

La radio pública local en Andalucía: Una oportunidad para la participación ciudadana

Victoria GABILONDO GARCÍA DEL BARCO
Universidad de Málaga (España)
taquile@uma.es

Resumen

El sector de las radios públicas locales en la Comunidad Andaluza con más de 30 años de experiencia, es una de las redes más importantes en el panorama de los medios públicos autonómicos. El presente estudio pretende validar, visibilizar e impulsar un mayor conocimiento de la red de radios públicas, realizando un recorrido histórico del crecimiento y de la situación en la que se encuentran las emisoras municipales en Andalucía.

Esta investigación, adscrita a la Universidad de Málaga, pertenece al Proyecto I+D+i CSO 2011 – 29195 del Ministerio de Economía y Competitividad.

Palabras clave: radio, Andalucía, emisoras, municipales, comunicación, historia

Local Radio Broadcasting System in Andalusia: a Way of Citizen Participation

Abstract

First established more than 30 thirty years ago, the sector of local radio broadcasters in Andalusia is one of the key networks in the regional public media scene. This study aims to legitimize, show and promote a deeper knowledge of the public radio network, by historically tracing the growth and current state of LRB in Andalusia.

This research work (attached to the University of Malaga) is part of the R&D&I Programme “CSO 2011 – 29195”, by the Department of Finance and Competitiveness.

Keywords: radio, Andalusia, local radio broadcasters, communication, history.

Referencia normalizada:

Gabilondo, V. (2013) La radio pública local en Andalucía: Una oportunidad para la participación ciudadana. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 N° Especial Noviembre. Págs. 257-270.

Sumario: Introducción. 2. Metodología. 3. Comunicación local, medios locales. 3.1. Emisoras Municipales, una apuesta por la descentralización. 4. Inicios y situación actual de la red de Emisoras Municipales en Andalucía. 5. Resultados.5.1. Situación actual de las emisoras municipales en Andalucía. 5.2. E.M. operativas y participación de colectivos y colaboradores. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Los inicios de las radios públicas locales en España y en Andalucía a finales de los años 70 en el momento de la transición democrática y la presencia de una población comprometida con los cambios sociales y políticos que se estaban sucediendo, aportaron un impulso importante a estos medios, crecimiento que contó con el apoyo de los ayuntamientos, interesados en recuperar espacios públicos ante la nueva etapa democrática.

Esta experiencia que surgió hace más de treinta años ha definido el panorama de las emisoras municipales (E.M.) en la región, convirtiéndola en una de las redes más importantes de radios públicas locales en el país y con un alto nivel de participación activa de colaboradores, organizaciones ciudadanas y representantes de la sociedad civil.

A día de hoy la red cuenta con 311 licencias concedidas por la Junta de Andalucía, de las que solo 116 (37%) están funcionando como emisoras municipales, 34 emisoras han privatizado/externalizado su gestión a terceros (11%), 93 emisoras se encuentran en la actualidad cerradas (30%) y 68 licencias concedidas, no han sido activadas (22%). Estos datos nos presentan un escenario complejo y con muchas lagunas o irregularidades.

El objetivo de esta investigación es analizar la evolución histórica de este fenómeno de comunicación local en Andalucía, analizar los antecedentes, el crecimiento de la red y la situación actual en la que se encuentran las E.M.. También analizaremos la participación de los ciudadanos y colectivos, asociaciones u ONGs que con su voluntariado y compromiso están presentes en su funcionamiento y en la programación.

En la actualidad podemos decir que la red de E.M. en Andalucía es una de las más extensas en medios de proximidad en España, por lo que creemos importante su estudio y su validez dentro del panorama de los medios.

2. Metodología

Para esta investigación se ha analizado los estudios previos e investigaciones realizadas en 1997 por el profesor Manuel Chaparro y el trabajo realizado por el grupo de investigación COMandalucía de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

El levantamiento de la información se ha trabajado a partir de entrevistas estructuradas realizadas a los responsables de las E.M. desde el año 2011, lo que ha permitido el levantamiento de un mapa de la situación actual de la red de E.M. y un estudio comparativo de datos históricos de la red. Las entrevistas orientadas a un análisis cualitativo y cuantitativo, de la situación del sector, ha configurado un mapa

de medios de comunicación más horizontales e inclusivos, que analizaremos en este trabajo.

La base de datos del grupo de investigación, ha puesto al día la situación en la que se encuentran a 2013 las 311 licencias concedidas por la Junta de Andalucía. Se ha organizado en esta etapa de la investigación a las E.M. en cuatro categorías, dependiendo de su estado actual de funcionamiento: denominamos E.M. operativas a aquellas emisoras abiertas que cumplen con una función de emisoras municipales, E.M. externalizadas, aquellas emisoras abiertas cuyos ayuntamientos que han privatizado/externalizado su gestión, de manera que incumplen las normativas vigentes en la concesión de licencias, E.M. cerradas, son las que en algún momento tuvieron actividad pero por razones económicas, sociales o políticas cerraron y E.M. con licencia sin activar, son licencias concedidas a los municipios pero que no pusieron en marcha el proyecto de radio y no se ha utilizado la frecuencia.

En una tercera fase de la investigación se ha trabajado en la puesta en marcha del IRSCOM (Índice de Rentabilidad Social de la Comunicación). Que evalúa las buenas prácticas que realizan las E.M. operativas, 116 hasta mayo de 2013, de las cuales se han evaluado 112. Las cuatro emisoras que no han sido evaluadas se debe a que los responsables no han aportado datos para el estudio.

