta: 01/07/14).

(2011): “Pluralismo y libertad de medios de comunicación”, resumen de las conclusiones y recomendaciones del Grupo Alto Nivel (HLG). Disponible en:

<http://www.fesp.org/index.php/noticias/item/4510-conclusiones-y-recomendaciones-del-grupo-de-alto-nivel-hlg-sobre-pluralismo-y-libertad-de-medios-de-comunicaci%C3%B3n-en-europa> (Consulta: 13/07/14).

COMMUNICATION RIGHTS IN THE INFORMATION SOCIETY: “Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información”, traducido del inglés por Antonio Pasquali, edición Roberto Ricattaneo y APC. Disponible en: <http://sociedadciviltorreón.pbworks.com/w/page/17161506/Carta%20de%20CRIS> (Consulta: 07/03/15).

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (2014): Barómetro Audiovisual de Andalucía. CCA. Sevilla, CAA. Disponible en: <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/publicaciones/barometro/2015/05/barometro-audiovisual-de-andalucia-2014> (Consulta: 25/08/15).

CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978. Disponible en:

<http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=20&tipo=2> (Consulta: 14/09/13).

DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN LOCAL. Disponible en: <http://mapainfopublica.com/es/page/dec%C3%A1logo-de-buenas-pr%C3%A1cticas-de-la-comunicaci%C3%B3n-local-p%C3%BAblica> (Consulta: 12/09/15).

DECLARACIÓN DE FRIBURGO (2007). Observatorio de la Diversidad y los Derechos Culturales. Universidad de Fribourg. Disponible en: http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals239.pdf (Consulta: 04/05/14).

DECRETO 138/1981, de 14 de diciembre, regulando la concesión de emisoras de radiodifusión (institucionales y privadas) en ondas métricas con frecuencia modulada. *Boletín Oficial del País Vasco*. Disponible en:

https://www.euskadi.eus/bopv2/datos/1981/12/s81_0112.pdf (Consulta: 01/11/14).

DECRETO 82/1981, de 10 de abril, prorroga el plazo establecido en el Decreto de la Generalidad 175/1980, de 3 de octubre, para la resolución de las solicitudes de concesión de emisoras de frecuencia modulada relativas a la primera fase del Plan Técnico Transitorio de Radiodifusión Sonora en ondas métricas de frecuencia modulada; y el 83/1981, de 13 de abril, desarrolla la segunda fase de dicho Plan Técnico, ambos publicados en *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* núm. 121, 15 de abril de 1981.

DECRETO 14/83: modificación de 12 de enero. Disponible en: <http://www.juntadeandaluca.es/boja/1983/67/d1.pdf> (Consulta: 02/11/14). En enero de 1983 el Decreto 14/1983, modificó parte del decreto anterior facultando “una nueva convocatoria de solicitudes de concesión de emisoras de Radiodifusión-Institucionales y Privadas- en Ondas Métricas con Frecuencia FM. Posteriormente el DECRETO 159/1983 de 10 de agosto, sobre concesión de emisoras de frecuencia modulada, en *BOJA*. Disponible en:

<http://www.juntadeandalucia.es/boja/1983/67/d1.pdf> (Consulta: 28/10/14).

DECRETO 76/1989 de 4 de abril, de convocatoria para la concesión de emisoras de frecuencia modulada en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1989/30/1> (Consulta: 05/10/14).

DECRETO 202/1991 de 5 de noviembre, regula la concesión para la gestión indirecta por parte de las Corporaciones Municipales del servicio de radiodifusión sonora. Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/1991/04/09/pdfs/A10607-10608.pdf> (Consulta: 05/10/14).

DECRETO 174/2002, de 11 de junio, regula el régimen de concesión de emisoras y la prestación de servicios por parte de los concesionarios. Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/75/1> (Consulta: 06/10/14).

DIARIO DE SESIONES Nº 3 (1982). Parlamento de Andalucía. Disponible en: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=diario&id=13753> (Consulta: 01/12/14).

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. RAE. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicaci%C3%B3n> (Consulta: 09/09/13).

INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA: Censo de población y vivienda. Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/censo2011/index.htm> (Consulta: 23/12/2013).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE): Datos de población de Andalucía y Poblaciones de hecho hasta 1991. Disponible en: <http://www.ine.es/FichasWeb/RegMunicipios.do?fichas=4&inputBusqueda=&comunidades=8997&provincias=5&botonCargaMuni=Cargar+Municipios>, y en <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=580&dh=1> (Consulta: 04/05/12).

JUNTA DE ANDALUCÍA: Mesa para la Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual en Andalucía (MOISA). Disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Mesa_Ordenacion_3-12-13.pdf (Consulta: 06/08/15).

LABORATORIO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN PARA LA CIUDADANÍA PLURAL. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://labcom-publica.info/es> (Consulta: 25/08/15).

LEY 31/1987 de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones. *BOE* 303. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1987-28143> (Consulta: 26/11/14).

LEY 7/85, de 2 de abril, Reguladora de las bases de régimen local. *BOE* 80. Disponible en: <http://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-5392-consolidado.pdf> (Consulta: 11/12/14).

LEY 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. *BOE* 79. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> (Consulta: 02/03/12).

LEY 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública en Andalucía. *BOJA* 124. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2014/124/1> (Consulta: 02/10/15).

LEY ORGÁNICA 6/1981, de 30 de diciembre Estatuto de Autonomía para Andalucía. *BOE* 9. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=-BOE-A-1982-633> (Consulta: 10/07/12).

LEY ORGÁNICA 11/1991, del 8 de abril, de organización y control de emisoras municipales de radiodifusión sonora, Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1991/99/boletin.99.pdf> (Consulta: 11/12/14).

MAPA INFOPARTICIP@: Calidad y transparencia de la comunicación pública. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://mapainfoparticipa.com/es> (Consulta: 08/04/15).

NACIONES UNIDAS (2005): Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones. Santiago de Chile. Disponible en: https://www.itu.int/en/ITU/Statistics/Documents/partnership/CoreICTIndicators_s.pdf (Consulta: 06/05/15).

ORDEN de 10 de febrero de 2003, regula el procedimiento de concesión de emisoras de radiodifusión a los Ayuntamientos de Andalucía. *BOJA*. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/37/2/> (Consulta: 11/11/14).

ORDEN de 12 de julio de 2002, regula el procedimiento de renovación de las concesiones de emisoras (desarrolla lo dispuesto en el decreto 174/2002). Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/89/1> (Consulta: 11/11/14).

ORDEN de 10 de febrero de 2003, por la que se regula el procedimiento de concesión de las emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia a los Ayuntamientos de la Comunidad Autónoma de Andalucía. *BOJA*. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/37/2> (Consulta: 12/11/14).

ORDEN de 14 de marzo de 2003, por la que se aprueba el mapa de comarcas de Andalucía. Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/59/> (Consulta: 04/03/12).

PARLAMENTO EUROPEO (2008): Resolución de 25 de septiembre, sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea. Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0459+0+DOC+XML+Vo//ES> (Consulta: 02/03/15).

REAL DECRETO 2664/1977, de 8 de octubre sobre libertad de información general por las emisoras de radiodifusión. *BOE*. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1977/10/25/pdfs/A23386-23387.pdf> (Consulta: 05/11/14).

REAL DECRETO 2648/1978 del 27 de octubre. Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. *BOE* 268. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1978/11/09/pdfs/A25636-25637.pdf>

REAL DECRETO 1433/1979, de 8 de junio. Plan Técnico Transitorio del Servicio de Radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/1979/06/18/pdfs/A13500-13501.pdf> (Consulta: 20/11/14).

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL DE ESPAÑA: Sentencia 26/1982, de 24 de mayo de 1982, promovida por el Gobierno de la Nación contra el Decreto 138/1981 del Gobierno Vasco, sobre concesión de emisoras de radiodifusión en ondas métricas con frecuencia modulada. Disponible en: <http://hj.tribunalconstitucional.es/HJ/el-GR/Resolucion/Show/SENTENCIA/1982/26> (Consulta: 23/10/14).

Sentencia 44/1982, de 8 de julio de 1982. Disponible en:

<http://hj.tribunalconstitucional.es/HJ/eu-ES/Resolucion/Show/SENTENCIA/1982/44> (Consulta: 23/10/14).

UNESCO (1960): Conferencia General, París. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001145/114583s.pdf> (Consulta: 16/04/14)

(1982): Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia mundial sobre políticas culturales. 26 de julio-6 de agosto, México D.F. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf (Consulta: 18/03/15).

(2005): Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las expresiones culturales.

Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf> (Consulta: 25/09/14).

(2006): Radiotelevisión de Servicio Público: Un Manual de Mejores Prácticas. Disponible en:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf> (Consulta: 23/09/14).

(2008): Indicadores del Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. PIDC (Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación). Disponible en:

http://portal.unesco.org/ci/en/files/26032/12338326957media_development_indicators_publication_SP.pdf/media_development_indicators_publication_SP.pdf (Consulta: 05/08/14).

(2012): Indicadores de calidad de las emisoras públicas – Evaluación contemporánea. Serie Debates. Disponible en:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002166/216616S.pdf>
(Consulta: 18/04/15).

UNIÓN EUROPEA (1997): Tratado de Amsterdam por el que se modifica el Tratado de la Unión Europea, tratados constitutivos de las comunidades europeas. Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-es.pdf> (Consulta: 10/10/14).

(2000): Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf (Consulta: 10/10/14).

(2007): Informe sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea (2007/2253). Comisión de Cultura y Educación. Disponible en:

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A6-2008-0303&language=ES> (Consulta: 12/11/13).

(2011): Proyecto de Informes sobre la Carta de la UE: normas para la libertad de los medios de comunicación. Disponible en:

http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/libe/pr/914/914699/914699es.pdf (Consulta: 08/11/14).





8. Anexos

8.1. Listado de Tablas y Gráficos

Capítulo 2 Contexto de la Emisoras Municipales

- Gráfico 1 Características de los medios *online* frente a los tradicionales
- Gráfico 2: Evolución de la preferencia de medio de comunicación como principal fuente de información
- Gráfico 3: Evolución de la preferencia de medio de comunicación como principal proveedor de entretenimiento

Capítulo 3 Evolución histórica de las Emisoras Municipales en Andalucía

- Tabla 1: Emisoras Municipales en funcionamiento en 1983
- Tabla 2: Relación de las 37 emisoras que completan en Andalucía el PTT de 8 de junio de 1979. Pendientes de asignación
- Tabla 3: Adjudicaciones definitivas del PTT/79 en abril de 1984
- Tabla 4: Radios “piratas” municipales en junio de 1984
- Tabla 5: Emisoras Municipales en funcionamiento en 1984
- Gráfico 1: Gobierno municipal y emisoras abiertas en 1984
- Tabla 6: Evolución de las E.M en Andalucía entre 1984-1989
- Tabla 7: Evolución de las E.M en Andalucía durante 1996-1998
- Gráfico 2: Reparto de E.M. después de las elecciones municipales de 1995, consolidadas en 1998
- Tabla 8: Distribución de partidos gobernantes en municipios con E.M. en Andalucía en 1998
- Tabla 9: Emisoras abiertas en Andalucía en 1998 por rango de población

Capítulo 4 Situación actual de las Emisoras Municipales en Andalucía

Tabla 1:	Licencias concedidas en Andalucía Occidental/Oriental. Municipios y población
Tabla 2:	Licencias de E.M. por provincias
Tabla 3:	Número de licencias por municipios y rangos de población
Gráfico 1:	Situación de las E.M. en Andalucía en 2014. Total: 311 licencias concedidas
Tabla 4:	Situación de las E.M. en Andalucía en 2014
Gráfico 2:	Mapa de las Radios Públicas Locales
Gráfico 3:	Andalucía Occidental/Oriental. E.M. por categorías
Tabla 5:	Andalucía Occidental/Oriental. E.M. por categorías
Tabla 6:	Situación de las Emisoras Municipales por provincias y municipios
Tabla 7:	Emisoras Municipales por rangos de población
Tabla 8:	Situación de las Emisoras Municipales por provincia y número de comarcas
Tabla 9:	Número de comarcas CON y SIN E.M. Operativas
Tabla 10:	Comarcas SIN E.M. Operativas
Gráfico 4:	Crecimiento de emisoras en funcionamiento entre 1983-1998
Tabla 11:	Crecimiento de E.M. en funcionamiento por provincias entre 1983-2014
Gráfico 5:	Gobiernos corporativos y emisoras en funcionamiento entre 1983-2014
Tabla 12:	Evolución de las E.M. en funcionamiento/ Gobiernos corporativos
Tabla 14:	Gobiernos municipales y situación de emisoras con licencia concedida
Tabla 15:	Gobiernos municipales y licencias “sin uso” como E.M. por rangos de población
Tabla 16:	La externalización de las E.M. Variaciones en 2014/2015
Tabla 17:	Variación del Mapa de las E.M en 2014-2015

- Tabla 18: Nuevo reparto de gobiernos corporativos con E.M.
Elecciones municipales en mayo 2015
- Tabla 19: Situación de las Emisoras Municipales por provincias tras la
celebración de las elecciones municipales de mayo 2015

Capítulo 5 Rentabilidad Social y participación ciudadana en las Emisoras Municipales Operativas

- Tabla 1: Puntuación en Gestión / IRSCOM
- Tabla 2: Puntuación en Capital Social / IRSCOM
- Tabla 3: Puntuación en Articulación Territorial / IRSCOM
- Tabla 4: Puntuación en Programación / IRSCOM
- Tabla 5: Puntuación en Presencia en Internet / IRSCOM
- Tabla 6: Puntuación en Infraestructura / IRSCOM
- Tabla 7: Puntuaciones de la Rentabilidad Social IRSCOM
- Gráfico 1: Representación gráfica del IRSCOM
- Tabla 8: Rangos valoración IRSCOM
- Tabla 9: Total de E.M. evaluadas con IRSCOM por rango de población
- Tabla 10: Total de E.M. evaluadas con IRSCOM según Gobierno local
- Tabla 11: Resultados en Gestión / IRSCOM
- Gráfico 2: Representación gráfica del IRSCOM de Radio Ubrique
- Tabla 12: Resultados en Capital Social / IRSCOM
- Gráfico 3: Representación gráfica del IRSCOM de Radio Guadalquivir
- Tabla 13: Resultados en Articulación Territorial / IRSCOM
- Tabla 14: Resultados en Programación / IRSCOM
- Tabla 15: Programas realizados por colectivos y colaboradores en las
E.M. Operativas
- Gráfico 4: Representación gráfica del IRSCOM de Radio Guadalquivir
- Tabla 16: Variedad temática en la programación de las E.M. Operativas
- Tabla 17: Resultados Presencia en Internet / IRSCOM
- Tabla 18: Resultados satisfacción en equipamiento / IRSCOM
- Tabla 19: Resultados en Infraestructuras y servicios / IRSCOM
- Gráfico 5: Representación Gráfica del IRSCOM de Radio Casares

