

# Radiografía del modelo organizativo y la estructura de la radio local en Cataluña

**Elaine Aparecida Lopes-da Silva**  
Universitat Autònoma de Barcelona  

**Cristina Martorell-Castellano**  
Universitat Autònoma de Barcelona  

**Carolina Serra-Folch**  
Universitat Autònoma de Barcelona  

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.107194>

Recibido: 20 de enero de 2026 / Aceptado: 21 de marzo de 2026

**Resumen.** Esta investigación examina la estructura organizativa y los recursos humanos de la radio local en Cataluña (emisoras públicas, privadas y comunitarias) en un contexto de transformación tecnológica y digitalización del sector. El objetivo principal es describir la organización interna de estas emisoras, analizar la evolución de sus plantillas a lo largo de los últimos quince años y determinar el perfil de las personas responsables, prestando especial atención a la brecha de género. Para ello, se diseñó un cuestionario dirigido a responsables de 227 emisoras catalanas, obteniendo 155 respuestas válidas (68,3%). El cuestionario recogió información sobre datos generales, personal contratado y voluntario, programación, financiación, organización y retos futuros. Los resultados muestran que la mitad de las emisoras cuenta con entre una y cuatro personas contratadas, mientras que el 27,1% no tiene personal en plantilla. Solo el 20,6% dispone de cinco o más empleados. El voluntariado desempeña un papel fundamental: el 86,5% de las emisoras cuenta con al menos cinco voluntarios y el 42,6% supera los veinte, siendo esta dependencia especialmente alta en emisoras comunitarias. El 68,4% de las emisoras no ha incrementado su personal contratado en los últimos quince años, especialmente en las públicas y comunitarias. En cuanto a la gestión, el 64,5% de responsables son hombres y las mujeres, aunque mejor formadas, ocupan solo el 32,9% de los cargos directivos, con mayor desigualdad en emisoras privadas y comunitarias. El estudio concluye que las radios locales catalanas operan con recursos humanos muy limitados y una fuerte dependencia del voluntariado, lo que plantea retos de sostenibilidad y profesionalización, además de persistir una brecha de género en la gestión.

**Palabras clave.** Radio local, voluntariado, brecha de género, modelo organizativo, medios de comunicación.

## **EN** An overview of the organizational model and structure of local radio in Catalonia

**Abstract.** This research examines the organizational structure and human resources of local radio in Catalonia, including public, private, and community stations, in the context of technological transformation and digitalization of the sector. The main objective is to describe the internal organization of these stations, analyze the evolution of their staff over the last fifteen years, and determine the profile of the people in charge, paying special attention to the gender gap. To this end, a questionnaire was designed for managers of 227 Catalan radio stations, obtaining 155 valid responses (68.3%). The questionnaire collected information on general data, hired and volunteer staff, programming, financing, organization, and future challenges. The results show that half of the stations have between one and four employees, while 27.1% have no staff. Only 20.6% have five or more employees. Volunteering plays a fundamental role: 86.5% of stations have at least five volunteers and 42.6% have more than twenty, with this dependence being especially high in community stations. 68.4% of stations have not increased their staff in the last fifteen years, especially in public and community stations. Regarding management, 64.5% of managers are men, and women, although better trained, occupy only 32.9% of management positions, with greater inequality in private and community stations. The study concludes that Catalan local radio stations operate with very limited human resources and a heavy dependence on volunteers, which poses challenges of sustainability and professionalization, in addition to a persistent gender gap in management.

**Keywords.** Local radio, volunteering, gender gap, organizational model, media.

**Cómo citar:** Lopes-Da Silva, E., Martorell-Castellano, C. y Serra-Folch, C. (2026). Radiografía del modelo organizativo y la estructura de la radio local en Cataluña. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(2), 429-440. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.107194>

## 1. Introducción

Los modelos organizativos en el ámbito radiofónico se configuran de manera diversa en función de sus objetivos institucionales, formas de financiación y estructuras de gestión, lo que repercute directamente en la organización interna y en las dinámicas de los equipos de trabajo.

Durante los últimos años, numerosos estudios se han dedicado a estudiar los cambios en los modelos organizativos de las emisoras de radio, debido a su papel en la redefinición de los perfiles profesionales, más centrados ahora en funciones orientadas a la producción y gestión de contenidos en entornos multimedia. Balsebre-Torroja *et al.* (2023), por ejemplo, destacan el avance de la radio híbrida y *crossmedia* como resultado de un proceso de transformación tecnológica que ha reconfigurado profundamente las estructuras organizativas. En este nuevo escenario, las categorías laborales tradicionales coexisten con perfiles emergentes, tales como los responsables web o editores de redes sociales. Ello impone una triple exigencia de adaptación: en lo formal, en lo estructural y en la propuesta de contenidos, en consonancia con la lógica convergente que caracteriza al ecosistema mediático contemporáneo. Ante la constante transformación tecnológica que atraviesa el medio, la polivalencia y la adaptabilidad se perfilan como competencias clave de los nuevos profesionales radiofónicos, que se articulan en equipos multidisciplinares en los que convergen perfiles técnicos y digitales (Ortiz Sobrino *et al.*, 2021). En esta misma línea se expresan Díaz Monsalvo y Carreño Villada (2023), quienes constatan que el 75% de los responsables de las emisoras públicas y privadas de Castilla y León ha experimentado dificultades para encontrar perfiles profesionales que se ajusten a las demandas empresariales, particularmente en lo relativo al conocimiento de la actualidad y la polivalencia funcional. El perfil profesional requerido en la actualidad se caracteriza por su naturaleza multimedia y multitarea, integrando tanto competencias tradicionales, como la capacidad de gestionar grandes volúmenes de información, como habilidades asociadas a la gestión de comunidades virtuales, la edición de contenidos multimedia y el manejo de lenguajes digitales. Según Crusafon (2022), el desafío más reciente para estos profesionales es la incorporación estratégica de la inteligencia artificial en las rutinas creativas y productivas con el fin de potenciar la calidad del contenido y fortalecer la interacción con las audiencias. Aunque quizás cabe preguntarse si estos constituyen verdaderamente nuevos perfiles profesionales dentro de la radio o funcionan más bien como elementos complementarios del proceso global de comunicación del medio con sus audiencias, especialmente si se considera que sus definiciones se vinculan principalmente con distintas áreas de dicho proceso (López-Vidales *et al.*, 2019).

En lo referente a las causas de esta transformación de los modelos organizativos, Robert-Agell y Justel-Vázquez (2024) identifican la digitalización como principal motor de cambio, con efectos en la producción, distribución, consumo y gestión interna, y retos como la adaptación de rutinas laborales al contexto digital, la integración de inteligencia artificial, la reducción de costes, la concentración de au-

diencia y publicidad, la diversificación de canales y la integración en conglomerados multimedia. Este proceso exige perfiles profesionales actualizados y ofrece oportunidades para optimizar procesos y diversificar la oferta, reforzando la urgencia de replantear los modelos de gestión en el sector radiofónico catalán para garantizar la sostenibilidad y competitividad del sector.

Existen diversas investigaciones que han abordado los modelos de gestión de las empresas radiofónicas. En España, el estudio de Fernández-Sande y Rodríguez-Pallares (2022), tras analizar las principales empresas radiofónicas españolas (Prisa Radio, Grupo COPE, Atresmedia Radio y RNE), evidenció que la transformación digital y la incorporación del *big data* en el sector requieren una profunda reconfiguración de los modelos de gestión, la estructura organizativa y la cultura corporativa. Wert-Moreno y Legorburu Hortelano (2024), por su parte, estudiaron la evolución del modelo de gestión radiofónica del Grupo Godó, que pasó de un modelo de dirección colegiada a una estructura organizativa más centralizada y jerárquica, en la que un administrador único sustituyó al consejo de administración. Este cambio refleja la tendencia del sector hacia la integración y la eficiencia operativa en contextos de concentración empresarial.

En el caso de las emisoras públicas, la definición y la evaluación de la rentabilidad de estos medios ha sido también objeto de interés de varias investigaciones. Es el caso de Sánchez-Hernández y Chapparro Escudero (2019), cuyo trabajo introduce el IRS-COM (Índice de Rentabilidad Social en Comunicación), un indicador para medir la rentabilidad social de las emisoras públicas, mostrando cómo estas radios se organizan en torno a principios de servicio público y participación ciudadana. A nivel internacional, algunos trabajos han detallado los distintos modelos de gestión de las entidades de radiodifusión públicas (King y Rahemtullah, 2019; Martin, 2021; Miyazawa y Kimura, 2024). Así, el sistema estadounidense destaca tradicionalmente por un modelo de gestión descentralizado, que otorga a las estaciones locales más independencia y favorece, a su vez, una mayor diversidad y adaptación local. En contrapartida, en el Reino Unido es más común un modelo de gestión centralizado, que encuentra su mayor exponente en la BBC (Martin, 2021). En Japón, la gestión radiofónica se caracteriza por la prevalencia de un modelo organizativo de tipo «aprendiz-aprendiz», sustentado en la transmisión de conocimiento tácito, donde la autoridad se concentra en directores con amplia experiencia y especialistas en tecnología de radiodifusión (Miyazawa y Kimura, 2024).

Junto a las emisoras públicas y privadas, las radios comunitarias constituyen un tercer pilar del sistema radiofónico español, sobre el cual estudios recientes han analizado las actividades formativas que organizan (Lema-Blanco *et al.*, 2016) o la sostenibilidad de estas emisoras (Olmedo, 2024; Reguero y Camps, 2024), sin ánimo de lucro y gestionadas por la sociedad civil. A diferencia de las emisoras privadas, su modelo organizativo se caracteriza por la horizontalidad y por tener una estructura asamblearia, sin órganos directivos formales y sustentada principalmente por colectivos locales voluntarios (Olme-

do, 2024). Con presupuestos anuales inferiores a mil euros, rechazan la publicidad y acostumbran a financiarse mediante cuotas, eventos y donaciones. Por su parte, las emisoras universitarias representan un ámbito específico cuya naturaleza, objetivos y dinámicas difieren tanto de las radios públicas y privadas como de las comunitarias. En los últimos años, se ha examinado su papel como plataformas de formación, experimentación y proyección cultural, así como su contribución a la vinculación entre la universidad y la sociedad. El modelo organizativo de la radio universitaria en España viene condicionado por los recursos disponibles y la misión institucional de cada universidad, por lo que es difícil hablar de un modelo común (Ortiz-Sobrino *et al.*, 2021), aunque la limitación presupuestaria, la escasez de personal contratado y la dependencia de colaboradores voluntarios —con una alta rotación— parecen una constante en todas ellas (Martín-Pena *et al.*, 2023).

### 1.1. La cuestión de género en el ámbito radiofónico

La cuestión de género en el ámbito radiofónico continúa siendo un eje de preocupación en diversos estudios, que advierten sobre la persistencia de desequilibrios en la representación y participación de las mujeres dentro de las emisoras. Según el estudio de López-Cepeda *et al.* (2019), no existe igualdad real ni en la dirección ni en la mayoría de los consejos de administración de las organizaciones de radiotelevisión públicas europeas, algo que contrasta con las políticas para impulsar la paridad de género en la Unión Europea. En España, los hombres ocupan tres cuartas partes de los puestos con responsabilidad directiva y toman dos tercios de las decisiones relacionadas con el contenido, a pesar de que las periodistas tienen una capacitación académica superior a los periodistas (De Miguel *et al.*, 2017). El estudio de O'Brien (2019), desarrollado en Irlanda, llega a conclusiones análogas: las mujeres ocupan solo el 12% de los roles directivos en medios y su participación en programación y producción se sitúa por debajo del 30 %.

El trabajo de Espinosa *et al.* (2024) muestra un avance significativo de las mujeres a la hora de romper el llamado «techo de cristal». Sin embargo, pese a la existencia de mujeres en cargos de delegadas territoriales, directoras de emisora o directoras de área, que participan activamente en procesos de elaboración, edición y dirección de contenidos —aunque la programación de *prime time* continúa bajo predominio masculino—, la mayoría de estas directivas dependen, en última instancia, de directores generales varones. Esta problemática no se limita al contexto español sino que también ha sido objeto de análisis en otros países. En Italia, Perrotta (2023) observa cómo las mujeres han logrado una mayor representación en roles de producción y han comenzado a conquistar espacios en los micrófonos, pese a que los principales referentes de la radio italiana siguen siendo hombres, quizás porque persisten viejos dogmas radiofónicos según los cuales las voces graves, asociadas con la masculinidad, tienen mayor reconocimiento (Blanco-Fuente y Bernárdez-Rodal, 2022). Williamson y Kolek (2021), tras analizar las emisoras FM comerciales de las 20 principales ciudades de Estados Unidos, concluyen que las muje-

res constituyen únicamente el 34,26% del conjunto de profesionales en antena, porcentaje que disminuye todavía más en la franja matutina, tradicionalmente considerada la de mayor prestigio en el medio radiofónico, en la que solo un 14,58% de mujeres ejercen de presentadoras principales. En el Reino Unido, según el informe radiofónico del Department for Digital, Culture, Media & Sport (2021), las emisoras han experimentado avances en materia de diversidad, ampliando la incorporación de perfiles profesionales más heterogéneos, especialmente en lo que se refiere a la representación de minorías étnicas. Sin embargo, esta estrategia se centra en la contratación de personal en niveles iniciales, por lo que la presencia de talento diverso en puestos de responsabilidad y liderazgo es aún limitada. Estudios similares en países como Canadá, Irlanda o Uganda ponen también de manifiesto la infrarrepresentación de las mujeres en las radios, especialmente en cargos de dirección y administración (Kabazira, 2024; King y Rahemtullah, 2019; O'Brien, 2019).

### 2. Objetivos, metodología y diseño del estudio

El objetivo general de esta investigación es analizar la estructura organizativa y los recursos humanos de las emisoras de radio local en Catalunya y observar las diferencias existentes según la titularidad de las emisoras (públicas, privadas y libres o comunitarias), en un contexto marcado por la crisis estructural del sector radiofónico y los procesos de digitalización. Se pretende, asimismo, observar la evolución del personal voluntario y contratado durante los últimos 15 años, puesto que la última radiografía del sector radiofónico público catalán data de 2008, con la publicación del *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública* (2008), que analiza datos similares a los que aborda esta investigación.