Tabla 20:	Ranking del IRSCOM de las emisoras mejor clasificadas en enero 2014
Tabla 21:	Ranking del IRSCOM de E.M. mejor clasificadas en diciembre 2014-abril 2015
Tabla 22:	E.M. Operativas y su presencia en las redes sociales <i>online</i> por provincias
Tabla 23:	E.M. Operativas y su presencia en las redes sociales <i>online</i> por rango de población
Tabla 24:	Incidencia de la marca de E.M. en las redes sociales <i>online</i>
Tabla 25:	Tipología de contenidos y uso de recursos audiovisuales en las web/blogs de las E.M. Operativas
Tabla 26:	Tipología de contenidos y uso de recursos audiovisuales en Facebook de las E.M. Operativas
Tabla 27:	Tipología de contenidos y uso de recursos audiovisuales en Twitter de las E.M. Operativas
Tabla 28:	Frecuencia de actualización en web/blogs de las E.M. Operativas
Tabla 29:	Participación de usuarios en las redes sociales <i>online</i> de las E.M. Operativas
Tabla 30:	E.M. Operativas con más número de amigos en Facebook sobre total de población
Tabla 31:	E.M. Operativas con más seguidores en Twitter sobre total de población

8.2. Listado de Anexos

Capítulo 3 Evolución histórica de las Emisoras Municipales en Andalucía

Anexo 1:	Emisoras Municipales en funcionamiento en 1996
Anexo2:	Emisoras Municipales en funcionamiento en 1998

Capítulo 4 Situación actual de las Emisoras Municipales en Andalucía

Anexo 3:	Emisoras Municipales Operativas en 2014
Anexo 4:	Emisoras Municipales Externalizadas en 2014
Anexo 5:	Emisoras Municipales Cerradas en 2014
Anexo 6:	Emisoras Municipales Licencia sin Activar en 2014
Anexo 7:	Comarcas con E.M. por categorías Andalucía Occidental
Anexo 8:	Comarcas con E.M. por categorías Andalucía Oriental
Anexo 9:	Situación de las E.M. por Gobierno municipal Población menos de 10.000 habitantes
Anexo 10:	Situación de las E.M. por Gobierno municipal Población entre 10.000 – 20.000 habitantes
Anexo 11:	Situación de las E.M. por Gobierno municipal Población entre 20.000 – 50.000 habitantes
Anexo 12:	Situación de las E.M. por Gobierno municipal Población más 50.000 habitantes

ANDALUCÍA OCCIDENTAL:

Anexo 13:	Provincia y Comarcas de Cádiz Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 32
Anexo 14:	Provincia y Comarcas de Córdoba Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 33
Anexo 15:	Provincia y Comarcas de Huelva Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 27
Anexo 16:	Provincia y Comarcas de Sevilla Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 46

ANDALUCÍA ORIENTAL:

Anexo 17:	Provincia y Comarcas de Almería Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 47
-----------	--

- Anexo 18: Provincia y Comarcas de Granada
Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 58
- Anexo 19: Provincia y Comarcas de Jaén
Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 30
- Anexo 20: Provincia y Comarcas de Málaga
Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 38
- Anexo 21: Manifiesto en defensa de las Emisoras Municipales y
Ciudadanas de Andalucía y sus profesionales (EMA-RTV)

Capítulo 5 Rentabilidad social y participación ciudadana en las Emisoras Municipales Operativas

- Anexo 22: Resultados Gestión IRSCOM por provincias
- Anexo 23: Resultados Capital Social IRSCOM por provincias
- Anexo 24: Resultados Articulación Territorial IRSCOM por provincias
- Anexo 25: Resultados Programación IRSCOM por provincias
- Anexo 26: Resultados programas realizados por colectivos y
colaboradores por provincias
- Anexo 27: Resultados Presencia en Internet IRSCOM por provincias
- Anexo 28: Resultados en equipamiento por provincias
- Anexo 29: Resultados Infraestructura y Servicios IRSCOM por
provincias
- Anexo 30: Ranking completo IRSCOM 2014-2015
- Anexo 31: Ranking IRSCOM campo Programación 2015
- Anexo 32: Web/blogs de las E.M. Operativas
- Anexo 33: Facebook y Twitter de las E.M. Operativas

8.3. Anexos

Anexo 1: Emisoras Municipales en funcionamiento en 1996

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
Almería	Almería	Gádor (M)	Radio Andarax	107.4
	Almería	Níjar	Onda Níjar	107.4
	Alpujarra Almeriense	Alhama de Almería	Onda Níjar	107.2
	Alpujarra Almeriense	Laujar de Andarax	Radio Laujar	107.4
	Alpujarra Almeriense	Terque (M) Tabernas	Radio Azahar	107.9
	Levante Almeriense	Cuevas de Almanzora	Radio Sol	107.3
	Levante Almeriense	Huércal-Overa	Radio Huércal Overa	107.8
	Levante Almeriense	Turre (M) Los Gallardos	Onda Mediterránea	107.5
	Levante Almeriense	Vera	Vera Comunicación Radio	107.6
	Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	107.6
	Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	107.4
	Poniente Almeriense	Roquetas de Mar	Radio Ciudad	107.5
	Poniente Almeriense	Vícar	Onda Nueva	107.2
	Valle de Almanzora	Macaet	Radio Filabres	107.8
	Valle de Almanzora	Olula Del Río	Radio Olula	107.2
	Valle de Almanzora	Purchena	Onda Sur	106.1
Cádiz	Bahía de Cádiz	Chiclana de la Frontera	Radio Chiclana	107.7
	Bahía de Cádiz	Puerto Real	Radio Sol	107.1

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
	Bahía De Cádiz	San Fernando	Radio La Isla	107,9
	Campaña de Jerez	Jerez de la Frontera	Onda Jerez	101
	Campo de Gibraltar	Castellar de la Frontera	Radio Castellar	107,4
	Campo de Gibraltar	Jimena de la Frontera	Radio Onda 4	107,3
	Campo de Gibraltar	Los Barrios	Radio Los Barrios	107,2
	Campo de Gibraltar	San Roque	Radio Alameda	89,6
	Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	107,3
	Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	107,1
	La Janda	Barbate	Radio Barbate	107,4
	La Janda	Benalup-Casas Viejas	Radio Benalup	107,7
	La Janda	Conil de la Frontera	Radio Juventud	107,1
	La Janda	Medina-Sidonia	Onda Medina	107,2
	Sierra de Cádiz	Alcalá del Valle	Radio Alcalá	107,2
	Sierra de Cádiz	Arcos de La Frontera	Radio Arcos	107,8
	Sierra de Cádiz	Bornos	Radio Guadalete	107,1
	Sierra de Cádiz	El Bosque	Radio El Bosque	107,2
	Sierra de Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	107,4
	Sierra de Cádiz	Olvera	Radio Olvera	107,5
	Sierra de Cádiz	Prado del Rey	Pdr Radio	107,9
	Sierra de Cádiz	Puerto Serrano	Radio Puerto Serrano	107,8
	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Ubrique	97,6

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
Córdoba	Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro FM	107.3
	Alto Guadalquivir	Villa del Río	Matías Prats FM	107.6
	Campiña de Baena	Baena	Radio Baena	107.4
	Campiña de Baena	Castro del Río	Radio Castro FM	107.5
	Campiña Sur	Fernán-Núñez	Onda Marina Radio	107.4
	Campiña Sur	La Rambla	Onda Pasión	107.7
	Los Pedroches	Belalcázar	Uni 3 Radio	107.6
	Los Pedroches	Pozoblanco	EM De Pozoblanco	107.5
	Los Pedroches	Villanueva del Duque	Radio Guía	107.7
	Subbética	Luque	Radio Luque	107.9
	Subbética	Rute	Radio Rute	107.8
	Valle del Guadiato	Fuente Obejuna	Radio Una	107.1
	Valle del Guadiato	Peñarroya-Pueblonuevo	Radio Peñarroya Pueblonuevo	107.8
	Valle Medio del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	107.6
	Valle Medio del Guadalquivir	Posadas	Radio Posadas	107.1
Granada	Costa Tropical	Motril	Onda Sur Motril	107.7
	Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	107.1
	Loja	Huétor Tájar	Radio Huétor Tájar	107.5
	Loja	Loja	Onda Loja - Radio AlJatib	107.9
	Loja	Montefrío	Radio Montefrío	107.7
	Los Montes	Iznalloz	Radio Arana	107.8

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
Huelva	Los Montes	Montejícar	Tm Radio	107.4
	Valle de Lecrín	Dúrcal	Radio Dúrcal FM	107.6
	Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul FM	107.8
	Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote FM	105.9
	Vega de Granada	Armillá	Radio Municipal De Armilla	100.3
	Vega de Granada	Atarfe	Radio Iliberis	101.5
	Vega de Granada	Jun	Mega Radio (Radio Jun)	107.9
	Vega de Granada	Las Gabias	Rkl Radio	101.1
	Vega de Granada	Peligros	Radio Peligros FM	101.2
	Vega de Granada	Pinos Puente	Radio Cubillas FM.	107.6
	Costa Occidental	Ayamonte	Radio Ayamonte	107.7
	Costa Occidental	Cartaya	Radio Cartaya	107.2
	Costa Occidental	Isla Cristina	Radio Isla Cristina	107.5
	Costa Occidental	Lepe	Ondas De Lepe	107.8
	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera Radio Nerva	107.4
	Cuenca Minera	Minas de Riotinto	Riotinto Radio	107.8
	El Andévalo	San Bartolomé de la Torre	Onda Radio Tutankhamen	107.6
	El Condado	Beas	Radio Beas	107.7
El Condado	Bollullos Par del Condado	Radio Condado	107.4	
El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana del Condado	107.7	
El Condado	Niebla	Radio Niebla	107	

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
Jaén	Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	107
	Huelva	San Juan del Puerto	Radio San Juan EM	107.5
	Huelva	Palos de la Frontera	Radio Palos	107.6
	Sierra De Huelva	Cortegana	Radio Experimental	107.5
	Campiña de Jaén	Arjona (M)	Radio Grana	107.8
	Campiña de Jaén	Andújar	Radio Municipal de Andújar	107.1
	Campiña de Jaén	Marmolejo	Radio Marmolejo FM	107.5
	Metropolitana de Jaén	La Guardia De Jaén	Radio Montijar	107.8
	Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos EM	107.7
	Metropolitana de Jaén	Torredelcampo	Radio Torredelcampo	107.4
Málaga	Sierra Mágina	Huelma	Onda Mágina Radio	107.9
	Sierra Morena	La Carolina	Radio La Carolina	107.2
	Sierra Morena	Santa Elena	Radio Santa Elena	107.7
	Sierra Sur	Valdepeñas de Jaén	Radio Sierra Sur	107.5
	Costa del Sol Occidental	Benalmádena	Megaradio	107.5
	Costa del Sol Occidental	Benahavís	Radio Benahavís	107.9
	Costa del Sol Occidental	Estepona	Radio Estepona	107.2
	Costa del Sol Occidental	Fuengirola	Radio Municipal	107.1
	Costa del Sol Occidental	Marbella	Radio Televisión Marbella	107.6
	Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas 3.40	107.7
Málaga	La Axarquía	Algarrobo	Radio Algarrobo	107.9

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
Sevilla	La Axarquía	Benamocarra	Radio Onda Líder	107.4
	La Axarquía	Rincón De La Victoria	Radio Victoria	107.1
	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox Em	107.3
	Serranía de Ronda	Ronda	Radio Ronda	107.7
	Valle del Guadalhorce	Cártama	Onda 8 Voz Del Pueblo Em	88.8
	Valle del Guadalhorce	Casarabonela	Sierra De Las Nieves Fm	107.6
	Valle del Guadalhorce	Coín	Canal Coín Radio	107.3
	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	107.8
	Aljarafe	Olivares	Radio Olivares	98.0
	Bajo Guadalquivir	El Coronil	Radio el Coronil	107.4
	Bajo Guadalquivir	Lebrija	Radio Lebrija	102.9
	Bajo Guadalquivir	Los Palacios Y Villafranca	Radio Unión (RTV)	106.3
	Campaña de Carmona	El Viso Del Alcor	Radio Alcores	107.9
	Campaña de Carmona	Mairena Del Alcor	Radio Mairena	107.4
	Campaña de Morón y Marchena	La Puebla De Cazalla	Radio Puebla FM	107.7
	Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	107
	Campaña de Morón y Marchena	Paradas	Radio Futuro	107.2
	Écija	Cañada Rosal	Radio Cañada	107.7
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	Camas	Radio Camas	98.2
	Metropolitana de Sevilla	Castilleja de la Cuesta	Radio Nueva Castilleja	92.8

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia
	Metropolitana de Sevilla	La Puebla del Río	Radio Marisma	107.5
	Metropolitana de Sevilla	Alcalá de Guadaira	Radio Guadaira	106.6
	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Radio Gelves	94.3
	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Radio Guadalquivir	107.4
	Metropolitana de Sevilla	Valencina de la Concepción	Radio Guadiamar	87.8
	Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Aljarafe	92.0
	Sierra Norte	Aznalcóllar	Radio Aznalcóllar	107.4
	Sierra Norte	Castilblanco de los Arroyos	Radio 27	107.0
	Sierra Norte	Guillena	Radio Guillena	89.0
	Vega del Guadalquivir	Alcalá Del Río	Radio Alcalá	107.4
	Vega del Guadalquivir	Cantillana	Radio Cantillana	107.7
	Vega del Guadalquivir	Villanueva Del Río Y Minas	Radio Minera	107.4
	Vega del Guadalquivir	La Algaba	Amanecer	89.8

Fuente: Manuel Chaparro, 1996. Elaboración propia.