Adicionalmente, este trabajo pretende analizar los perfiles de las personas responsables de las radios locales, teniendo en cuenta variables como el género, la formación académica y la denominación del cargo que ostentan, con el objeto de detectar si existen brechas de género en los puestos de responsabilidad de estas organizaciones.

Para dar respuesta a estas preguntas se diseñó un estudio cuantitativo basado en la aplicación de un cuestionario dirigido a las personas responsables de las emisoras de radio local en Catalunya. El universo de estudio se definió a partir de la combinación de distintas fuentes documentales e institucionales. Como punto de partida, se tomó el universo de emisoras recogido en el *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública* (Federació de ràdios locals de Catalunya, 2008), formado por 254 emisoras públicas. El equipo de investigación contactó por teléfono o correo electrónico con las personas responsables de estas emisoras, y tras esta revisión se mantuvieron en la base de datos las emisoras que seguían operativas, se excluyeron las que habían cesado su actividad, o se actualizaron los datos de las que habían sufrido cambios en su denominación.

Adicionalmente, y dado que el *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública* (Federació de ràdios locals de Catalunya, 2008) solo incluía las radios de titularidad pública, se consultaron los directorios de distintas

instituciones y organizaciones (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Federació de Mitjans de Comunicació Locals de Catalunya, Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació y la Xarxa de Comunicació Local) con el objeto de incorporar también emisoras de titularidad privada y libre o comunitaria, de modo que el trabajo abordara la totalidad del ecosistema radiofónico local catalán (excluyendo las radios universitarias). Así, se incorporaron a la base de datos aquellas emisoras que no estaban presentes en el *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública* (Federació de ràdios locals de Catalunya, 2008), bien por ser de creación posterior a la fecha del citado estudio, bien por tratarse de radios de titularidad privada, libre o comunitaria.

Como resultado de este proceso, el universo final del estudio quedó conformado por un total de 227 emisoras de radio local en Catalunya: 198 de titularidad pública, 21 privadas y 16 de otras titularidades (libres o comunitarias).

El cuestionario se dividió en seis secciones: «datos generales y de contacto de la emisora» (nombre, dirección, titularidad, año de inicio de las emisiones, etc.), «personal» (evolución del personal contratado y de las personas voluntarias que colaboran con la emisora), «programación y contenidos» (presencia y distribución de distintos tipos de contenidos: programación en directo, informativos locales, contenidos musicales, deportivos o culturales, etc.), «financiación y publicidad» (principales fuentes de financiación, formatos publicitarios, etc.), «organización, audiencia y comunicación» (tipo de redacción, uso de medios digitales, perfil de audiencia...) y «retos y futuro», en la que preguntaba a los responsables de las emisoras por las principales problemáticas a las que debían enfrentarse.

La recogida de datos tuvo lugar entre los meses de marzo y mayo de 2024, mediante una encuesta en línea administrada a través de Google Forms. Se contactó de forma personalizada con cada emisora por correo electrónico, explicándoles los objetivos del estudio y emplazándoles a responder la encuesta, disponible a través de un enlace en el mismo correo. Durante el periodo de recogida de datos se enviaron

otros dos mensajes recordatorios a las emisoras que no habían respondido. El cuestionario recibió un total de 155 respuestas válidas —tras eliminar dos respuestas duplicadas—, que en términos porcentuales equivalen al 68,3% de las emisoras locales catalanas: 130 de titularidad pública, 13 privadas y 12 de otros tipos de titularidad (libres o comunitarias).

Se utilizó el lenguaje de programación R y la interfaz RStudio para la realización de los test aplicados y para las visualizaciones gráficas generadas. El lenguaje de programación R es conocido por ser de código abierto y adecuado para análisis estadísticos, siendo ampliamente utilizado en el ámbito académico. Además, las técnicas empleadas en el estudio fueron seleccionadas considerando la naturaleza de los datos y sus limitaciones (tamaño de la muestra). Asimismo, se subraya que los resultados presentados observan asociaciones y no relaciones de causalidad, ya que serían necesarios estudios longitudinales o experimentales para realizar inferencias causales.

### 3. Resultados

#### 3.1. Estructura de las emisoras locales según sus recursos humanos

Las emisoras de radio local en Cataluña disponen de plantillas extremadamente reducidas. Así, como muestra la Tabla 1, la mitad de las emisoras encuestadas (50,3 %) tiene entre una y cuatro personas contratadas, mientras que cerca de un tercio (el 27,1 %) no tiene ninguna persona en plantilla. Únicamente el 20,6 % de las emisoras cuenta con 5 o más personas contratadas y, de este grupo, solo 10 de las 155 emisoras tienen en plantilla a un mínimo de 10 personas. En las emisoras de titularidad libre o comunitaria se acentúa todavía más este fenómeno, pues únicamente en 2 de las 12 emisoras participantes declaran tener personal contratado, y en ambos casos se trata de una sola persona. Por el contrario, el 84,6 % de las emisoras privadas y el 74,6 % de las públicas cuentan con personal contratado, con plantillas proporcionalmente más extensas en las radios privadas (el 30,8 % de ellas declara disponer de entre 5 y 9 personas contratadas).

Tabla 1. Personal contratado en las emisoras locales (frecuencia y %) según su titularidad.

Personas contratadas en la emisora	Públicas	Privadas	Otras	Total
0 personas	30 (23,1 %)	2 (15,4 %)	10 (83,3 %)	42 (27,1 %)
1 persona	29 (22,3 %)	2 (15,4 %)	2 (16,7 %)	33 (21,3 %)
2 personas	17 (13,1 %)	1 (7,7 %)	0 (0 %)	18 (11,6 %)
3 personas	13 (10 %)	1 (7,7 %)	0 (0 %)	14 (9 %)
4 personas	12 (9,2 %)	1 (7,7 %)	0 (0 %)	13 (8,4 %)
De 5 a 9 personas	18 (13,8 %)	4 (30,8 %)	0 (0 %)	22 (14,2 %)
De 10 a 15 personas	1 (0,8 %)	2 (15,4 %)	0 (0 %)	3 (1,9 %)
De 16 a 20 personas	3 (2,3 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (1,9 %)
Más de 20 personas	4 (3,1 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	4 (2,6 %)
Ns/Nc	3 (2,3 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (1,9 %)
<b>Total</b>	<b>130 (100 %)</b>	<b>13 (100 %)</b>	<b>12 (100 %)</b>	<b>155 (100 %)</b>

Fuente: elaboración propia.

Con el fin de profundizar en la estructura de las emisoras locales, no solo se interrogó a los responsables sobre su personal contratado sino que se solicitaron detalles sobre la jornada laboral de dicho personal. Los resultados muestran que, en casi un tercio (27,4 %) de las emisoras encuestadas que cuentan con personal contratado ( $n = 113$ ), únicamente una persona lo está a tiempo completo, mientras que el 12,4 % de las emisoras solo cuenta con

personal a tiempo parcial en su plantilla. Solo 8 emisoras (7,2 %) cuentan con 10 o más personas contratadas a tiempo completo (ver Tabla 2). De nuevo, en las emisoras privadas la respuesta obtenida con mayor frecuencia comprende entre 5 y 9 personas a jornada completa. El 21 % de las emisoras públicas cuenta con al menos 5 personas en esta modalidad contractual.