Anexo 2: Emisoras Municipales en funcionamiento en 1998

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
Almería	Almería	Gádor (M)	Radio Andarax	107.4	PP
	Almería	Níjar	Onda Níjar	107.4	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Alhama de Almería	Alhama Radio	107.2	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
	Alpujarra Almeriense	Láujar de Andarax	Radio Láujar	107.4	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Terque (M)	Radio Azahar	107.9	PSOE
	Levante Almeriense	Cuevas de Almanzora	Radio Sol	107.3	PSOE
	Levante Almeriense	Huércal-Overa	Radio Huércal Overa	107.8	PP
	Levante Almeriense	Turre (M)	Onda Mediterránea	107.5	IND
	Levante Almeriense	Vera	Vera Comunicación Radio	107.6	PA
	Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	107.6	PSOE
	Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	107.4	PP
	Poniente Almeriense	Roquetas de Mar	Radio Ciudad	107.5	PSOE
	Poniente Almeriense	Vícar	Onda Nueva	107.2	PP
	Valle de Almanzora	Macael	Radio Filabres	107.8	PP
	Valle de Almanzora	Olula del Río	Radio Olula	107.2	PP
	Valle de Almanzora	Purchena	Onda Sur	106.1	PSOE
Cádiz	Bahía de Cádiz	Chiclana de la Frontera	Radio Chiclana	107.7	PSOE
	Bahía de Cádiz	Puerto Real	Radio Sol	107.1	PSOE
	Bahía de Cádiz	San Fernando	Radio La Isla	107.9	PA
	Campaña de Jerez	Jerez de la Frontera	Onda Jerez	101	PA
	Campo de Gibraltar	Castellar de la Frontera	Radio Castellar	107.4	PSOE
	Campo de Gibraltar	Jimena de la Frontera	Radio Onda 4	107.3	PSOE
	Campo de Gibraltar	Los Barrios	Radio Los Barrios	107.2	IND

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
	Campo de Gibraltar	San Roque	Radio Alameda	89.6	PSOE
	Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	107.3	IND
	Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	107.1	PP
	La Janda	Barbate	Radio Barbate	107.4	IND
	La Janda	Benalup-Casas Viejas	Radio Benalup	107.7	PSOE
	La Janda	Conil de la Frontera	Radio Juventud	107.1	IU
	La Janda	Medina-Sidonia	Onda Medina	107.2	PSOE
	Sierra de Cádiz	Alcalá del Valle	Radio Alcalá	107.2	IU
	Sierra de Cádiz	Arcos de la Frontera	Radio Arcos	107.8	PP
	Sierra de Cádiz	Bornos	Radio Guadalete	106.4	PSOE
	Sierra de Cádiz	El Bosque	Radio El Bosque	107.2	PSOE
	Sierra de Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	107.4	PSOE
	Sierra de Cádiz	Olvera	Rtv Olvera	107.5	PSOE
	Sierra de Cádiz	Prado del Rey	Pdr Radio	107.9	CDS
	Sierra de Cádiz	Puerto Serrano	Radio Puerto Serrano	107.8	IU
	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Ubrique	101.0	PSOE
Córdoba	Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro FM	107.3	PSOE
	Alto Guadalquivir	Villa del Río	Matías Prats FM	107.6	IU
	Campaña de Baena	Baena	Radio Baena	107.1	PSOE
	Campaña de Baena	Castro del Río	Tv Radio Castro	107.5	PSOE
	Campaña Sur	Fernán-Núñez	Onda Marina Radio	107.4	IU

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
	Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	107.7	IU
	Los Pedroches	Belalcázar	Uni 3 Radio	107.6	IU
	Los Pedroches	Pozoblanco	La Voz de los Pedroches	91.2	PSOE
	Los Pedroches	Villanueva del Duque	Radio Villanueva	107.7	PP
	Subbética	Luque	Radio Luque	107.9	PSOE
	Subbética	Rute	Radio Rute	107.3	IU
	Valle del Guadiato	Fuente Obejuna	Radio Una	107.1	PSOE
	Valle Medio del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	107.6	PSOE
	Valle Medio del Guadalquivir	Posadas	Radio Posadas	107.1	PSOE
Granada	Costa Tropical	Motril	Onda Sur Motril	107.7	PSOE
	Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	107.1	PSOE
	Loja	Huétor Tájar	Radio Huétor Tájar	107.5	PP
	Loja	Loja	Onda Loja – Radio Al Jatib	107.9	PSOE
	Loja	Montefrío	Radio Montefrío	107.7	IND
	Los Montes	Iznalloz	Radio Arana	107.8	IU
	Los Montes	Montejícar	Tm Radio	107.4	PSOE
	Valle de Lecrín	Dúrcal	Radio Dúrcal FM	107.6	PA
	Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul FM	107.8	PSOE
	Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote FM	105.9	PSOE
	Vega de Granada	Armillá	Radio Municipal de Armilla	100.3	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
	Vega de Granada	Atarfe	Radio Iliberis	101.5	PSOE
	Vega de Granada	Jun	Mega Radio (Radio Jun)	107.9	PSOE
	Vega de Granada	Las Gabias	Rkl Radio	101.1	PSOE
	Vega de Granada	Peligros	Radio Peligros FM	101.2	IU
	Vega de Granada	Pinos Puente	Radio Cubillas FM	107.6	IU
Huelva	Costa Occidental	Ayamonte	Radio Ayamonte	107.7	PSOE
	Costa Occidental	Cartaya	Radio Cartaya	107.2	PSOE
	Costa Occidental	Isla Cristina	Radio Isla Cristina	107.5	PA
	Costa Occidental	Lepe	Ondas de Lepe	107.8	PSOE
	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera Radio Nerva	107.4	PSOE
	Cuenca Minera	Minas de Riotinto	Riotinto Radio	107.8	PSOE
	El Andévalo	San Bartolomé de la Torre	Onda Bartolina	107.6	PSOE
	El Condado	Beas	Radio Beas	107.7	PSOE
	El Condado	Escacena del Campo	Radio Luna	107.5	IU
	El Condado	Bollullos Par del Condado	Radio Condado	107.4	IU
	El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana del Condado	107.7	PSOE
	El Condado	Niebla	Radio Niebla	107.0	PSOE
	Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	107.0	PSOE
	Huelva	San Juan del Puerto	Radio San Juan EM	107.5	PSOE
	Huelva	Palos de la Frontera	Radio Palos	107.6	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
Jaén	Sierra de Huelva	Cortegana	Radio Experimental	107.5	PSOE
	Campiña de Jaén	Arjona (M)	Radio Grana	107.8	PSOE
	Campiña de Jaén	Marmolejo	Radio Marmolejo FM	107.5	PSOE
	Metropolitana de Jaén	La Guardia de Jaén	Radio Montíjar	107.8	PSOE
	Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos EM	107.7	IND
	Metropolitana de Jaén	Torredelcampo	Radio Torre Delcampo	107.4	PSOE
	Sierra Mágina	Huelma	Onda Mágina Radio	107.9	PSOE
Málaga	Sierra Morena	La Carolina	Radio La Carolina	107.2	PP
	Sierra Morena	Santa Elena	Radio Santa Elena	107.7	PSOE
	Sierra Sur	Valdepeñas de Jaén	Radio Sierra Sur	107.5	PSOE
	Costa del Sol Occidental	Benalmádena	Megaradio	107.5	IND
	Costa del Sol Occidental	Benahavís	Onda Sur Benahavís	107.9	PP
	Costa del Sol Occidental	Fuengirola	Radio Fuengirola	107.8	IND
	Costa del Sol Occidental	Marbella	Top Marbella	107.5	IND
	Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas 3.40	107.7	PSOE
	La Axarquía	Algarrobo	Radio Algarrobo	107.9	PSOE
	La Axarquía	Benamocarra	Radio Onda Líder	107.4	PSOE
	La Axarquía	Rincón de la Victoria	Radio Rincón	107.1	PP
	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox EM	107.3	IU
	Serranía de Ronda	Ronda	Radio Ronda	107.7	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
	Valle del Guadalhorce	Cártama	Onda 8 Voz Del Pueblo EM	88.8	PSOE
	Valle del Guadalhorce	Casarabonela	Radio Compás	107.6	CDS
	Valle del Guadalhorce	Coín	Canal Coín RTV	107.3	PA
	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	107.8	PP
Sevilla	Aljarafe	Olivares	Radio Olivares	98.0	PSOE
	Bajo Guadalquivir	El Coronil	Radio El Coronil	107.4	IU
	Bajo Guadalquivir	Lebrija	Radio Lebrija	102.9	PSOE
	Bajo Guadalquivir	Los Palacios y Villafranca	Radio Unión	107.2	PSOE
	Campaña de Carmona	El Viso del Alcor	Radio Alcores	107.8	PA
	Campaña de Carmona	Mairena del Alcor	Radio Mairena	107.4	PSOE
	Campaña de Morón y Marchena	La Puebla de Cazalla	Radio Puebla	107.7	PSOE
	Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	107.4	PSOE
	Campaña de Morón y Marchena	Paradas	Radio Futuro	107.2	PSOE
	Écija	Cañada Rosal	Radio Cañada	107.7	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Camas	Radio Camas	98.2	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Castilleja de la Cuesta	Radio Nueva Castilleja	92.8	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	La Puebla del Río	Radio Marisma	107.5	IND
	Metropolitana de Sevilla	Alcalá De Guadaira	Radio Guadaira	107.7	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Radio Gelves	94.3	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Onda Guadalquivir	107.4	IU

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Gobierno Local
	Metropolitana de Sevilla	Valencina De La Concepción	Radio Guadamar	87.8	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Aljarafe	92.0	PP
	Sierra Norte	Aznalcóllar	Radio Azanalcóllar	107.4	PSOE
	Sierra Norte	Castilblanco de los Arroyos	Radio 27	107.0	IU
	Sierra Norte	Guillena	Radio Guillena	89.0	IND
	Vega del Guadalquivir	Alcalá del Río	Élite Radio	107.4	IU
	Vega del Guadalquivir	Cantillana	Radio Cantillana	107.7	PSOE
	Vega del Guadalquivir	Villanueva del Río y Minas	Radio Minera	107.4	IND
	Vega del Guadalquivir	La Algaba	Radio Amanecer	89.8	IU

Fuente: Manuel Chaparro, 1998. Elaboración propia.

Anexo 3: Emisoras Municipales Operativas en 2014

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Almería	Almería	Huércal de Almería	Candil Radio	87.6	16.074	PP
	Levante Almeriense	Huércal Overa	Radio Huércal Overa	107.7	18.580	PP
	Poniente Almeriense	Adra	EM De Adra	107.7	24.512	PP
	Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	107.6	15.388	PP
	Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	107.4	83.774	PP
	Valle de Almanzora	Macael	Radio Filabres	107.8	6.018	PP
	Valle de Almanzora	Olula Del Río	Radio Olula Em	107.2	6.580	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Cádiz	Bahía de Cádiz	Chiclana de la Frontera	Radio Chiclana Em	107.7	79.839	PP
	Campaña de Jerez	Jerez de la Frontera	Onda Jerez Radio	101	210.861	PP
	Campo de Gibraltar	San Roque	Radio Alameda	89.6	29.965	PSOE
	Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	107.3	17.856	PP
	Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	107.1	18.860	PP
	Costa Noroeste	Trebujena	Radio Trebujena EM	107.7	7.041	IU
	La Janda	Barbate	Radio Barbate	107.4	22.928	PSOE
	La Janda	Benalup Casas Viejas	Radio Benalup	107.7	7.221	PSOE
	La Janda	Conil de la Frontera	Radio Juventud de Conil	107.1	21.664	IU
	La Janda	Vejer de la Frontera	Radio Vejer	107.9	12.854	PP
	Sierra de Cádiz	Alcalá del Valle	Radio Alcalá	107.2	5.294	IU
	Sierra de Cádiz	Arcos de La Frontera	Radio Arcos EM	107.8	31.496	PP
	Sierra de Cádiz	El Bosque	Radio el Bosque	107.2	2.117	PP
	Sierra de Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	107.4	2.206	PSOE
	Sierra de Cádiz	Prado del Rey	Eco Radio	107.9	5.941	PP
Córdoba	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Municipal de Ubrique	97.6	16.873	PP
	Alto Guadalquivir	El Carpio	Radio Onuba	107.5	4.590	IU
	Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro Fm	107.3	9.920	PSOE
	Alto Guadalquivir	Villa del Río	Matías Prats Fm	107.6	7.469	IND
	Campaña de Baena	Castro del Río	Radio Castro FM	107.5	8.079	IU
	Campaña de Baena	Espejo	Radio Espejo	107.3	3.578	IU

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Granada	Campaña de Baena	Nueva Carteya	Onda Carteya Radio	107	5.639	IU
	Campaña Sur	Fernán-Núñez	Onda Marina Radio	107.4	9.794	IU
	Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	107.7	7.640	IU
	Los Pedroches	Villanueva del Duque	Radio Guía	107.7	1.646	PP
	Subbética	Almedinilla	Radio Almedinilla Joven	107.9	2.510	PSOE
	Subbética	Doña Mencía	Onda Mencía Radio	107.6	5.010	PSOE
	Subbética	Iznájar	Em De Iznájar	107.6	4.736	PSOE
	Subbética	Rute	Radio Rute	107.8	10.594	PSOE
	Valle del Guadiato	Espiel	Radio Estrella FM	107.2	2.460	PP
	Valle del Guadiato	Fuente Obejuna	Radio Una	107.1	5.147	PP
	Valle Medio del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	107.6	13.595	PSOE
	Valle Medio del Guadalquivir	Posadas	Radio Posadas	107.1	7.628	PP
	Baza	Cúllar	Radio Cúllar FM	107.8	4.653	PP
	Costa Tropical	Motril	Onda Sur Motril	107.7	60.887	PP
	Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	107.1	12.790	PSOE
	Guadix	Benalúa de Guadix	Radio Kabila	107.9	3.370	PSOE
Granada	Loja	Algarinejo	Em De Algarinejo	107.4	3.413	PP
	Loja	Huétor Tájar	Radio Huétor Tájar	107.5	10.134	PSOE
	Loja	Loja	Onda Loja Radio Al Jatib	107.9	21.618	PP
	Loja	Montefrío	Radio Montefrío	107.7	6.152	PSOE
	Valle de Lecrín	Dúrcal	Radio Dúrcal FM	107.6	7.333	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul FM	107.8	8.416	PSOE
	Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote FM	105.9	17.892	PP
	Vega de Granada	Alfacar	Radio Alfaguara	107	5.508	PP
	Vega de Granada	Armillá	Radio Municipal De Armilla	100.3	22.283	PP
	Vega de Granada	Atarfe	Radio Iliberis	101.5	16.432	PSOE
	Vega de Granada	Cúllar Vega	Onda Pop Radio	93.4	7.019	PSOE
	Vega de Granada	Fuente Vaqueros	Radio La Fuente	107.2	4.325	PSOE
	Vega de Granada	La Zubia	EM de la Zubia	105.7	18.412	PP
	Vega de Granada	Maracena	Onda Maracena Radio	97.6	21.264	PSOE
	Vega de Granada	Ogijares	Radio Ogijares	101.8	13.345	IND
	Vega De Granada	Santa Fe	Radio Santa Fe	105.8	15.367	PSOE
Huelva	Costa Occidental	Ayamonte	Radio Ayamonte	107.7	20.763	PSOE
	Costa Occidental	Cartaya	Radio Cartaya	107.2	19.044	IND
	Costa Occidental	Isla Cristina	Radio Isla Cristina	107.5	21.903	PSOE
	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera Radio Nerva	107.4	5.831	PSOE
	El Andévalo	Puebla de Guzmán	Radio Andévalo	107.7	3.124	PSOE
	El Condado	Almonte	Radio Almonte Doñana Co-municación RTV	107.3	22.525	PP
	El Condado	Bollullos Par del Condado	Radio Condado	107.4	14.055	IND
	El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana del Condado	107.7	7.573	PSOE
	Huelva	Aljaraque	EM Onda Bacuta	107.4	18.937	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Jaén	Huelva	Moguer	Moguer Radio	107.9	20.418	PSOE
	Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	107	14.899	PSOE
	Huelva	San Juan del Puerto	Radio San Juan EM	107.5	8.374	PA
	Sierra de Huelva	Cortegana	Radio Experimental	107.5	4.896	PP
	Campaña De Jaén	Marmolejo	Radio Marmolejo FM	107.5	7.380	PSOE
	La Loma	Torreperogil	Radio Loma	107.7	7.710	PSOE
	Metropolitana de Jaén	Jaén	Onda Jaén RTV	106	116.781	PSOE
	Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos EM	107.7	24.739	PA
	Metropolitana de Jaén	Torredelcampo	Radio Torredelcampo	107.4	14.625	PSOE
	Metropolitana De Jaén	Torredonjimeno	Radio Torredonjimeno	101.7	14.141	PP
Málaga	Sierra de Segura	Arroyo de Ojanco	Ojanco Radio	107.8	2.522	IND
	Sierra Mágina	Albanchez de Mágina	Radio Aiznaitín	107.1	1.229	PP
	Sierra Sur	Alcalá la Real	Radio Alcalá la Real	107.6	22.758	PSOE
	Antequera	Almargen	Almargen Radio	107.8	2.136	PSOE
	Antequera	Campillos	EM Radio Campillos	107.9	8.707	PSOE
	Antequera	Cañete la Real	Radio Zafra	107.1	1.947	PSOE
	Costa del Sol Occidental	Casares	Radio Mar Casares	107.6	5.331	IU
	Costa del Sol Occidental	Estepona	Radio Estepona	107.2	65.667	PP
	Costa del Sol Occidental	Fuengirola	Radio Municipal	107.1	74.054	PP
	Costa del Sol Occidental	Manilva	Radio Manilva	107.9	13.810	IU
	Costa del Sol Occidental	Marbella	Radio Televisión Marbella	107.6	138.662	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Sevilla	Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas 3.40	107.7	79.262	PP
	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox EM	107.3	17.859	PSOE
	Metropolitana De Málaga	Málaga	Onda Azul	107.9	588.030	PP
	Valle del Guadalhorce	Coín	Canal Coín Radio	107.3	22.159	PP
	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	107.8	9.137	PSOE
	Valle del Guadalhorce	Yunquera	Cadena Digital Yunquera	107.1	3.181	PP
	Aljarafe	Sanlúcar La Mayor	Solúcar Radio	88.7	13.127	IND
	Bajo Guadalquivir	Los Palacios y Villafranca	Rtv Los Palacios Radio Unión	107.2	37.500	IU
	Campaña de Carmona	El Viso del Alcor	Radio Alcores	107.9	18.828	PSOE
	Campaña de Carmona	Mairena del Alcor	Radio Mairena	107.4	21.560	PP
	Campaña de Morón y Marchena	La Puebla de Cazalla	Radio Puebla	107.7	11.530	IU
	Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	107.4	19.891	PSOE
	Campaña de Morón y Marchena	Montellano	Radio Montellano	107	7.179	IU
	Campaña de Morón y Marchena	Paradas	Radio Futuro	107.2	7.065	IU
	Metropolitana de Sevilla	Alcalá de Guadaira	Radio Guadaira	107.7	72.800	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Ahora Radio	107	9.401	PP
	Metropolitana de Sevilla	La Rinconada	Radio Rinconada	104.7	37.239	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Radio Guadalquivir	107.4	21.439	PSOE
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Aljarafe	92	23.661	PP
	Sierra Norte	Castilblanco de los Arroyos	Onda Castilblanco Rtv	107	5.183	PSOE
	Sierra Norte	El Ronquillo	Radio Ronquillo	107.3	1.420	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Sierra Norte	Guillena	Onda Guillena	89	11.823	PSOE
	Sierra Sur	Badolatosa	Radio Municipal	107.0	3.215	PSOE
	Sierra Sur	Herrera	Radio Herrera	107.9	6.543	PP
	Vega Del Guadalquivir	Lora del Río	Onda Azahar Lora	107.9	19.407	PSOE

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 4: Emisoras Municipales Externalizadas en 2014

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Almería	Filabres-Ta- bernas	Turrillas	Radio Alhamilla	107.8	233	PP
	Levante Al- meriense	Pulpí	EM De Pulpí	107.0	8.726	PP
	Levante Al- meriense	Vera	Vera Comuni- cación Radio	107.6	14.689	PP
	Poniente Almeriense	Dalías	Radio Luz Dalías	107.8	3.991	IND
	Poniente Almeriense	Roquetas de Mar	Radio Ciudad Roquetas de Mar	107.5	89.851	PP
	Poniente Almeriense	Vícar	Onda Nueva Radio	107.3	23.656	PSOE
Cádiz	Bahía de Cádiz	San Fernando	Radio La Isla	107.9	96.894	PP
	Sierra de Cádiz	Bornos	Radio Guadalete	107.1	8.107	PSOE
Córdoba	Los Pedro- ches	Pozoblanco	EM De Pozoblanco	107.5	17.735	PP
	Subbética	Cabra	Radio Atalaya	107.3	21.188	PP
	Subbética	Luque	Radio Luque	107.9	3.371	PSOE
	Valle Del Guadiato	Peñarroya Pueblonuevo	Radio Peñarroya Pueblonuevo	107.8	11.778	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Granada	Alpujarra Granadina	Órgiva	Radio Alpujarra	107.9	5.756	PSOE
	Costa Tropical	Albuñol	Cehel Radio	107.1	6.686	PP
	Loja	Illora	Radio Parapanda	107.8	10.346	PSOE
	Vega de Granada	Alhendín	Radio Alhendín FM	101.4	7.362	PP
	Vega de Granada	Cájar	Radio Cájar	107.5	4.714	PP
	Vega de Granada	Jun	Mega Radio (Radio Jun)	107.9	3.438	PSOE
Huelva	El Condado	La Palma del Condado	EM de La Palma del Condado	105.4	10.547	PP
Jaén	Metropolitana de Jaén	La Guardia de Jaén	Radio Montíjar	107.8	4.465	PP
	Sierra Mágina	Huelma	Onda Mágina Radio	107.9	6.174	PSOE
	Sierra Morena	Bailén	EM de Bailén	99.3	18.741	PSOE
Málaga	Antequera	Antequera	Radio Torcal	107.7	41.854	PP
	Antequera	Villanueva de Algaidas	EM de Villanueva de Algaidas	107.1	4.489	IU
	Costa del Sol Occidental	Benahavís	Radio Benahavís	107.9	5.486	PP
	La Axarquía	Algarrobo	Radio Algarrobo	107.9	6.539	PP
	La Axarquía	Benamocarra	Radio Onda Líder	107.4	3.084	PP
	La Axarquía	Comares	Radio Comares	107.8	1.636	PP
	La Axarquía	Moclinejo	Em de Moclinejo	107.6	1.303	PP
	La Axarquía	Rincón De La Victoria	Radio Victoria	107.1	40.339	PP
	Serranía de Ronda	Ronda	Radio Ronda	107.7	36.793	PP
Sevilla	Bajo Guadalquivir	Las Cabezas De San Juan	Radio Las Cabezas	107.5	16.580	PSOE
	Bajo Guadalquivir	Lebrija	EM de Lebrija	107.9	27.029	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Vega del Guadalquivir	La Algaba	Amanecer Radio	92.5	15.519	PSOE

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 5: Emisoras Municipales Cerradas en 2014

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Almería	Almería	Gádor	Radio Andarax	107.4	3.275	PP
	Almería	Níjar	Onda Níjar	107.4	29.284	IU
	Alpujarra Almeriense	Alboloduy	EM de Alboloduy	107.9	698	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Alhama de Almería	Candil Radio	107.2	3.835	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Láujar de Andarax	Radio Láujar	107.4	1.819	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Terque	Radio Azahar	107.9	455	PP
	Filabres-Tabernas	Abla	EM de Abla	107.5	1.480	PP
	Filabres-Tabernas	Abrucena	Radio Abrucena	107	1.391	PSOE
Cádiz	Bahía de Cádiz	El Puerto De Santa María	Radio Puerto Santa María	107.8	88.917	PSOE
	Bahía de Cádiz	Puerto Real	Radio Sol Puerto Real	107.1	41.101	IND
	Campo de Gibraltar	Castellar de la Frontera	Radio Castellar	107.4	3.187	PSOE
	Campo de Gibraltar	Jimena de la Frontera	Radio Onda 4 Jimena	107.3	10.447	PP
	Campo de Gibraltar	La Línea de la Concepción	Radio Municipal de la Línea	100.2	64.944	PSOE
	Campo de Gibraltar	Los Barrios	Radio Los Barrios	90.8	22.953	IU
	Costa Noroeste	Sanlúcar de Barrameda	EM de Sanlúcar de Barrameda	100.1	66.944	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Córdoba	La Janda	Medina Sidonia	Onda Medina	107.2	11.823	PSOE
	Sierra de Cádiz	Benaocaz	Onda Sierra	107.8	751	PSOE
	Sierra de Cádiz	Olvera	EM Radio Olvera	107.5	8.549	PSOE
	Sierra de Cádiz	Puerto Serrano	Radio Puerto Serrano	107.8	7.156	IU
	Sierra de Cádiz	Villamartín	Radio Villamartín	107.5	12.495	PSOE
	Alto Guadalquivir	Adamuz	Radio Adamuz	107.7	4.467	IU
	Campaña de Baena	Baena	Radio Baena	107.4	21.028	PSOE
	Campaña Sur	Montalbán de Córdoba	Radio Montalbán	107.1	4.586	PP
	Campaña Sur	Montilla	Onda Local Montilla	107.9	23.870	IU
	Los Pedroches	Belalcázar	Uni 3 Radio	107.6	3.449	PA
	Los Pedroches	Villanueva de Córdoba	Radio Villanueva	107.1	9.521	PSOE
	Valle del Guadiato	Villaviciosa de Córdoba	EM Villaviciosa de Córdoba	104.6	3.525	PP
Granada	Valle Medio del Guadalquivir	Fuente Palmera	La Voz de la Colonia	107.9	11.013	IND
	Alhama	Alhama de Granada	Radio Alhama	105.7	6.188	PP
	Alpujarra Granadina	Lanjarón	EM Onda Cañón, Onda Lanjarón	107.5	3.859	PP
	Alpujarra Granadina	Ugíjar	Radio Ugíjar	107.4	2.711	PP
	Baza	Caniles	Radio Caniles	107.6	4.846	PA
	Costa Tropical	Almuñécar	Radio Municipal de Almuñécar	107.9	27.754	PP
	Guadix	Guadix	EM de Guadix	94.5	20.375	PP
	Huéscar	Puebla de Don Fadrique	Radio Gr. Norte	107.6	2.415	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Granada	Los Montes	Iznalloz	Radio Arana	107.8	7.003	PSOE
	Los Montes	Montejícar	Tm Radio	107.4	2.442	PSOE
	Valle de Lecrín	El Valle	Radio Valle	107.2	1.161	PSOE
	Vega de Granada	Churriana de la Vega	Em de Churriana de la Vega	92.4	12.902	PP
	Vega de Granada	Gójar	Radio Gójar	107.1	5.315	PP
	Vega de Granada	Granada	Onda Granada	88.8	240.099	PP
	Vega de Granada	Huétor Vega	Radio Contadero	100.9	11.770	PP
	Vega de Granada	Las Gabias	Rkl Radio	101.1	17.970	PSOE
	Vega de Granada	Otura	EM de Otura	99.1	6.747	PP
	Vega de Granada	Peligros	Radio Peligros FM	101.2	11.021	IU
Huelva	Vega de Granada	Pinos Puente	Radio Cubillas FM	107.6	13.314	PSOE
	Vega de Granada	Pulianas	Fm 2000	100	5.143	PSOE
	Cuenca Minera	Minas De Riotinto	Riotinto Radio	107.8	4.157	PP
	El Andévalo	Alosno	Radio Alosno	107.3	4.285	IND
	El Andévalo	Calañas	Radio Calañas Voz del Andévalo	107.9	4.187	PSOE
	El Andévalo	San Bartolomé De La Torre	Onda Radio Tutankhamen	107.6	3.566	PSOE
	El Condado	Beas	Radio Beas	107.7	4.353	PSOE
	El Condado	Escacena del Campo	Radio Luna	107.5	2.077	IND
	El Condado	Niebla	Radio Niebla	107	4.169	PSOE
	El Condado	Villalba del Alcor	Radio Raz Villalba	107.9	3.433	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Huelva	Gibraleón	Radio Olont	94.3	12.587	PP
	Huelva	Palos de la Frontera	Radio Palos	107.6	9.377	PP
Jaén	Campaña de Jaén	Arjona	Radio Grana	107.8	5.771	PSOE
	Las Villas	Villacarrillo	Emisora Municipal	107.2	11.357	PP
	Sierra de Cazorla	La Iruela	Radio Atalaya	107	2.055	PSOE
	Sierra Mágina	Jimena	Radio Municipal de Jimena	107.5	1.415	PSOE
	Sierra Morena	Jabalquinto	EM Radio Estiviel	107.7	2.422	IND
	Sierra Morena	Santa Elena	Radio Santa Elena	107.7	996	PP
	Sierra Sur	Valdepeñas de Jaén	Radio Sierra Sur	107.5	4.108	PSOE
Málaga	Antequera	Humilladero	Radio Humilladero	107.2	3.358	IU
	Costa del Sol Occidental	Benalmádena	Megaradio	107.5	63.788	PP
	Costa del Sol Occidental	Istán	Canal Uno	107.3	1.520	IU
	Costa del Sol Occidental	Ojén	Ojén FM	107	3.244	PSOE
	La Axarquía	El Borge	Radio Arborge	107	1.033	PSOE
	Serranía de Ronda	El Burgo	Radio El Burgo	107.9	1.957	PSOE
	Serranía de Ronda	Gaucín	EM de Gaucín	107	1.776	PP
	Valle del Guadalhorce	Alhaurín el Grande	Radio Fahala	107	23.807	PP
	Valle del Guadalhorce	Álora	Radio Álora FM	107.4	13.499	PSOE
	Valle del Guadalhorce	Cártama	Onda 8 Voz del Pueblo EM	88.8	22.867	PSOE
	Valle del Guadalhorce	Casarabonela	Sierra de Las Nieves FM	107.6	2.707	IND
Sevilla	Bajo Guadalquivir	El Cuervo de Sevilla	Radio Cuervo	107.2	8.660	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Campaña de Carmona	Carmona	Onda Carmona	107.6	28.679	PP
	Écija	Cañada Rosal	Radio Cañada FM	107.7	3.262	PSOE
	Écija	Fuentes de Andalucía	Radio Fuentes	107.7	7.274	IU
	Metropolitana de Sevilla	Camas	Radio Camas	98.2	26.292	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Castilleja de la Cuesta	Onda Viva	92.8	17.442	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Coria del Río	Radio Ribera	107.9	29.284	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Gines	EM de Gines	87.8	13.189	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Isla Mayor	EM de Isla Mayor	107.8	5.915	IU
	Metropolitana de Sevilla	La Puebla del Río	Radio Marisma	107.5	12.236	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Santiponce	EM de Santiponce	87.8	8.366	IU
	Metropolitana de Sevilla	Valencina de la Concepción	Onda Valencina Radio	87.8	8.026	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Sevilla	Radio Sevilla	90.5	703.021	PP
	Sierra Norte	Aznalcóllar	Radio Aznalcóllar / Tvaz	107.4	6.161	IU
	Sierra Norte	Las Navas de la Concepción	EM de las Navas de la Concepción	107.8	1.709	PA
	Vega del Guadalquivir	Alcalá del Río	Élite Radio	100.8	11.298	PSOE
	Vega del Guadalquivir	Cantillana	Radio Cantillana	107.7	10.700	PP
	Vega del Guadalquivir	Villanueva del Río y Minas	Radio Minera	107.4	5.249	IND

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 6: Emisoras Municipales con Licencia sin Activar en 2014