Tabla 2. Personal contratado a tiempo completo en las emisoras locales (frecuencia y %) según su titularidad.

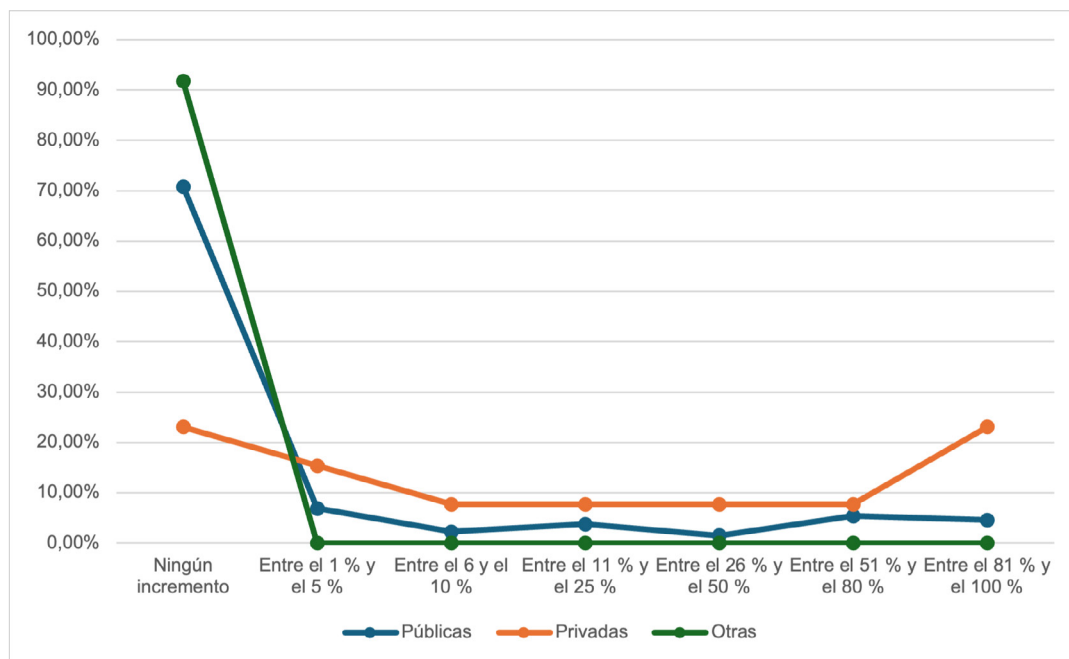
<b>Personal contratado a tiempo completo (n=113)</b>	<b>Públicas</b>	<b>Privadas</b>	<b>Otras</b>	<b>Total</b>
0 personas	12 (12 %)	1 (9,1 %)	1 (50 %)	14 (12,4 %)
1 persona	27 (27 %)	3 (27,3 %)	1 (50 %)	31 (27,4 %)
2 personas	11 (11 %)	1 (9,1 %)	0 (0 %)	12 (10,6 %)
3 personas	16 (16 %)	1 (9,1 %)	0 (0 %)	17 (15 %)
4 personas	13 (13 %)	1 (9,1 %)	0 (0 %)	14 (12,4 %)
De 5 a 9 personas	12 (12 %)	4 (36,4 %)	0 (0 %)	16 (14,2 %)
De 10 a 15 personas	3 (3 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (2,7 %)
De 16 a 20 personas	2 (2 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	2 (1,8 %)
Más de 20 personas	3 (3 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (2,7 %)
Ns/Nc	1 (1 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	1 (0,9 %)
<b>Total general</b>	<b>100 (100 %)</b>	<b>11 (100 %)</b>	<b>2 (100 %)</b>	<b>113 (100 %)</b>

Fuente: elaboración propia.

Respecto a la evolución del personal contratado durante los últimos 15 años, los responsables de las emisoras declaran, en el 68,4 % de los casos, no recordar ningún incremento en el número de personas contratadas. Como se observa en el Gráfico 1, este estancamiento en el personal contratado es especialmente acusado en las emisoras de titularidad libre/comunitaria o en las públicas, puesto que no ha habido incrementos de personal en el 91,7 % y el 70,8 % de ellas, respectivamente. En cambio, solo el 23,1 % de emisoras privadas declara no haber incrementado su plantilla.

Únicamente en 17 de las 155 emisoras se produce un incremento del personal contratado superior al 50 % desde el año 2009. Pese a que, en valores absolutos, 13 de estas 17 radios son públicas, proporcionalmente son las emisoras privadas las que registran mayores incrementos, ya que se da en el 30,8 % de estas radios. El aumento del personal contratado es sensiblemente superior en todos los intervalos en las emisoras privadas, aunque en muchos de ellos el umbral de respuestas afirmativas no supere el 10 %.

Gráfico 1. Incremento de personal contratado en las emisoras locales en los últimos 15 años (%) según su titularidad.



Fuente: elaboración propia.

Otro de los pilares estructurales de las emisoras de radio local lo forma el personal que colabora de forma voluntaria con la emisora. A diferencia de lo que sucede con el personal contratado, los resultados se invierten al considerar al personal voluntario, tal como refleja la Tabla 3. En este caso, solo el 3,2 % de las emisoras encuestadas declara no contar con colaboradores voluntarios: únicamente dos radios públicas y tres privadas, puesto que todas las radios comunitarias o libres declaran disponer de personal

voluntario. Así, no solo la práctica totalidad de las emisoras –independientemente de su titularidad– cuentan con voluntarios sino que el volumen de esta colaboración altruista con las emisoras es considerable: el 86,5 % de las emisoras cuentan con un mínimo de 5 personas voluntarias y en cerca de la mitad de los casos (el 42,6 %, esto es, 66 de las 155 emisoras) el personal voluntario supera las 20 personas y supone la respuesta más frecuente tanto en radios públicas como en privadas o comunitarias.

Tabla 3. Personal voluntario en las emisoras locales (frecuencia y %) según su titularidad.

Personal voluntario	Púlicas	Privadas	Otras	Total
0 personas	2 (1,5 %)	3 (23,1 %)	0 (0 %)	5 (3,2 %)
1 persona	1 (0,8 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	1 (0,6 %)
2 personas	5 (3,8 %)	2 (15,4 %)	0 (0 %)	7 (4,5 %)
3 personas	3 (2,3 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (1,9 %)
4 personas	4 (3,1 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	4 (2,6 %)
De 5 a 9 personas	18 (13,8 %)	2 (15,4 %)	3 (25 %)	23 (14,8 %)
De 10 a 15 personas	25 (19,2 %)	2 (15,4 %)	3 (25 %)	30 (19,4 %)
De 16 a 20 personas	14 (10,8 %)	0 (0 %)	1 (8,3 %)	15 (9,7 %)
Más de 20 personas	57 (43,8 %)	4 (30,8 %)	5 (41,7 %)	66 (42,6 %)
Ns/Nc	1 (0,8 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	1 (0,6 %)
<b>Total general</b>	<b>130 (100 %)</b>	<b>13 (100 %)</b>	<b>12 (100 %)</b>	<b>155 (100 %)</b>

Fuente: elaboración propia.

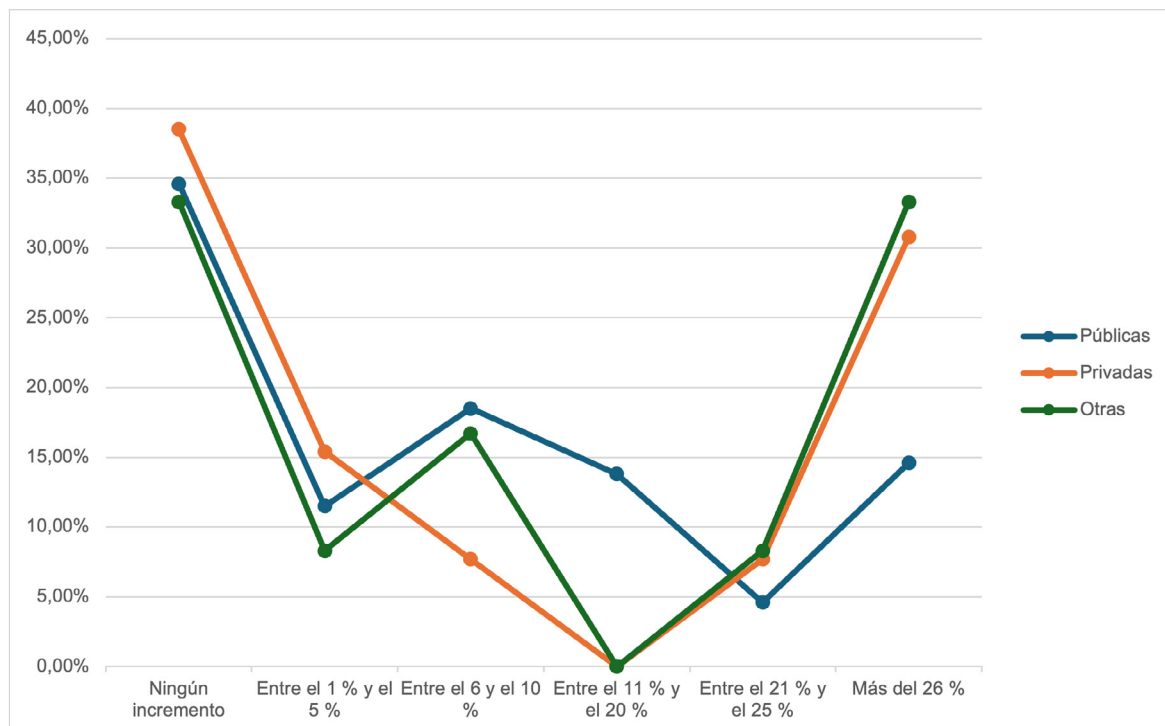
Algo más de un tercio de las emisoras encuestadas –dato ligeramente superior en las radios de titularidad privada– declara no recordar ningún incremento en el volumen de personal voluntario durante

los últimos 15 años. Por su parte, en 71 de las 155 emisoras encuestadas este incremento se sitúa en una horquilla entre el 1 % y el 25 %. En el otro extremo, las emisoras de titularidad privada y comunitaria

son las que, proporcionalmente, declaran haber experimentado incrementos más notorios en el número de personas que colaboran voluntariamente con

la emisora, con porcentajes que superan el 30 % en ambos casos, porcentaje que se reduce a la mitad si se tienen en cuenta las emisoras públicas.

Gráfico 2. Incremento de personal voluntario en las emisoras locales en los últimos 15 años (en %) según su titularidad.



Fuente: elaboración propia.

### 3.2. La gestión de las radios locales: género, formación y cargo de sus responsables

La persona responsable de las emisoras de radio locales en Cataluña es eminentemente de género masculino (64,5 %). Por su parte, las mujeres son responsables en el 32,9 % de las emisoras y en el 2,6 % restante se dan otras circunstancias, bien porque la gestión de la radio carece de responsable unipersonal, bien porque los encuestados prefieren no revelar el género de esta figura. En la muestra analizada, las desigualdades de género en la responsabilidad de las emisoras se agudizan en las de titularidad privada o comunitaria, puesto que en ambos casos más de un 80% de quienes dirigen la emisora son hombres. La dirección de las emisoras públicas recae en mujeres en 48 de las 130 radios consultadas, lo que representa un porcentaje del 36,9 %.

Como muestra la Tabla 4, de las 51 mujeres al frente de las emisoras locales, el 78,4 % cuenta con

estudios universitarios, frente al 61 % del total de hombres (100) que dirigen dichas emisoras. En conjunto, un 65,8 % de las personas responsables cuentan con una licenciatura o grado, mayoritariamente en Periodismo (56,9 %), Comunicación Audiovisual (9,8 %), Publicidad y Relaciones Públicas (4,9 %) u otros títulos vinculados a la comunicación (2 %). En números absolutos, 75 de los 102 responsables con estudios universitarios son licenciados o graduados en el ámbito de la comunicación, mientras que los otros 27 disponen de títulos en otras ramas de conocimiento.

Tras la formación universitaria, la formación técnica o profesional es la segunda más común, sobre todo en el caso de los hombres: el 21 % de los responsables ha cursado estudios técnicos, frente al 11,8 % de las mujeres. Únicamente 20 de las 155 personas responsables de las emisoras cuenta solo con estudios obligatorios o secundarios: 3 mujeres y 17 hombres.

Tabla 4. Formación de la persona responsable de las emisoras locales (frecuencia y %) según su género.

Formación	Mujeres	Hombres	Otros	Total
Formación básica obligatoria	3 (5,9 %)	8 (8 %)	0 (0 %)	11 (7,1 %)
Bachillerato (BUP/COU)	0 (0 %)	9 (9 %)	0 (0 %)	9 (5,8 %)
Formación técnica (FP)	6 (11,8 %)	21 (21 %)	0 (0 %)	27 (17,4 %)
Estudios universitarios	40 (78,4 %)	61 (61 %)	1 (25 %)	102 (65,8 %)

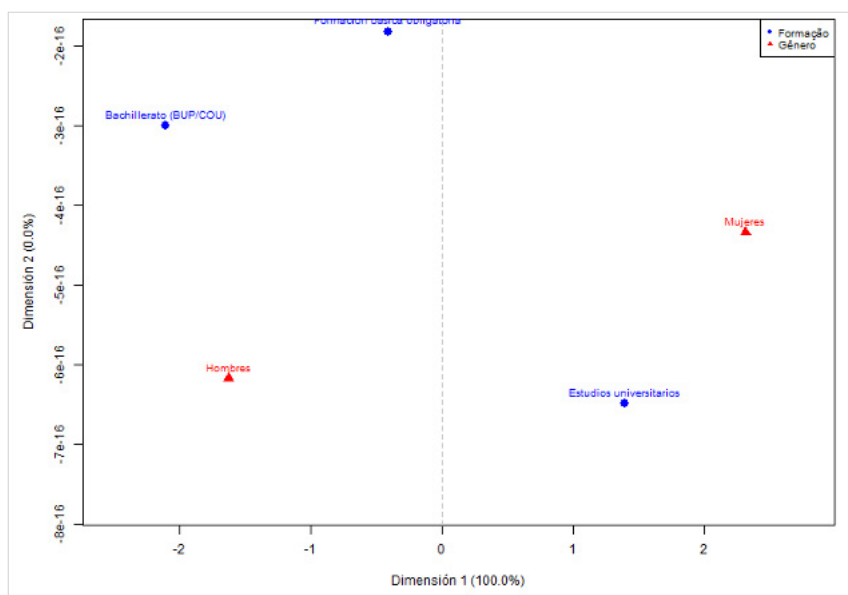
Formación	Mujeres	Hombres	Otros	Total
Ns/Nc	2 (3,9 %)	1 (1 %)	3 (75 %)	6 (3,9 %)
<b>Total general</b>	<b>51 (100 %)</b>	<b>100 (100 %)</b>	<b>4 (100 %)</b>	<b>155 (100 %)</b>

Fuente: elaboración propia.