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
Almería	Almería	Pechina	EM de Pechina	107.4	3.748	PP
	Alpujarra Almeriense	Alhabia	EM de Alhabia	107.9	706	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Alicún	Em de Alicún	107.9	278	PP
	Alpujarra Almeriense	Alsodux	EM de Alsodux	107.9	153	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Beires	EM de Beires	107.9	118	PP
	Alpujarra Almeriense	Huécija	EM de Huécija	107.9	530	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Íllar	EM de Íllar	107.9	452	PP
	Alpujarra Almeriense	Instinción	EM de Instinción	107.9	484	PSOE
	Alpujarra Almeriense	Rágol	EM de Rágol	107.9	379	PP
	Alpujarra Almeriense	Sta. C. Marchena	EM de Sta. C. Marchena	107.9	240	PP
	Filabres-Tabernas	Alcudia de Monteagud	EM de Alcudia de Monteagud	107.8	161	IND
	Filabres-Tabernas	Benizalón	EM de Benizalón	107.8	299	PP
	Filabres-Tabernas	Lucainena de Las Torres	EM Lucainena de Las Torres	107.8	685	PP
	Filabres-Tabernas	Uleila del Campo	EM de Uleila Del Campo	107.1	989	PSOE
	Levante Almeriense	Antas	Radio Antas	106.3	3.375	PP
	Levante Almeriense	Garrucha	EM Radio Garrucha	107.2	8.626	PP
	Levante Almeriense	Lubrín	EM de Lubrín	107	1.738	PSOE
	Levante Almeriense	Mojácar	EM de Mojácar	105.6	8.090	PP
	Levante Almeriense	Turre	EM de Turre	107.5	3.901	PP

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Poniente Almeriense	La Mojonera	Radio Iris	107.1	8.686	PP
	Valle de Almanzora	Albox	Radio Roel	107.4	11.091	PSOE
	Valle de Almanzora	Fines	Radio Fines	107.7	2.371	PP
	Valle de Almanzora	Purchena	Onda Sur	107.5	1.771	PSOE
	Valle de Almanzora	Somontín	EM de Somontín	100.2	542	PP
	Valle de Almanzora	Tíjola	Radio Tíjola	107	3.875	PSOE
	Valle de Almanzora	Zurgena	Radio Zurgena	107.1	3.133	PP
Cádiz	La Janda	Paterna De Rivera	Radio Paterna	107.8	5.653	PSOE
Córdoba	Alto Guadalquivir	Bujalance	Radio Bujalance	107.8	7.932	PSOE
	Alto Guadalquivir	Pedro Abad	Radio Pedro Abad	107.1	2.976	IU
	Alto Guadalquivir	Villafranca de Córdoba	EM de Villafranca De Córdoba	107.9	4.752	PSOE
	Subbética	Priego de Córdoba	EM de Priego de Córdoba	107	23.528	PP
Granada	Alhama	Arenas del Rey	EM de Arenas Rey	105.7	1.981	PSOE
	Alhama	Cacín	EM de Cacín	105.7	609	PSOE
	Alhama	Jayena	EM de Jayena	105.7	1.162	PP
	Alhama	Sta. Cruz Comercio	EM de Sta. Cruz Comercio	105.7	594	PSOE
	Alhama	Zafarraya	EM de Zafarraya	105.7	2.167	PP
	Baza	Benamaurel	Radio Altiplano	107.4	2.471	PSOE
	Guadix	Purullena	Emisora Municipal	107.0	2.260	PA
	Huércar	Huércar	EM de Huércar	107.4	8.131	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	Huércar	Orce	EM de Orce	107.9	1.321	IU
	Los Montes	Montillana	EM de Montillana	107	1.404	PSOE
	Vega de Granada	Cenes de la Vega	EM Cenes de la Vega	107.1	7.771	PP
	Vega de Granada	Chauchina	Radio Chauchina	102	4.768	PSOE
	Vega de Granada	Güéjar Sierra	EM de Güéjar Sierra	107.7	3.023	PP
Huelva	Costa Occidental	Lepe	Ondas de Lepe	107.8	27.241	PP
	El Andévalo	Villanueva de los Castillejos	Radio Villanueva Castillejos	107	2.762	PSOE
	Sierra de Huelva	Cala	EM de Cala	107	1.302	IU
Jaén	Campaña de Jaén	Andújar	Radio Municipal de Andújar	107.1	39.095	PP
	Campaña de Jaén	Arjonilla	EM de Arjonilla	107.8	3.837	PA
	El Condado	Santisteban del Puerto	Radio Santisteban	107.5	4.806	PP
	La Loma	Canena	EM de Canena	107.9	2.114	IU
	Las Villas	Villanueva del Arzobispo	Emisora Municipal	107.6	8.924	PSOE
	Metropolitana de Jaén	Mancha Real	EM de Mancha Real	107.4	11.162	PSOE
	Sierra de Segura	Beas de Segura	Radio Beas	107.3	5.763	PSOE
	Sierra de Segura	Segura de La Sierra	EM de Segura de la Sierra	107.1	1.977	PSOE
	Sierra Mágina	Cambil	EM de Cambil	107.7	2.921	IU
	Sierra Mágina	Pegalajar	EM de Pegalajar	107	3.095	PP
	Sierra Morena	La Carolina	Radio La Carolina	107.2	15.978	PP
Málaga	La Axarquía	Periana	Radio Periana	107.2	3.570	PSOE

Provincia	Comarca	Municipio	Emisora	Frecuencia	Población	Gobierno Local
	La Axarquía	Vélez-Málaga	Radio Vélez-Málaga	107.7	77.004	PP
	Valle del Guadalhorce	Alhaurín de la Torre	Radio Alhaurín	102.1	36.730	PP
	Valle del Guadalhorce	Tolox	EM de Tolox	107.7	2.343	IND
Sevilla	Aljarafe	Olivares	Radio Olivares	98	9.560	PSOE
	Bajo Guadalquivir	El Coronil	Radio El Coronil	107.4	5.024	PSOE
	Metropolitana de Sevilla	Bormujos	EM de Bormujos	87.8	19.694	PP
	Metropolitana de Sevilla	Mairena del Aljarafe	EM de Mairena	87.6	42.186	PP
	Metropolitana de Sevilla	Salteras	EM de Salteras	87.8	5.298	PSOE
	Sierra Norte	Gerena	Radio Gerena	107.5	6.994	PSOE

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 7: Comarcas con E.M. por categorías en Andalucía Occidental

Provincia	Comarca (nº total municipios)	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Sin Activar	Población total comarca
Cádiz	Bahía de Cádiz (5)	2	1	2	0	431.643
	Campaña de Jerez (1)	1	0	0	0	210.861
	Campo de Gibraltar (7)	2	0	4	0	267.162
	Costa Noroeste (4)	2	0	1	0	121.970
	La Janda (8)	4	0	1	1	92.100
	Sierra de Cádiz (19)	6	1	4	0	119.883
Córdoba	Alto Guadalquivir (8)	3	0	1	3	45.260
	Campaña de Baena (5)	3	0	1	0	39.661
	Campaña Sur (11)	2	0	2	0	106.995

Provincia	Comarca (nº total municipios)	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Sin Activar	Población total comarca
Huelva	Los Pedroches (17)	1	1	2	0	56.243
	Subbética (14)	4	2	0	1	126.852
	Valle del Guadiato (11)	2	1	1	0	31.734
	Valle Medio Guadalquivir (8)	2	0	1	0	70.447
	El Andévalo (14)	1	0	3	1	38.817
	El Condado (16)	3	1	4	0	100.194
	Costa Occidental (6)	3	0	0	1	92.598
	Cuenca Minera (7)	1	0	1	0	16.976
	Huelva (7)	4	0	2	0	233.510
	Sierra de Huelva (29)	1	0	0	1	39.873
Sevilla	Aljarafe (12)	1	0	0	1	81.276
	Bajo Guadalquivir (7)	1	2	1	1	149.823
	Campaña de Carmona (4)	2	0	1	0	74.578
	Campaña de Morón (7)	4	0	0	0	94.947
	Sierra Sur (19)	2	0	0	0	89.773
	Área M. De Sevilla (22)	5	0	9	3	1.212.673
	Sierra Norte (17)	3	0	2	1	59.927
	Vega del Guadalquivir (11)	1	1	3	0	105.518
Total		66	10	46	14	4.111.294

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 8: Comarcas con E.M. por categorías en Andalucía Oriental

Provincia	Comarca (nº total municipios)	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Población total comarca
Almería	Valle de Almanzora (27)	2	0	0	6	57.119
	Almería (9)	1	0	2	1	254.037
	Levante Almeriense (13)	1	2	0	5	96.728
	Poniente Almeriense (9)	3	3	0	1	250.972
Granada	Baza (8)	1	0	1	1	42.416
	Costa Tropical (17)	2	1	1	0	128.029
	Guadix (26)	1	0	1	1	44.837
	Loja (10)	4	1	0	0	65.043
	Valle de Lecrín (8)	2	0	1	0	23.379
	Vega de Granada (40)	10	3	9	3	534.649
Jaén	Sierra Sur (5)	1	0	1	0	44.562
	Comarca M. de Jaén (16)	4	1	0	1	223.505
	Campaña de Jaén (10)	1	0	1	2	67.872
	La Loma (10)	1	0	0	1	80.443
	Sierra de Segura (13)	1	0	0	2	26.594
	Sierra Mágina (14)	1	1	1	2	41.659
Málaga	Valle del Guadalhorce (12)	3	0	4	2	143.494
	Comarca M. de Málaga (3)	1	0	0	0	595.926
	Costa del Sol Occidental (11)	6	1	3	0	519.005

Provincia	Comarca (nº total municipios)	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Población total comarca
	La Axarquía (31)	1	5	1	2	209.190
	Antequera (21)	3	2	1	0	118.662
Total		50	20	27	30	3.568.121

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 9: Situación de las E.M. por Gobierno municipal.
Población menos de 10.000 habitantes

Partido político	Total municipios	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total
PSOE	316	23	5	25	27	80
PP	189	17	11	16	22	66
IU	68	11	1	10	5	27
OTROS	45	3	1	7	4	15
Total	618	54	18	58	58	188

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 10: Situación de las E.M. por Gobierno municipal.
Población entre 10.000 – 20.000 habitantes

Partido político	Total municipios	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total
PSOE	33	13	4	9	2	28
PP	26	11	4	5	2	22
IU	5	2	0	2	0	4
OTROS	6	4	0	1	0	5
Total	70	30	8	17	4	59

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 11: Situación de las E.M. por Gobierno municipal.

Población entre 20.000 – 50.000 habitantes

Partido político	Total municipios	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total
PSOE	20	9	2	4	0	15
PP	27	8	4	6	5	23
IU	2	2	0	0	0	2
Otros	3	1	0	2	0	3
Total	52	20	6	12	5	43

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 12: Situación de las E.M. por Gobierno municipal.

Población más 50.000 habitantes

Partido político	Total municipios	E.M. Operativas	E.M. Externalizadas	E.M. Cerradas	E.M. Licencia sin Activar	Total
PSOE	8	2	0	2	0	4
PP	21	10	2	4	1	17
Total	29	12	2	6	1	21

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Andalucía Occidental:

Anexo 13: Provincia y comarcas de Cádiz.
Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 32

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
Bahía Cádiz	5	0	4	0	1	431.643
Campaña Jerez	1	0	1	0	0	210.861
Campo Gibraltar	7	4	1	0	1	267.162
Costa Noroeste	4	1	1	1	0	121.970
La Janda	8	3	1	2	0	92.100
Sierra Cádiz	19	2	5	3	1	119.883
Total	45	10	13	6	3	1.243.619

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 14: Provincia y comarcas de Córdoba.
Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 33

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
Alto Guadalquivir	8	4	0	2	1	45.260
Campaña Baena	5	1	0	3	0	39.661
Campaña Sur	11	0	1	3	0	106.995
Córdoba	1	0	0	0	0	328.659
Los Pedroches	17	1	2	1	0	56.243
Subbética	14	5	2	0	0	126.852
Valle Guadiato	11	0	4	0	0	31.734
Valle. Met. Guadalquivir	8	2	1	0	0	70.447
Total	75	13	10	9	1	805.851

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 15: Provincia y comarcas de Huelva.

Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 27

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
El Andévalo	14	4	0	0	1	38.817
El Condado	16	4	2	0	2	100.194
Costa Occidental	6	2	1	0	1	92.598
Cuenca Minera	8	1	1	0	0	16.976
Huelva	7	2	3	0	1	233.510
Sierra de Huelva	29	0	1	1	0	39.873
Total	80	13	8	1	5	521.968

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 16: Provincia y comarcas de Sevilla.

Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 46

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
Aljarafe	12	1	0	0	1	81.276
Bajo Guadalquivir	7	4	0	1	0	149.823
Campaña de Carmona	4	1	2	0	0	74.578
Campaña Morón Marchena	7	1	0	3	0	94.947
Écija	4	1	0	1	0	55.876
Sierra Sur	19	1	1	0	0	86.961
Área M. de Sevilla	22	10	5	2	0	1.212.673

Sierra Norte	17	4	0	1	1	59.927
Vega del Guadalquivir	11	3	1	0	1	105.518
Total	103	26	9	8	3	1.921.579

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Andalucía Oriental:

Anexo 17: Provincia y comarcas de Almería.

Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 47

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
Valle de Almanzora	27	3	5	0	0	57.119
Almería	9	0	4	0	0	254.037
Alpujarra Almeriense	22	6	7	0	0	16.056
Filabres-Tabernas	18	2	4	0	1	15.239
Levante Almeriense	13	1	7	0	0	96.728
Los Vélez	4	0	0	0	0	12.688
Poniente Almeriense	9	1	5	0	1	250.972
Total	102	13	32	0	2	702.839

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 18: Provincia y comarcas de Granada.
Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 58

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
Alhama	11	3	3	0	0	17.831
Alpujarra Granadina	25	1	2	0	0	25.011
Baza	8	1	1	0	1	42.416
Costa Tropical	17	1	3	0	0	128.029
Guadix	26	1	1	0	1	44.837
Huércar	6	1	1	1	0	17.058
Los Montes	17	3	0	0	0	26.295
Loja	10	3	2	0	0	65.043
Valle de Lecrín	8	2	1	0	0	23.379
Vega Granada	40	10	13	1	1	534.649
Total	168	26	27	2	3	924.548

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 19: Provincia y comarcas de Jaén

Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 30

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	OTROS	Total Población Comarca
Sierra Sur	5	2	0	0	0	44.562
Met. Jaén	16	3	2	0	1	223.505
Campiña Jaén	10	2	1	0	1	67.872
El Condado	7	1	0	0	0	23.286
Las Villas	4	1	1	0	0	22.698
La Loma	10	1	0	1	0	63.908
Sierra Cazorla	9	1	0	0	0	34.054
Sierra de Segura	13	2	0	0	1	26.594
Sierra Mágina	14	2	2	1	0	41.659
Sierra Morena	9	1	2	0	1	103.337
Total	97	16	8	2	4	651.475

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 20: Provincia y comarcas de Málaga.

Licencias concedidas por Gobierno municipal: Total 38

Comarca	Total Municipios Comarca	PSOE	PP	IU	Otros	Total Población Comarca
Antequera	21	3	1	2	0	118.662
La Axarquía	31	3	6	0	0	209.190
Costa del Sol Occidental	11	1	6	3	0	519.005
Comarca M. Málaga	3	0	1	0	0	595.926
Valle del Guadalhorce	12	3	4	0	2	143.494
Serranía de Ronda	23	1	2	0	0	59.550
Total	101	11	20	5	2	1.645.827

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 21: Manifiesto en defensa de las Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía y sus profesionales (EMA-RTV)

En Andalucía, las emisoras municipales y ciudadanas se han definido, desde su constitución, como un elemento fundamental de servicio público y vertebración territorial. Son medios plurales y profesionales, donde el espíritu participativo ciudadano está presente, contribuyendo a dinamizar nuestros municipios y satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de nuestras vecinas y vecinos.