Se realizó el test Chi-cuadrado para examinar si existe desigualdad de género en la formación de las personas responsables y la predominancia de cada género según los estudios declarados. En el primer caso, los resultados indicaron que los datos presentan una asociación significativa, aunque moderada ( $p\text{-value} = 0,046162$ ). El resultado del análisis de residuos tipificados explica por qué el valor  $p$  se situó próximo al umbral de significación. Se observó una

fuerte concentración de mujeres con estudios universitarios (valor de residuo de +2,46), junto con una fuerte concentración de hombres con estudios secundarios (valor de residuo de +2,18). Así, el análisis indica un perfil de alta cualificación femenina en la gestión de las emisoras, junto con una significativa sobrerrepresentación de hombres con nivel educativo de Bachillerato.

Gráfico 3. Análisis de correspondencias de la Tabla 4.



Fuente: elaboración propia.

El Gráfico 3 permite visualizar los resultados obtenidos en el test Chi-cuadrado y en el análisis de residuos. La dimensión 1 explica el 100 % de la variación observada, constituyendo el eje central del análisis. En el lado derecho se aprecia que «estudios universitarios» se encuentra próximo a «mujeres», y la proximidad horizontal entre ambos indica una fuerte asociación entre las mujeres y la educación superior en los datos analizados. En el lado izquierdo, que representa el perfil masculino, se identifica una asociación clara entre los hombres y la formación secundaria postobligatoria. Asimismo, la educación obligatoria aparece próxima al centro, por lo que se evidencia que es una categoría común en ambos géneros.

El cargo más común —89 de las 155 emisoras encuestadas— que ostenta la persona responsable de la emisora es el de director o directora, independientemente de si se trata de emisoras de titularidad pública, privada o de otra índole. En el caso de las emisoras públicas, y aunque con frecuencias muy inferiores, los técnicos (15), regidores (12) o responsables de comunicación del Ayuntamiento (11) son

los cargos más comunes que ostentan las personas al frente de las emisoras. En el caso de las privadas, destaca el cargo de director/a general o CEO en el 15,4 % de las emisoras. En las doce emisoras libres o comunitarias, pese a que el cargo más frecuente es también el de director/a, cuatro de ellas definen su estructura de mando como una «asociación o proyecto colectivo». De forma minoritaria (con porcentajes inferiores al 5 %), las personas responsables de las radios locales declaran también ostentar otros cargos, como el de coordinador/a, alcalde/alcaldesa o presidente/a del consejo de administración.

#### 4. Discusión y conclusiones

Las cuestiones planteadas en este trabajo sobre los recursos humanos de las radios locales pretenden realizar una radiografía de la estructura de las emisoras locales en Catalunya que, al mismo tiempo, permita reflexionar sobre algunas de las causas, consecuencias y retos que afrontan estas organizaciones en términos de sostenibilidad.

Los resultados de esta investigación ponen de manifiesto que las emisoras de radio local cuentan

con plantillas extremadamente reducidas, lo que conecta con la tendencia a racionalizar recursos y reducir costes identificada por Robert-Agell y Justel-Vázquez (2024). Si en 2008 el 21,7 % de las radios públicas catalanas no contaban con personal contratado (Federació de ràdios locals de Catalunya, 2008), este porcentaje asciende hasta el 27,1 % en los resultados de la presente investigación, que incluye también datos de emisoras de titularidad privada y comunitaria. Los resultados muestran que la mitad de las emisoras encuestadas declara tener únicamente entre una y cuatro personas en plantilla, mientras que apenas el 15 % dispone de entre 5 y 9 profesionales asalariados y solo el 6,4 % de emisoras superan las 10 personas. A estos datos, ya de por sí preocupantes para garantizar la sostenibilidad de estas organizaciones, se debe añadir el hecho de que una parte notable de las contrataciones son a tiempo parcial. Como indican los resultados de la encuesta, casi un tercio de las emisoras solo cuenta con una persona contratada a tiempo completo y el 12,4 % de emisoras solo dispone de personal a tiempo parcial. Aunque el análisis de las condiciones laborales no forma parte de los objetivos de este estudio, estos resultados apuntan a dinámicas de precarización que merecerían ser abordadas en futuras investigaciones.

Durante los últimos 15 años el crecimiento del personal contratado en las emisoras ha sido también reducido, especialmente en el caso de las radios públicas o de titularidad libre o comunitaria, en las que un 70 % y un 92 % de las emisoras, respectivamente, declaran no haber incrementado su personal en este periodo. Las emisoras privadas son las que registran un mayor crecimiento de personal, aunque el hecho de que un 23 % de las radios privadas encuestadas declare que su plantilla se ha incrementado en más del 80 % sugiere, más bien, la posibilidad de que se trate de emisoras de reciente creación. Este estancamiento puede interpretarse como el reflejo de restricciones presupuestarias persistentes, particularmente en el ámbito municipal, así como de las políticas de austeridad aplicadas tras la crisis económica de finales de la primera década del año 2000. En contraste, las emisoras privadas presentan mayores tasas de crecimiento, aunque los incrementos más elevados parecen corresponder a proyectos de creación relativamente reciente más que a procesos de expansión sostenida.

La escasez de personal contratado se compensa, en gran medida, con la colaboración de personas voluntarias, una práctica ampliamente extendida en la radio local. La fuerte dependencia del voluntariado queda especialmente evidenciada en las 42 emisoras que declaran no contar con personal contratado. De hecho, solo 5 de las 155 emisoras encuestadas declara no contar con colaboradores voluntarios. Al contrario de lo que sucede con el personal contratado, la cantidad de voluntarios que colabora con las radios locales es notable, puesto que cerca de la mitad de las emisoras declara contar con más de veinte voluntarios. Las respuestas recibidas sobre el crecimiento del personal voluntario en los últimos 15 años no permiten extraer conclusiones claras: cerca de la mitad de las emisoras (el 45,8 %) declara haber aumentado el número de colaboradores entre un 1 % y un 25 %, mientras que el 34,8 % de radios no

recuerda ningún incremento y, en el otro extremo, el 17,4 % señala aumentos superiores al 25 %. Si bien esta participación puede interpretarse como una muestra del arraigo social del medio radiofónico, también plantea interrogantes sobre la profesionalización, la continuidad de los proyectos y la capacidad de innovación de las emisoras locales.