Asistimos a una coyuntura económica compleja que está poniendo en peligro la supervivencia de los medios públicos locales y asociativos. Las dificultades económicas de los entes municipales están mermando los recursos técnicos y humanos de las emisoras de proximidad, amenazando su estabilidad y, por

tanto, el derecho a la información de las ciudadanas y los ciudadanos. Una situación que no favorece el cumplimiento y las exigencias autoimpuestas por las andaluzas y los andaluces en nuestro Estatuto de Autonomía.

La circunstancia económica adversa no debe incidir en las conquistas democráticas y, entre ellas, el Derecho de Comunicación, la libertad de expresión y la obligación de facilitar una correcta información ciudadana. Tampoco debe servir de coartada a malas prácticas y anormalidades legales conducentes a favorecer la gestión de los medios públicos por entes privados o externalizar las programaciones. Son privatizaciones ilegales que perjudican la imagen de nuestros medios y sus gobiernos municipales. Ante la necesidad de velar por la continuidad de la radio pública local y ciudadana con más de 30 años de existencia, el conjunto de ayuntamientos asociados a EMA-RTV manifiestan:

- La comunicación de proximidad hace a nuestras emisoras de radio y televisión singulares, únicas y diferentes.
- Reconocemos el papel de la emisora municipal y ciudadana como un servicio público de calidad, importante y necesario para garantizar el derecho a la información, fomentar la participación ciudadana, favorecer la pluralidad democrática, reducir las desigualdades sociales y la integración de las personas cualquiera que sea su procedencia.
- Reivindicamos este modelo de comunicación pública porque impulsa y dinamiza el tejido social, político, económico y cultural de nuestros municipios, favoreciendo el conocimiento de nuestras realidades y singularidades locales.
- Valoramos su creación, justificación y funcionamiento porque están enmarcadas siguiendo los principios recogidos en el Estatuto de Autonomía para Andalucía de servicio público, pluralidad y transparencia, así como en defensa del interés general de las andaluzas y los andaluces.

- Necesitamos la supervivencia de las emisoras municipales y ciudadanas para seguir trabajando desde el municipalismo en la transparencia de la administración.

- Apostamos para que las radios públicas locales tengan profesionales suficientes y estén dotadas de los recursos económicos y técnicos necesarios para desarrollar su tarea con la máxima calidad.

Exigimos el respeto y estricto cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la cesión de frecuencias de titularidad pública para servir a intereses privados.

Igualmente, nos comprometemos a denunciar aquellos casos que sean contrarios a la Ley en cualquiera de los aspectos que atañan a la gestión y funcionamiento de las emisoras municipales.

Abogamos por mantener nuestra estructura de cooperación y coordinación de capacidad productiva a través de EMA-RTV, en beneficio de la ciudadanía y del mismo sector para garantizar su viabilidad y singularidad en el territorio.

Por todo lo expuesto, hacemos un llamamiento al conjunto de ayuntamientos andaluces con emisora municipal de radio y televisión para movilizarnos en su defensa.

No podemos permitir que los medios públicos locales desaparezcan o se conviertan en un negocio en el que unos pocos se benefician a costa del derecho a la información de todas y todos.

Finalmente, hacemos extensivo el llamamiento a las diputaciones provinciales, a la FAMP, al Gobierno autonómico, a la Administración central y a la Unión Europea para que desde la corresponsabilidad contribuyan a la sostenibilidad de los medios públicos y ciudadanos locales de Andalucía.

Anexo 22: Resultados Gestión IRSCOM por provincias

Provincia	E.M. Operativas por provincias	Cumplen estatutos	Publican la memoria	Consejo asesor	Enlace Eeb Ayuntamiento
Almería	7	6	-	-	4
Cádiz	17	1	1	3	12
Córdoba	17	12	-	2	14
Granada	20	9	-	1	13
Huelva	13	8	-	1	9
Jaén	9	8	1	-	7
Málaga	14	9	2	2	13
Sevilla	19	13	-	-	15
Total	116	76	4	9	87

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 23: Resultados Capital Social IRSCOM por provincias

Provincia	Total Contratados	Mujeres Contratadas	Contratados Discapacidad	Nº Colaboradores	Nº Colectivos	Realización Talleres
Almería	12	4	-	143	67	4
Cádiz	159	72	1	107	31	8
Córdoba	20	4	-	168	93	8
Granada	44	16	-	157	70	5
Huelva	24	10	1	80	56	5
Jaén	24	10	-	72	93	4
Málaga	68	26	1	152	29	7
Sevilla	61	21	3	241	62	5
Total	412	163	6	1120	501	46

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 24: Resultados Articulación Territorial IRSCOM por provincias

Articulación En Red	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
E.M. Operativas	2	11	12	7	6	4	6	9

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 25: Resultados Programación IRSCOM por provincias

Provincia	Informativo local	Programas contenido local	Programas música no comercial	Nº E.M. Aportan Programas a la red	Nº E.M. Toman Programas de red	Radio en la calle
Almería	6	6	5	-	1	6
Cádiz	14	20	13	4	8	12
Córdoba	14	13	12	2	8	11
Granada	17	16	16	2	3	9
Huelva	12	13	11	2	4	10
Jaén	8	9	7	-	3	8
Málaga	10	16	11	2	5	11
Sevilla	17	18	15	5	6	13
Total	98	111	90	17	38	80

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 26: Resultados programas realizados por colectivos y colaboradores por provincias

Provincia	Programas Realizados Colectivos	Programas Realizados Colaboradores
Almería	24	85
Cádiz	12	51
Córdoba	24	136
Granada	26	160
Huelva	21	40
Jaén	20	36
Málaga	27	56
Sevilla	13	121
Total	167	685

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 27: Resultados Presencia en Internet IRSCOM por provincias

Provincia	Web/Blog Actualizados	Redes Online Actualizadas	Emisión Online	Podcasts
Almería	4	5	3	3
Cádiz	10	12	13	8
Córdoba	12	14	9	7
Granada	12	13	13	8
Huelva	9	11	10	3
Jaén	7	7	6	6
Málaga	13	10	11	6
Sevilla	12	16	13	8
Total	79	88	78	49

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 28: Resultados en equipamiento por provincias

Provincia	Suficiente	Insuficiente	Muy Deficiente
Almería	4	2	1
Cádiz	9	7	-
Córdoba	7	9	1
Granada	12	5	1
Huelva	6	6	1
Jaén	6	3	-
Málaga	8	5	-
Sevilla	11	7	1
Total	63	44	5

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 29: Resultados Infraestructura y Servicios IRSCOM por provincias

Población	Nº Estudios (E.M.)	Nº Salas Redacción (E.M.)	Nº Aulas (E.M.)	E.M. Fonoteca	Fonoteca Abierta Público	E.M. Biblioteca	Biblioteca Abierta Público
Almería	7	7	7	1	1	1	1
Cádiz	25	17	4	8	6	4	3
Córdoba	24	11	5	5	5	6	6
Granada	40	21	11	2	2	3	3
Huelva	18	14	5	5	2	3	3
Jaén	17	9	9	1	1	1	1
Málaga	22	11	4	8	5	3	2
Sevilla	19	21	13	5	3	2	1
Total	172	111	58	35	25	23	20

Fuente: Elaboración propia. 2014.

Anexo 30: Ranking completo IRSCOM 2014-2015

Comarcas	Municipio	Emisora	Mhz	Calificación	
				2015	2014
Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	107.7	97,5	84
Costa del Sol Occidental	Casares	Radio Casares	91.6	96	87
Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	107.0	94	75
Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Radio Guadalquivir	107.5	90,5	88
Subbética	Doña Mencía	Onda Mencía	107.6	89	85
Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	107.1	89	72,5
La Axarquía	Torrox	Radio Torrox	107.3	88	77
Costa Noroeste	Trebujena	Radio Trebujena	107.7	88	58
Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Ubrique	96.7	87,5	79,5
Subbética	Rute	Radio Rute	107.8	86	86
La Loma	Torreperogil	Radio Loma	107.7	84,5	81
Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	107.4	84	77
Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos	107.7	84	84
Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	107.9	84	68,5
Metropolitana de Sevilla	Gelves	Ahora Radio	88.6	83	58,5
Campaña de Baena	Castro del Río	Radio Castro	107.5	80,5	64,5
Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera	107.4	80,5	79,5
Campaña de Carmona	El Viso del Alcor	Radio Alcores	107.9	80	72
Antequera	Almargen	Almargen Radio	107.8	80	73

Comarcas	Municipio	Emisora	Mhz	Calificación	
				2015	2014
Campaña Sur	Fernán-Núñez	Onda Marina	107.4	80	86
Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote	106.1	79	75
Metropolitana de Sevilla	La Rinconada	Radio Rinconada	104.7	79	56
Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Ubrique	97.6	77,5	79,5
Campo de Gibraltar	San Roque	Radio San Roque	89.6	77	82,5
Costa Tropical	Albuñol	Cehel Radio	107.1	76,5	Cerrada
Alto Guadalquivir	Villa del Río	Matías Prats Radio	107.6	76,5	59,5
Sierra de Cazorla	La Iruela	Radio Atalaya	107.0	76	73,5
Sierra Norte	Guillena	Onda Guillena	89.0	74	82
Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	107.4	74	65
Aljarafe	Sanlúcar La Mayor	Solúcar Radio	88.7	73	68,5
Huelva	San Juan del Puerto	Radio San Juan	107.5	73	64
Antequera	Campillos	Radio Campillos	107.9	72,5	70,5
La Janda	Conil de la Frontera	Radio Conil	107.1	72	67
Bahía de Cádiz	Chiclana de la Frontera	Radio Chiclana	107.7	71,5	72
Campaña de Jerez	Jerez de la Frontera	Onda Jerez	101.0	71	69
Poniente Almeriense	Adra	Radio Adra	107.7	71	53,5
Valle de Lecrín	Dúrcal	Radio Dúrcal	107.6	71	49,5
Campaña de Morón y Marchena	La Puebla De Cazalla	Radio Puebla	107.7	71	79
Loja	Huétor Tajar	Radio Huétor	107.5	70,5	63,5

Comarcas	Municipio	Emisora	Mhz	Calificación	
				2015	2014
Costa Occidental	Ayamonte	Radio Ayamonte	107.7	69,5	40,5
Metropolitana de Jaén	Torredonjimeno	Radio Tosiria	101.7	69,5	72
Costa del Sol Occidental	Fuengirola	Radio Fuengirola	107.1	68,5	56,5
Costa del Sol Occidental	Manilva	Radio Manilva	107.9	68	69
Valle Medio del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	107.6	67,5	65,5
Baza	Cúllar	Radio Cúllar	107.8	67	56
Campaña de Morón	Paradas	Radio Futuro	107.2	67	67
Metropolitana de Jaén	Torredelcampo	Radio Torredelcampo	107.4	67	63
Sierra de Segura	Arroyo de Ojanco	Ojanco Radio	107.8	66,5	65
El Condado	Almonte	Doñana Comunicación	107.3	66	59
Sierra de Cádiz	Arcos de la Frontera	Radio Arcos	107.8	66	62,5
Valle del Guadalhorce	Cártama	Radio Cártama	88.8	65	65
Subbética	Iznájar	Radio Iznájar	107.6	65	38
Almería	Huércal de Almería	Candil Radio	87.6	64,5	81
La Janda	Benalup-Casas Viejas	Radio Benalup	107.7	64	51
Sierra de Huelva	Cortegana	Radio Cortegana	107.5	64	64
Vega de Granada	Maracena	Onda Maracena	97.6	63,5	77,5
Costa Occidental	Cartaya	Radio Cartaya	107.2	63	64
Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	107.3	63	70
Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Tomares	92.0	62	65
Vega de Granada	Atarfe	Radio Iliberis	101.5	61	52

Comarcas	Municipio	Emisora	Mhz	Calificación	
				2015	2014
Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro	107.3	61	62
Subbética	Priego de Córdoba	Radio Priego	107.0	61	Cerrada
Campaña de Carmona	Mairena del Alcor	Radio Mairena	107.3	60,5	54,5
Campaña de Morón	Montellano	Radio Montellano	107.0	60,5	60
Vega de Granada	Alfacar	Radio Alfaguara	107.0	60	52
Levante Almeriense	Pulpí	Radio Pulpí	107.0	60	Externa- lizada
El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana	107.7	60	68
Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas	107.7	59	55
Loja	Montefrío	Radio Montefrío	107.7	59	57
Alto Guadalquivir	El Carpio	Radio Onuba	107,5	59	58
Costa del Sol Occidental	Estepona	Radio Estepona	107.2	58,5	61,5
Bajo Guadalquivir	Los Palacios y Villafranca	Radio La Unión	107.2	58,5	58,5
Bahía de Cádiz	El Puerto de Santa María	Radio Puerto	107.8	58,5	Cerrada
Loja	Loja	Onda Loja Radio	107.9	58	64
Subbética	Almedinilla	Radio Almedinilla Joven	107.9	57,5	59,5
Metropolitana de Jaén	Jaén	Onda Jaén	106.0	57	67
Costa del Sol Occidental	Marbella	Radio Marbella	107.6	57	72
Valle de Almanzora	Olula del Río	Radio Olula	107.2	57	68
Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul	107.8	57	53,5
Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	107.1	57	41
Sierra de Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	107.4	55	65

Comarcas	Municipio	Emisora	Mhz	Calificación	
				2015	2014
Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	107.6	54,5	43,5
Vega de Granada	Peligros	Espiral Radio	101.2	54	63
El Condado	Escacena del Campo	Radio Luna	107.5	54	71
Sierra de Cádiz	Prado del Rey	Eco Radio	107.9	53	48
Málaga	Málaga	Onda Azul	97.4	52	61
Metropolitana de Sevilla	Alcalá de Guadaira	Radio Guadaira	107.7	52	53
Campaña de Jaén	Marmolejo	Radio Marmolejo	107.5	52	68
Huelva	Moguer	Radio Moguer	107.9	52	57,5
El Andévalo	Puebla de Guzmán	Radio Puebla	107.7	52	32
Costa Tropical	Motril	Onda Sur Motril	107.7	50	44
Vega de Granada	Santa Fe	Radio Santa Fe	105.8	50	66
Valle del Guadalhorce	Coín	Coín Radio	107.3	49	38
Huelva	Palos de la Frontera	Radio Palos	107.6	49	29
La Janda	Vejer de la Frontera	Radio Vejer	107.9	49	52,5
Guadix	Benalúa	Radio Kabila	107.9	48	45
Valle del Guadalhorce	Álora	Radio Álora	107.4	46	Cerrada
Loja	Algarinejo	Radio Algarinejo	107.4	45	42
Valle del Guadalhorce	Yunquera	Radio Yunquera	107.1	44,5	55
Sierra de Cádiz	El Bosque	Radio El Bosque	107.2	44	48
Valle del Guadalhorce	Casarabonela	Radio Bonela	107.6	42	Cerrada
La Janda	Barbate	Radio Barbate	107.4	41	71

Comarcas	Municipio	Emisora	Mhz	Calificación	
				2015	2014
Valle del Guadalhorce	Alhaurín El Grande	Alhaurín Radio	107.0	39	0
Sierra Norte	El Ronquillo	Radio Ronquillo	107.3	39	44
Sierra Sur	Badolatos	Radio Badolatos	107.0	38	50
Costa Occidental	Isla Cristina	Radio Isla Cristina	107.5	38	35
Vega del Guadalquivir	Lora del Río	Onda Azahar	107.9	29	24
Sierra de Cádiz	Alcalá del Valle	Radio Alcalá	107.2	29	24
Vega de Granada	Alhendín	Radio Alhendín	101.4	29	Externa- lizada
Campaña de Baena	Nueva Carteya	Onda Carteya	107.0	28	50
Valle de Almanzora	Macael	Radio Filabres	107.8	26	55
Écija	Cañada Rosal	Radio Cañada	107.7	25	50,5
Valle del Guadiato	Fuente Obejuna	Radio Una	107.1	23	36
Antequera	Cañete La Real	Radio Sábora	107.1	19	18
Sierra Sur	Herrera	Radio Herrera	107.9	18	32
Vega de Granada	La Zubia	Z Radio	105.7	11	26

-  Rentabilidad Óptima
-  Rentabilidad Media
-  Rentabilidad Baja
-  Rentabilidad Muy baja

Fuente: COMandalucía. 2015.

Anexo 31: Ranking IRSCOM campo Programación en 2015

Provincia	Comarcas	Municipio	Emisora	Dial	Puntuación Programación 2015
Málaga	Costa del Sol Occidental	Casares	Radio Casares	91.6	40
Cádiz	Costa Noroeste	Trebujena	Radio Trebujena	107.7	39
Cádiz	Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	107.1	38
Jaén	Sierra de Cazorla	La Iruela	Radio Atalaya	107.0	37
Sevilla	Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	107.4	37
Córdoba	Subbética	Doña Mencía	Onda Mencía	107.6	36
Granada	Loja	Huétor Tajar	Radio Huétor	107.5	36
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Ahora Radio	88.6	36
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Radio Guadalquivir	107.5	36
Córdoba	Campaña de Baena	Castro del Río	Radio Castro	107.5	35
Córdoba	Campaña Sur	Fernán Núñez	Onda Marina	107.4	35
Córdoba	Subbética	Rute	Radio Rute	107.8	35
Málaga	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox	107.3	35
Huelva	Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	107.0	35
Córdoba	Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	107.7	34
Granada	Costa Tropical	Albuñol	Cehel Radio	107.1	34
Granada	Valle de Lecrín	Dúrcal	Radio Dúrcal	107.6	34
Jaén	La Loma	Torreperogil	Radio Loma	107.7	33
Cádiz	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Ubrique	97.6	33

Córdoba	Subbética	Iznajar	Radio Iznájar	107.6	33
Córdoba	Alto Guadalquivir	Villa del Río	Matías Prat Radio	107.6	33
Granada	Baza	Cúllar	Radio Cúllar	107.8	33
Granada	Vega de Granada	Maracena	Onda Maracena	97.6	33
Málaga	Antequera	Almargen	Almargen Radio	107.8	33
Huelva	Sierra de Huelva	Cortegana	Radio Cortegana	107.5	33
Huelva	Huelva	San Juan del Puerto	Radio San Juan	107.5	33
Córdoba	Valle Medio del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	107.6	32
Sevilla	Sierra Norte	Guillena	Onda Guillena	89.0	32
Málaga	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	107.9	32
Almería	Poniente Almeriense	Adra	Radio Adra	107.7	31
Cádiz	Bahía de Cádiz	Chiclana	Radio Chiclana	107.7	31
Cádiz	La Janda	Conil de la Frontera	Radio Conil	107.1	31
Málaga	Costa del Sol Occidental	Estepona	Radio Estepona	107.2	31
Huelva	Costa Occidental	Ayamonte	Radio Ayamonte	107.7	31
Almería	Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	107.4	30
Jaén	Sierra de Segura	Arroyo de Ojanco	Ojanco Radio	107.8	30
Cádiz	Campaña de Jerez	Jerez de la Frontera	Onda Jerez	101.0	30
Córdoba	Subbética	Priego	Radio Priego	107.0	30
Granada	Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote	106.1	30
Sevilla	Campaña de Carmona	El Viso del Alcor	Radio Alcores	107.9	30
Málaga	Antequera	Campillos	Radio Campillos	107.9	30

Sevilla	Aljarafe	Sanlucar la Mayor	Solúcar Radio	88.7	30
Huelva	El Condado	Almonte	Doñana Comunicación	107.3	30
Huelva	El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana	107.7	30
Jaén	Metropolitana de Jaén	Torredonjimeno	Radio Tosiria	101.7	29
Córdoba	Alto Guadalquivir	El Carpio	Radio Onuba	107.5	29
Granada	Vega de Granada	Alfacar	Radio Alfaguara	107.0	29
Sevilla	Campaña de Morón Y Marchena	Paradas	Radio Futuro	107.2	29
Málaga	Valle del Guadalhorce	Cártama	Radio Cártama	88.8	29
Jaén	Metropolitana De Jaén	Martos	Radio Martos	107.7	28
Sevilla	Campaña de morón Y Marchena	La Puebla de Cazalla	Radio Puebla	107.7	28
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	La Rinconada	Radio Rinconada	104.7	28
Sevilla	Campaña de Carmona	Mairena del Alcor	Radio Mairena	107.3	28
Cádiz	Sierra de Cádiz	Arcos de la Frontera	Radio Arcos	107.8	27
Córdoba	Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro	107.3	27
Sevilla	Bajo Guadalquivir	Los Palacios y Villafranca	Radio La Unión	107.2	27
Huelva	Costa Occidental	Cartaya	Radio Cartaya	107.2	27
Huelva	Huelva	Moguer	Radio Moguer	107.9	27
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Tomares	92.0	27
Cádiz	La Janda	Benalup	Radio Benalup	107.7	26
Cádiz	Bahía de Cádiz	Puerto de Sta. María	Radio Puerto	107.8	26
Cádiz	La Janda	Vejer de la Frontera	Radio Vejer	107.9	26
Granada	Vega de Granada	Atarfe	Radio Iliberis	101.5	26

Málaga	Costa del Sol Occidental	Manilva	Radio Manilva	107.9	26
Málaga	Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas	107.7	26
Huelva	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera	107.4	26
Almería	Levante Almeriense	Pulpi	Radio Pulpi	107.0	25
Jaén	Metropolitana de Jaén	Torredelcampo	Radio Torredelcampo	107.4	25
Cádiz	Sierra de Cádiz	Prado del Rey	Eco Radio	107.9	25
Córdoba	Subbética	Almedinilla	Radio Almedinilla Joven	107.9	25
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	Alcalá de Guadaira	Radio Guadaira	107.7	25
Sevilla	Sierra Norte	El Ronquillo	Radio Ronquillo	107.3	25
Almería	Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	107.6	24
Granada	Loja	Montefrío	Radio Montefrío	107.7	24
Granada	Costa Tropical	Motril	Onda Sur Motril	107.7	24
Granada	Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul	107.8	24
Granada	Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	107.1	24
Málaga	Costa del Sol Occidental	Marbella	Radio Marbella	107.6	24
Sevilla	Campaña de Morón y Marchena	Montellano	Radio Montellano	107.0	24
Huelva	Costa Occidental	Isla Cristina	Radio Isla Cristina	107.5	24
Cádiz	Sierra de Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	107.4	23
Cádiz	Campo de Gibraltar	San Roque	Radio San Roque	89.6	23
Granada	Loja	Loja	Onda Loja Radio	107.9	23
Málaga	Valle del Guadalhorce	Casarabonela	Radio Bonela	107.6	23
Málaga	Costa del Sol Occidental	Fuengirola	Radio Fuengirola	107.1	23

Almería	Almería	Huércal de Almería	Candil Radio	87.6	22
Jaén	Metropolitana de Jaén	Jaén	Onda Jaén	106.0	22
Cádiz	Sierra de Cádiz	Alcalá del Valle	Radio Alcalá	107.2	22
Cádiz	Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	107.3	22
Granada	Guadix	Benalúa de Guadix	Radio Kabila	107.9	22
Sevilla	Vega del Guadalquivir	Lora del Río	Onda Azahar	107.9	22
Jaén	Campaña de Jaén	Marmolejo	Radio Marmolejo	107.5	21
Cádiz	Sierra de Cádiz	El Bosque	Radio El Bosque	107.2	21
Málaga	Valle del Guadalhorce	Coín	Coín Radio	107.3	20
Málaga	Metropolitana de Málaga	Málaga	Onda Azul	97.4	20
Huelva	El Andévalo	Puebla de Guzmán	Radio Puebla	107.7	20
Cádiz	La Janda	Barbate	Radio Barbate	107.4	19
Sevilla	Sierra Sur	Badolatosa	Radio Badolatosa	107.0	19
Almería	Valle de Almanzora	Olula del Río	Radio Olula	107.2	18
Granada	Loja	Algarinejo	Radio Algarinejo	107.4	18
Granada	Vega de Granada	Peligros	Espiral Radio	101.2	18
Huelva	Huelva	Palos de la Frontera	Radio Palos	107.6	15
Granada	Vega de Granada	Santa Fe	Radio Santa Fe	105.8	13
Huelva	El Condado	Escacena del Campo	Radio Luna	107.5	13
Granada	Vega de Granada	Alhendín	Radio Alhendín	101.4	12
Málaga	Valle del Guadalhorce	Yunquera	Radio Yunquera	107.1	11
Córdoba	Campaña De Baena	Nueva Carteya	Onda Carteya	107.0	10

Málaga	Valle del Guadalhorce	Alhaurín	Alhaurín Radio	107.0	6
Sevilla	Écija	Cañada Rosal	Radio Cañada	107.7	6
Córdoba	Valle del Guadiato	Fuente Obejuna	Radio Una	107.1	4
Almería	Valle de Almanzora	Macael	Radio Filabres	107.8	3
Málaga	Antequera	Cañete la Real	Radio Sábora	107.1	3
Sevilla	Sierra Sur	Herrera	Radio Herrera	107.9	3
Granada	Vega de Granada	La Zubia	Z Radio	105.7	0

Fuente: Elaboración Propia COMandalucía. 2015.

Anexo 32: Web/blogs de las E.M. Operativas

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
Almería	Almería	Huércal De Almería	Candil Radio	www.candilradio.com
	Levante Almeriense	Huércal-Overa	Radio Huércal Overa	www.bpvradio.com
	Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	www.radioberja.es
	Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	www.radioejido.com
	Valle de Almanzora	Olula Del Río	Radio Olula Em	www.radiolula.blogspot.com.es/
Cádiz	Bahía de Cádiz	Cadiz	Onda Cádiz	www.ondacadiz.com
	Campaña de Jerez	Jerez de la Frontera	Onda Jerez Radio	www.ondajerez.com

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
	Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	www.rtvtarifa.es
	Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	www.chipionatv.com
	Costa Noroeste	Trebujena	Radio Trebujena EM	www.radiotrebujena.es
	La Janda	Benalup-Casas Viejas	Radio Benalup	www.benalupfmradio.weebly.com
	Sierra de Cádiz	Arcos de la Frontera	Radio Arcos EM	www.radioarcos.es
	Sierra De Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	www.radiograzalema.blogspot.com
	Sierra de Cádiz	Prado del Rey	Eco Radio	www.ecoradiofm.blogspot.com.es/2010/10/prado-del-rey-celebra-el-2-concurso.html
	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Municipal de Ubrique	www.radioubrique.com
Córdoba	Alto Guadalquivir	El Carpio	Radio Onuba	www.radionuba.blogspot.com.es
	Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro FM	http://radiomontoro.blogspot.com.es/
	Alto Guadalquivir	Villa del Río	Matías Prats FM	www.matiaspratsradio.com
	Campaña de Baena	Castro del Río	Radio Castro FM	radiocastrofm.listen2myradio.com/
	Campaña Sur	Fernán-Núñez	Onda Marina Radio	http://www.ondamarinaradio.com
	Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	http://www.larambla.es/radio/

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
	Los Pedroches	Villanueva del Duque	Radio Guía	http://tunein.com/radio/radio-guia-1077-s113332/
	Subbética	Almedinilla	Radio Almedinilla Joven	www.radioalmedinilla.blogspot.com.es
	Subbética	Doña Mencía	Onda Mencía Radio	www.ondamenciaradio.com
	Subbética	Iznájar	EM de Iznájar	http://radioiznajar.blogspot.com.es/
	Subbética	Rute	Radio Rute	http://www.radiorute.com/
	Valle Del Guadiato	Espiel	Radio Estrella FM	http://www.radioestrella.eu/
	Valle Medio Del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	http://www.radiocarlota.es
Granada	Baza	Cúllar	Radio Cúllar Fm	http://www.radiocullar.es
	Costa Tropical	Motril	Onda Sur Motril	http://www.telemotril.com/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=16&Itemid=20
	Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	www.radiosalobrena.com
	Loja	Huétor Tájar	Radio Huétor Tájar	www.radiohuetortajar.blogspot.com
	Loja	Loja	Onda Loja - Radio Al Jatib	http://www.ondaloja.es/
	Loja	Montefrío	Radio Montefrío	http://radiomontefrio.listen-2myradio.com/

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
	Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul FM	www.radiopadul.com
	Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote FM	http://www.radioalbolote.com/
	Vega de Granada	Alfacar	Radio Alfaguara	www.radioalfaguara.com
	Vega de Granada	Atarfe	Radio Iliberis	http://www.radioiliberis.com.es/
	Vega de Granada	Cúllar Vega	Onda Pop Radio	http://cullarvegaradio.blogspot.com.es/
	Vega de Granada	La Zubia	EM De La Zubia	www.zradiofm.com
	Vega de Granada	Maracena	Onda Maracena Radio	http://www.ondamaracenaradio.es/
Huelva	Costa Occidental	Ayamonte	Radio Ayamonte	http://radioayamonte.servidores-deradio.es/
	Costa Occidental	Cartaya	Radio Cartaya	http://www.radiocartaya.es/
	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera Radio Nerva	www.ondaminera-rtv-nerva.es
	El Andévalo	Puebla de Guzmán	Radio Andévalo	http://pueblaradio.listen2myradio.com/
	El Condado	Almonte	Radio Almonte Doñana Comunicación RTV	http://www.ondadonana.com/
	El Condado	Bollullos del Condado	Radio Condado	http://www.radiocondado.com/
	El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana del Condado	http://www.radiorociana.com/

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
	Huelva	Punta Umbría	Onda Punta Radio	www.ondapuntaradio.es
	Sierra de Huelva	Cortegana	Radio Experimental	www.radiocortegana.es
Jaén	La Loma	Torreperogil	Radio Loma	www.radioloma_wordpress.com
	Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos Em	www.radiomartos.com
	Metropolitana de Jaén	Torredonjimeno	Radio Torredonjimeno	www.torredonjimeno.blogspot.com
	Sierra Mágina	Albánchez de Mágina	Radio Aiznaitín	http://radioaznaitin.blogspot.com.es/
	Sierra Sur	Alcalá La Real	Radio Alcalá La Real	www.radioalcala.es
	Sierra de Cazorla	La Iruela	Radio Atalaya	www.radioatalayairuela.es
Málaga	Antequera	Almargen	Almargen Radio	http://www.almargenradio.com/
	Antequera	Campillos	EM Radio Campillos	www.radiocampillos.com
	Antequera	Cañete La Real	Radio Zafra	http://radiosabora.com/
	Costa del Sol Occidental	Casares	Radio Mar Casares	http://www.casaresradio.com/
	Costa del Sol Occidental	Estepona	Radio Estepona	http://www.estepona.es/rives-tepona/
	Costa del Sol Occidental	Fuengirola	Radio Municipal	http://www.fuengirolatv.com/radio/