En lo que respecta a la gestión de las emisoras locales, los datos obtenidos constatan que el perfil más habitual al frente de las emisoras locales es el de un profesional de género masculino, que ostenta el cargo de director de la emisora y que cuenta con estudios universitarios. Si bien la mitad de estos directivos cuenta con una licenciatura o grado en Periodismo, es destacable también que la formación de casi el 30 % de hombres con estudios superiores ostente un título en una rama de conocimiento ajena a la comunicación. Este dato concuerda con los resultados del trabajo de López-Cepeda *et al.* (2019), según los cuales el perfil general de la persona que gestiona la radiotelevisión pública en los países de la Unión Europea se corresponde con un hombre de 50 años y formación en derecho y economía. Por su parte, los hallazgos del *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública* (Federació de ràdios locals de Catalunya, 2008) mostraron que únicamente un 46,7 % de las emisoras contaban con una persona responsable formada en periodismo, mientras que en esta investigación son el 48,4 % los y las responsables con estudios superiores vinculados a la comunicación. Más de 15 años después de esta primera radiografía del sector, cabría esperar un avance más significativo en la profesionalización de los responsables de las radios locales.

La brecha de género en los puestos de responsabilidad constituye uno de los hallazgos más relevantes del estudio. El hecho de que solo un tercio de las responsables de las emisoras sean mujeres evidencia la persistencia de una notable brecha de género en los puestos de dirección, que se acentúa en las emisoras de titularidad privada y comunitaria. Estos datos son coincidentes con investigaciones previas, que también constatan la infrarrepresentación de las mujeres en los cargos de dirección y administración de las empresas radiofónicas (Kabazira, 2024; King y Rahemtullah, 2019; O'Brien, 2019). Resulta especialmente significativo que, pese a esta menor presencia, las mujeres responsables presenten niveles de formación superiores a los de sus homólogos masculinos y una mayor especialización en estudios de comunicación, lo que apunta a la existencia de barreras estructurales en el acceso a los cargos de dirección.

Es decir, las responsables de emisoras locales de género femenino están más y mejor formadas que sus homólogos masculinos, puesto que el porcentaje de mujeres con estudios superiores roza el 80 %. Dentro de este grupo, además, el 85 % de las directivas cuenta con una licenciatura o grado en el ámbito de las ciencias de la comunicación, mayoritariamente en periodismo. Además, mientras que los hombres con formación obligatoria o secundaria al cargo de una radio local ascienden al 17 % del total, las mujeres con este tipo de estudios apenas alcanzan el 6 %. Existen, por último, diferencias significativas por género en relación con la formación profesional, puesto que el porcentaje de hombres con

este tipo de formación duplica al de mujeres. Estas desigualdades pueden interpretarse a la luz de factores como la cultura organizativa heredada, las lógicas de nombramiento político en determinadas emisoras públicas locales o la persistencia de estereotipos de género asociados al liderazgo y a la «voz autorizada» en el ámbito radiofónico. La combinación de estos elementos contribuye a explicar por qué una mayor cualificación no se traduce necesariamente en un mayor acceso de las mujeres a posiciones de responsabilidad.

Finalmente, el análisis de los cargos de responsabilidad según la titularidad de las emisoras permite identificar modelos organizativos diferenciados. Así, el cargo más frecuente para definir el rol de la persona responsable de la emisora es el de director o directora, como manifiestan casi el 60 % de las radios encuestadas. En casi un tercio de las emisoras públicas (31,5 %), la responsabilidad de la radio local recae en figuras propias de la plantilla de cada consistorio, tales como técnicos/as o jefes/as de comunicación del propio ayuntamiento, o incluso regido-

res/as o alcaldes y alcaldesas. En las emisoras privadas, la responsabilidad recae fundamentalmente en dos figuras: director/a de la emisora o director/a general o CEO. Por su parte, en el caso de las radios libres o comunitarias, es destacable que casi un tercio de ellas defina que la responsabilidad de la emisora recae en una «asociación o proyecto colectivo», dato que pone de manifiesto el carácter más horizontal de estas emisoras frente a las de titularidad pública o privada.

En definitiva, este estudio ha permitido ofrecer una radiografía actualizada de la estructura organizativa y de los recursos humanos de las emisoras de radio local en Catalunya. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que la radio local opera mayoritariamente con plantillas muy reducidas y con una elevada presencia de contratación a tiempo parcial. La existencia de limitaciones estructurales, tanto en torno a la disponibilidad de recursos económicos como a los modelos de gestión predominantes, parece ser una de las causas que limita su capacidad para consolidar equipos profesionales estables.

## 5. Contribución de autores

<b>Conceptualización</b>	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autoras 1, 2 y 3
<b>Curación de datos</b>	Actividades de gestión para anotar (producir metadatos), depurar datos y mantener los datos de la investigación (incluido el código de <i>software</i> , cuando sea necesario para interpretar los propios datos) para su uso inicial y su posterior reutilización.	Autoras 1, 2 y 3
<b>Análisis formal</b>	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autoras 1 y 2
<b>Adquisición de fondos</b>	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación.	Autoras 1, 2 y 3
<b>Investigación</b>	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autoras 1, 2 y 3
<b>Metodología</b>	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autoras 1 y 2
<b>Administración del proyecto</b>	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Autora 2
<b>Recursos</b>	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autoras 1, 2 y 3
<b>Software</b>	Programación, desarrollo de <i>software</i> ; diseño de programas informáticos; implementación del código informático y de los algoritmos de apoyo; prueba de los componentes de código existentes.	Autoras 1, 2 y 3
<b>Supervisión</b>	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autora 1
<b>Validación</b>	Verificación, ya sea como parte de la actividad o por separado, de la replicabilidad/reproducción general de los resultados/experimentos y otros productos de la investigación.	Autora 1
<b>Visualización</b>	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autora 2
<b>Redacción / Borrador original</b>	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autoras 1 y 2
<b>Redacción / Revisión y edición</b>	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado por los miembros del grupo de investigación original, específicamente revisión crítica, comentario o revisión, incluidas las etapas previas o posteriores a la publicación.	Autora 3

## 6. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

No se han utilizado herramientas de inteligencia artificial en la elaboración de este trabajo.