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
	Costa del Sol Occidental	Manilva	Radio Manilva	www.rtvmanilva.com
	Costa del Sol Occidental	Marbella	Radio Televisión Marbella	www.rtvmarbella.tv
	Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas 3.40	www.mijascomunicacion.org/radio
	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox EM	www.radiotorrox.es
	Metropolitana de Málaga	Málaga	Onda Azul	http://www.ondaazulmalaga.es/
	Valle del Guadalhorce	Coín	Canal Coín Radio	www.canalcoin.com
	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	http://www.radiopizarra.com/
	Valle del Guadalhorce	Yunquera	Cadena Digital Yunquera	www.yunquera.es/radio
Sevilla	Aljarafe	Sanlúcar La Mayor	Solúcar Radio	www.solucarradio.com
	Bajo Guadalquivir	Los Palacios Y Villafranca	RTV Los Palacios Radio Unión	www.rtvlospalacios.com
	Campaña de Carmona	Mairena del Alcor	Radio Mairena	www.mairenadelalcor.es
	Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	www.rtvmarचना.es
	Campaña de Morón y Marchena	Montellano	Radio Montellano	www.radio.montellano.es
	Campaña de Morón y Marchena	Paradas	Radio Futuro	www.rtvfuturo.com
	Metropolitana de Sevilla	Alcalá De Guadaira	Radio Guadaira	www.radioguadaira.es

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación emisora	Web/Blog
	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Ahora Radio	www.ahoraradiogelves.com
	Metropolitana de Sevilla	La Rinconada	Radio Rinconada	www.radiorinconada.es
	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfarache	Radio Guadalquivir	www.radioguadalquivir.blogspot.com
	Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Aljarafe	www.radiotomares.wordpress.com
	Sierra Norte	Guillena	Onda Guillena	www.guillena.org/ondaguillena

Fuente: COMandalucía. 2015.

Anexo 33: Facebook y Twitter de las E.M. Operativas

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación Emisora	Nombre Facebook	Nombre Perfil @ Twitter
Almería	Almería	Huércal de Almería	Candil Radio	Candil - Radio Huércal De Almería	Candilradio
	Poniente Almeriense	Adra	Em De Adra	Radio Municipal De Adra	
	Poniente Almeriense	Berja	Radio Berja	Radio Berja A Tu Aire	
	Poniente Almeriense	El Ejido	Radio Ejido	Radio Ejido	Radioejido
	Valle de Almanzora	Macael	Radio Filabres	Radio Filabres 107.8 FM	
Cádiz	Bahía de Cádiz	Cadiz	Onda Cádiz	Onda Cádiz	Ondacadiztv
	Bahía de Cádiz	Chiclana de La Frontera	Radio Chiclana EM	Radio Chiclana	Chiclanafm
	Campaña de Jerez	Jerez de La Frontera	Onda Jerez Radio	Onda Jerez RTV	Ondajerez

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación Emisora	Nombre Facebook	Nombre Perfil @ Twitter
	Campo de Gibraltar	San Roque	Radio Alameda	Multimedia San Roque	
	Campo de Gibraltar	Tarifa	Radio Tarifa	RTV Tarifa	Rtvtarifa
	Costa Noroeste	Chipiona	Radio Chipiona	Tele Chipiona	Rtvchipiona
	Costa Noroeste	Trebujena	Radio Trebujena EM		Radiotrebujena
	La Janda	Barbate	Radio Barbate	Radio Barbate la Municipal de Barbate	
	La Janda	Benalup-Casas Viejas	Radio Benalup	Benalup FM Radio 107.7	
	La Janda	Conil de la Frontera	Radio Juventud de Conil	Radio Juventud de Conil	
	La Janda	Vejer de la Frontera	Radio Vejer	Radio Vejer	
	Sierra de Cádiz	El Bosque	Radio El Bosque	Radioelbosque 107.2	
	Sierra de Cádiz	Grazalema	Radio Grazalema	Radio Graza- lema	
	Sierra de Cádiz	Prado Del Rey	Eco Radio	Ecoradiosierra de Cádiz	
	Sierra de Cádiz	Ubrique	Radio Municipal de Ubrique	Radio Ubrique	Radioubrique
Córdoba	Alto Guadalquivir	El Carpio	Radio Onuba	Radio Onuba	Ronubaelcarpio
	Alto Guadalquivir	Montoro	Radio Montoro FM.	Radio Montoro 107.3	
	Alto Guadalquivir	Villa Del Río	Matias Prats FM.	Matías Prats Radio	
	Campaña de Baena	Castro Del Río	Radio Castro FM	Radiocastrofm	Radio_castrofm
	Campaña de Baena	Nueva Carteya	Onda Carteya Radio	Onda Carteya Radio	
	Campaña Sur	Fernán-Núñez	Onda Marina Radio	Onda Marina	

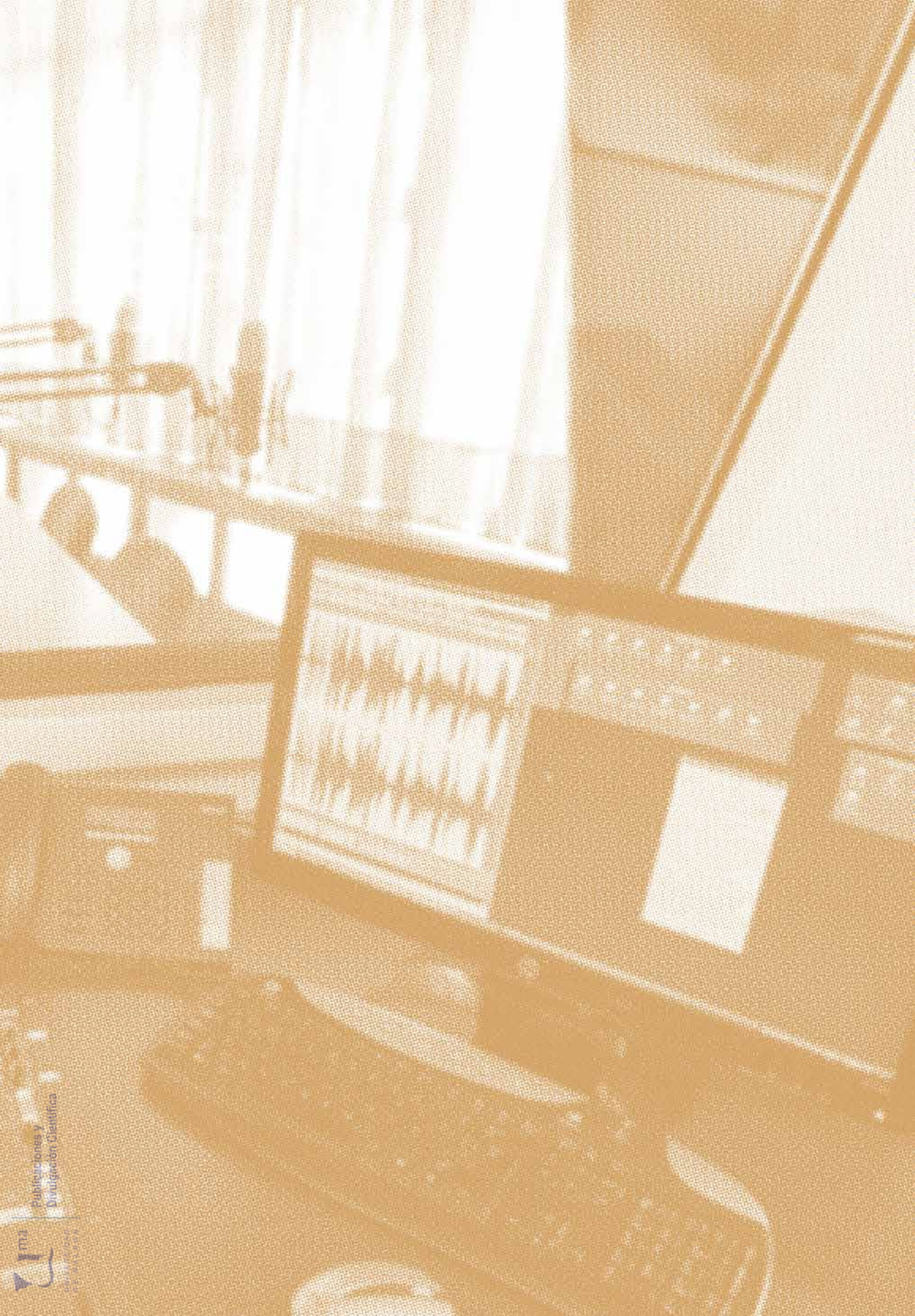
Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación Emisora	Nombre Facebook	Nombre Perfil @ Twitter
	Campaña Sur	La Rambla	Onda Pasión	Onda Pasión	Onpasión
	Subbética	Doña Mencía	Onda Mencía Radio	Onda Mencía Radio	Ondamencia
	Subbética	Iznájar	Em de Iznájar	Radio Iznájar	Radioiznájar
	Subbética	Rute	Radio Rute	Radio Rute	Radorute
	Valle Medio del Guadalquivir	La Carlota	Radio Carlota	Radio La Carlota 107.6	Radiocarlota 107.6
	Costa Tropical	Salobreña	Radio Salobreña	Radio Salobreña	Rudiosalobreña
	Loja	Huétor Tájar	Radio Huétor Tájar	Radio Huétor Tajar	Radiohuetor
	Loja	Loja	Onda Loja - Radio Al Jatib	Onda Loja Radio	
	Valle de Lecrín	Dúrcal	Radio Dúrcal FM	Radio Dúrcal 107.6	
	Valle de Lecrín	Padul	Radio Padul FM	Radio Padul	Radiopadulfm
	Vega de Granada	Albolote	Radio Albolote FM	Radio Albolote	Radioalbolote
	Vega de Granada	Alfacar	Radio Alfaguara	Radio Alfaguara	Radioalfaguara
	Vega de Granada	Armillá	Radio Municipal de Armilla	Radio Armilla	Radioarmilla
	Cuenca Minera	Nerva	Onda Minera Radio Nerva	Onda Minera Radio Televisión Nerva	Ondamine-ra_rtvn
	El Andévalo	Puebla de Guzmán	Radio Andévalo	Oído Puebla	Oídropuebla
	El Condado	Almonte	Radio Almonte Doñana Comunicación RTV	Onda Doñana	Ondadonana-radio
	El Condado	Bollullos Par Del Condado	Radio Condado	Radio Condado	Radiocondado
	El Condado	Rociana del Condado	Radio Rociana del Condado	Rociana Condado	Radorociana

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación Emisora	Nombre Facebook	Nombre Perfil @ Twitter
	Huelva	Punta Umbria	Onda Punta Radio	Onda Punta Radio	Ondapunta-radio
	Huelva	San Juan del Puerto	Radio San Juan Em	R. San Juan Municipal	Rsanjuandel-puerto
	Sierra de Huelva	Cortegana	Radio Experimental	Radio Cortegana	
Jaén	La Loma	Torreperogil	Radio Loma	Radio Loma	Radio_loma
	Metropolitana de Jaén	Jaén	Onda Jaen Rtv	Onda Jaén	
	Metropolitana de Jaén	Martos	Radio Martos Em	Radio Martos	Radiomartos
	Metropolitana de Jaén	Torredelcampo	Radio Torredelcampo	Torredelcampo Actualidad	Torredelcampohoy
	Metropolitana de Jaén	Torredonjimeno	Radio Torredonjimeno	Radio Torredonjimeno 101.7 Fm	Rtorredonjimeno
	Sierra de Segura	Arroyo de Ojanco	Ojanco Radio	Ojanco Radio 107.8 Fm	
	Sierra Sur	Alcalá La Real	Radio Alcalá La Real	Radio Alcalá	
Málaga	Antequera	Almargen	Almargen Radio	Almargen Radio	Almargenradio
	Antequera	Campillos	EM Radio Campillos	Radio Campillos	Radiocampillos Em
	Costa del Sol Occidental	Casares	Radio Mar Casares	Radio Municipal de Casares	Radiocasares
	Costa del Sol Occidental	Estepona	Radio Estepona	Radio Estepona Costa del Sol	Radioestepona
	Costa del Sol Occidental	Manilva	Radio Manilva	RTV Manilva	Rtvmanilva
	Costa del Sol Occidental	Marbella	Radio Televisión Marbella	RTVmarbella	Rtvmarbella
	Costa del Sol Occidental	Mijas	Radio Mijas 3.40	Mijas Comunicación	Mijas340
	La Axarquía	Torrox	Radio Torrox EM	Radio Torrox	Radiotorrox

Provincias	Comarcas	Municipio	Denominación Emisora	Nombre Facebook	Nombre Perfil @ Twitter
Sevilla	Metropolitana de Málaga	Málaga	Onda Azul	Onda Azul RTV Málaga	Ondaazulmá-laga
	Valle del Guadalhorce	Pizarra	Radio Pizarra	Radiopizarra Guadalhorce	
	Valle del Guadalhorce	Yunquera	Cadena Digital Yunquera		Radioyunquera
	Aljarafe	Sanlúcar la Mayor	Solúcar Radio	Solucar Radio	Solucar_radio
	Bajo Guadalquivir	Los Palacios y Villafranca	RTV Los Palacios Radio Unión	Radio Unión	
	Campaña de Carmona	Mairena del Alcor	Radio Mairena	Radio Mairena	Radiomairena-fm
	Campaña de Morón y Marchena	La Puebla de Cazalla	Radio Puebla	Radio Puebla 107.7	Rtvpueblaca-zalla
	Campaña de Morón y Marchena	Marchena	Radio Marchena	Radio Televisión Marchena	Rtvmarchena
	Campaña de Morón y Marchena	Montellano	Radio Montellano	Radio Monte-llano	
	Campaña de Morón y Marchena	Paradas	Radio Futuro	RTV Futuro	Rtvfuturo
Sevilla	Metropolitana de Sevilla	Alcalá de Gual-daira	Radio Guadaira	Radio Guadaira	Radioguadaira
	Metropolitana de Sevilla	Gelves	Ahora Radio	Ahoraradio Gelves	Radiogelves
	Metropolitana de Sevilla	La Rinconada	Radio Rinconada		Radiorinco-nada1
	Metropolitana de Sevilla	San Juan de Aznalfá-rache	Radio Guadalquivir	Radio Guadalquivir	Rguadalquivir
	Metropolitana de Sevilla	Tomares	Radio Aljarafe	Radio Tomares	Radiotomares
	Sierra Norte	Guillena	Onda Guillena	Onda Guillena	Ondaguille-na_89

Fuente: Elaboración propia. COMandalucía. 2014.





2015