## 7. Referencias bibliográficas

- Balsebre-Torroja, A., Ortiz-Sobrino, M. A. y Soengas-Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina De Comunicación Social*, (81), 17-39. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848>
- Blanco-Fuente I. y Bernárdez-Rodal A. (2022). Gendered voices on the airwaves: The sonic self in discourses about identity articulated by radio students in Spain. *Investigaciones Feministas*, 13(1), 401-410. <https://doi.org/10.5209/infe.80319>
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2024). *Mapa de radios y televisiones*. <https://www.cac.cat/es/mapa-radios-y-televisiones>
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (2024). *Bon dia. Directori de mitjans en llengua catalana*. <https://www.3cat.cat/bon-dia>
- Crusafon, C. (2022, 24 de enero). "¿Cómo está cambiando la IA la manera de informar?". Esglobal. <https://web.archive.org/web/20220124142039/https://www.esglobal.org/como-esta-cambiando-la-ia-la-manera-de-informar>
- De-Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S. y Berganza, R. (2017). Women journalists in Spain: An analysis of the sociodemographic features of the gender gap. *Profesional de la Información*, 26(3), 497-506. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.16>
- Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2021). *Digital radio and audio review*. Gov.uk. <https://www.gov.uk/government/publications/digital-radio-and-audio-review/digital-radio-and-audio-review>
- Díaz Monsalvo, M. Á. y Carreño Villada, J. L. (2023). El perfil competencial en la radio: una propuesta de actualización a los cambios generacionales. *Zer: Journal of Communication Studies/Revista de Estudios de Comunicacion/Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 28(54), 49-72. <https://doi.org/10.1387/zer.24686>
- Espinosa Mirabet, S., Puntí Brun, M. y Serra Simón, J. (2024). Las mujeres en la radio, 100 años después. *Quaderns del CAC*, 50, 19-31. <https://doi.org/10.60940/qcac50id431850>
- Federació de ràdios locals de Catalunya (2008). *Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública*. [https://radio-local.cat/IMAGES\\_10/Llibre%20blanc.pdf](https://radio-local.cat/IMAGES_10/Llibre%20blanc.pdf)
- Fernández-Sande, M. y Rodríguez-Pallares, M. (2022). Big data in the radio broadcasting companies: applications and evolution. *Profesional de la información*, (31)5, e31051. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.16>
- Kabazira, C. (2024). *Reasons for and Responses to Radio Journalists' Compensation Challenges: A Comparative Study of Radio Management Practices Across Varied Ownership Structures and Geographic Regions in Uganda* [Tesis de maestría, OsloMet-Storbyuniversitetet]. Norwegian Research Information Repository <https://nva.sikt.no/registration/0198f6830baf-4cb7bd5e-76aa-48d2-8848-4ce8a0e98e8d>
- King, G. y Rahemtullah, O. S. (2019). Community radio contradictions in Canada: Learning from volunteers impacted by commercialising policies and practices. *Journal of Alternative & Community Media*, 4(4), 20-36. [https://doi.org/10.1386/joacm\\_00064\\_1](https://doi.org/10.1386/joacm_00064_1)
- Lema-Blanco, I., Rodríguez-Gómez, E. F. y Barranquero-Carretero, A. (2016). Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (48)3, 91-99. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-09>
- López-Cepeda, A. M., Soengas-Pérez, X. y Campos-Freire, F. (2019). Gobernanza de las radiotelevisiónes públicas europeas: poder estructural centralizado y politizado. *Profesional de la información*, 28(6) e280618. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.18>
- López-Vidales, N., Sánchez-Serrano, C. y Izuzquiza, F. (2019). Nuevos perfiles profesionales de la radio y el audio digital. En L. M. Pedrero-Esteban y J. M. García-Lastra-Núñez (Eds.), *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 243-267). Tirant.
- Martin, E. N. (2021). Can public service broadcasting survive Silicon Valley? Synthesizing leadership perspectives at the BBC, PBS, NPR, CPB and local US stations. *Technology in Society*, 64, 101451. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101451>
- Martín-Pena, D., Lopez, D. C. y Freire, M. (2023). Innovación, plataformización y formación: un reto para la radio universitaria en España. *Revista de Comunicación*, 22(1), 255-272. <http://dx.doi.org/10.26441/rc22.1-2023-3088>
- Miyazawa, Y. y Kimura, Y. (2024). Organizational Factors Leading to Innovation in Japan's Radio Industry. *International Journal of Organizational Leadership*, 13(2), 394-412. <https://doi.org/10.33844/ijol.2024.60421>
- O'Brien, A. (2019). Women in community radio: a framework of gendered participation. *Feminist Media Studies*, 19(6), 787-802. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1508051>
- Ortiz Sobrino, M. Á., Marta-Lazo, C. y Contreras-Pulido, P. (2021). Competencias profesionales para la gestión de emisoras universitarias en España. *Cuadernos. info*, (48), 189-214. <https://doi.org/10.7764/cdi.48.27667>
- Olmedo Neri, R.A. (2024). Diez tesis para (re)pensar las radios comunitarias latinoamericanas en el siglo XXI. *Quaderns del CAC*, 50, 75-85. <https://doi.org/10.60940/qcac50id431855>
- Perrotta, M. (2023). Women working in radio. *Comunicazioni sociali*, (1), 57-68. [https://doi.org/10.26350/001200\\_000175](https://doi.org/10.26350/001200_000175)
- Reguero Jiménez, N. y Camps Durban, E. (2024). Medio siglo de radios libres en Cataluña. La sostenibilidad del sector hoy. *Quaderns del CAC*, 50, 63-73. <https://doi.org/10.60940/qcac50id431854>
- Robert-Agell, F. y Justel-Vázquez, S. (2024). La radio en 2030: una investigación sobre las variables determinantes del futuro del sector en Cataluña.

- Quaderns del CAC*, (50), 5-17. <https://doi.org/10.60940/qcac50id431848>
- Sánchez-Hernández, J. A. y Chaparro Escudero, M. (2019). La rentabilidad social en las radios públicas locales. Comparativa de aplicabilidad del indicador IRSCOM en Andalucía y la región de Murcia. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, 1(43), 135-159. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i43.07>
- Wert-Moreno, J.I. y Legorburu Hortelano, J.M. (2024). Presencia e influencia del Grupo Godó en la radio estatal española (1982-2022) *Quaderns del CAC*, (50), 43-52. <https://doi.org/10.60940/qcac50id431852>
- Williamson, P. A. y Kolek, E. A. (2021). The Underrepresentation of Women on Commercial FM-Radio Stations in the Top 20 Markets. *Journal of Radio & Audio Media*, 28(2), 307-326. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1751632>

**Elaine Aparecida Lopes da Silva.** Doctora en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universitat de Barcelona (2005). Profesora Lectora en la Universitat Autònoma de Barcelona. Cuenta con más de veinte años de experiencia docente en las áreas de la publicidad y el marketing. Ha participado en dos proyectos de investigación competitivos y es autora de diversos artículos académicos en revistas de impacto. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5185-2348>

**Cristina Martorell Castellano.** Doctora en Estudios Avanzados en Comunicación con mención internacional (2013) y Premio Extraordinario de Doctorado (2014) por la Universitat Ramon Llull. Profesora Titular en la Universitat Autònoma de Barcelona. Dispone de dos sexenios de investigación reconocidos por CNEAI y AQU Catalunya. Es autora de diversos artículos, libros y capítulos de libro publicados en revistas científicas de impacto en el ámbito de la comunicación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6403-3387>

**Carolina Serra Folch.** Doctora en Comunicación y Humanidades (Universitat Ramon Llull, 2015) y Profesora Lectora en la Universitat Autònoma de Barcelona. Dispone de la acreditación de Profesora Titular por la ANECA, así como de un sexenio de investigación. Su línea de investigación se enmarca en la historia de la publicidad. Ha publicado varias obras, artículos y ponencias en congresos sobre la historia de la publicidad en Cataluña y en España, y ha comisariado una exposición sobre el pionero publicitario Rafael Roldós. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9448-0356>