Para la realización del IRSCOM se han definido 32 indicadores organizados en seis campos (gestión, capital social, programación, presencia en internet, articulación territorial e infraestructura) que ha permitido establecer a partir de criterios cuantitativos-cualitativos identificar y poner en valor aquellas prácticas y experiencias comunicacionales que apuestan por una comunicación local de proximidad y por un servicio público para la ciudadanía. En este estudio presentamos los resultados de la incidencia de la participación ciudadana en estos medios de proximidad, la presencia de colaboradores, colectivos y contratados y su participación en la realización de programas en las E.M.

3. Comunicación local, medios locales

La comunicación local y de proximidad es un factor de empoderamiento de la ciudadanía que genera 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.

En este sentido entendemos que todos los ciudadanos tienen derecho a la información, no solo desde la perspectiva de recibirla sino como dice Michel Senecal¹ desde la participación activa, produciendo su propia información y convirtiéndolo en protagonista de la comunicación.

1 SENEAL, Michel (1986) *Televisión y radios comunitarias, Teoría y práctica de una experimentación social*. Edit. Mitre, Barcelona. Pág 47

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.

El impulso 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 debilitado la necesidad de comunicarse entre sí de los grupos sociales.

Para Ben Mallen² “Este proceso de universalización nunca ha estado reñido, ni siquiera hoy en días, pese a que la globalización informativa así nos lo parece indicar, con la comunicación asentada en las raíces propias de cada grupo social, con su cultura, afinidades, costumbres y arraigos”

Una comunicación que va más ligada a la vida cotidiana del ser humano, de ahí la importancia de los medios locales de proximidad, lugar de encuentro de los ciudadanos y colectivos para comunicar y generar su propia información.

Desde sus inicios la UNESCO en 1946, reconocía el principio básico del derecho a disfrutar de los beneficios de los medios de comunicación colectivos. En 1977 el informe Mc Bride³, insiste en la importancia de los medios locales como parte integrante de la vida democrática. Para la Comisión

“La utilización de la radio local....facilitaría la producción de programas pertinentes para los esfuerzos de la comunidad, estimulando la participación y oportunidades para la diversificación de la expresión cultural”.

Una red de radios públicas locales es una experiencia participativa dónde los ciudadanos pueden acceder a una plataforma para ejercer su derecho a la libertad de expresión, así como su derecho a la comunicación. Germán Rey (citado por Gerbaldo, 2010)⁴ ve las vinculaciones entre comunicación y ciudadanía:

- 1) Los medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social.
- 2) Los medios son escenarios dónde se configuran las culturas políticas.
- 3) 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.

2 BEL MALLEN, José Ignacio (1990) *El derecho a la información local*. Edit Ciencia. Madrid. Pág 12.

3 Un solo mundo, voces múltiples (1993), Fondo de Cultura Económica, México, pp211.

4 GERBALDO, J. (2010). Hacia una cartografía de radios comunitarias argentinas. Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, N° 82. En [http://www.dialogosfelafacs.net/hacia-una-cartografia-de-las-radios-comunitarias-argentinas/\(consultado15/09/2013\)](http://www.dialogosfelafacs.net/hacia-una-cartografia-de-las-radios-comunitarias-argentinas/(consultado15/09/2013))

3.1. Emisoras municipales, una apuesta por la descentralización

En la actualidad el panorama de 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.

Para Senecal las consecuencias de esta concentración, llevan a centralizar la producción, crear un modelo general y reducir fuentes de información, lo que limita su función democratizadora y en consecuencia la participación de los ciudadanos.

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.

Este modelo de concentración audiovisual actual dónde los medios de información de masas que no de comunicación, inciden desde la política, la economía en debilitar y desprestigiar los sistemas públicos y por otro influenciar 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.” (Olmedo y Gabilondo⁵)

Valorar y validar el trabajo de las radios públicas locales en Andalucía, una labor que ha ido creciendo a pesar de las dificultades, es fundamental para fomentar la participación ciudadana, y es lo que da significado a esta investigación.

4. Inicios y situación actual de la red de emisoras municipales en Andalucía

El movimiento de las emisoras municipales en Andalucía tuvo sus principales referentes en las radios municipales de Pizarra (1979), Tomares y Lebrija (1983). En estos primeros años se abrieron muchas otras, sobre todo por iniciativa de jóvenes que impulsaron la creación de las llamadas radios libres, algunas de ellas reconvertidas en E.M. A principios de los años 80 la situación política, no ayudo a consolidar estas radios locales, el fortalecimiento de las cadenas privadas y su política informativa enfrentada al poder político en el gobierno de esos años obstaculizaba el proceso. La continúa demanda realizada desde los ayuntamientos gobernados por partidos de izquierda, ayudaron a impulsar un mayor apoyo a las emisoras municipales.

5 Olmedo, S. Gabilondo, V en Mapa de la radio pública local e indicadores de buenas prácticas. Revista Latina http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/157_Olmedo.pdf (consultado el 57/08/13)

Entendiendo por Emisora Municipal o Radio Local Pública a la emisora con titularidad municipal, a partir de la concesión de la licencia que le otorga la Junta de Andalucía. Ya en la Ley 31/1987 de las telecomunicaciones de 18 de diciembre, se contempla la figura de la concesión administrativa, para la prestación de este servicio público por las Corporaciones Locales.⁶

La creación de la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMA) en el año 1984 y su participación en la creación de la Coordinadora Estatal de Asociaciones de Emisoras Municipales (CAEM) en 1985, propicio el proceso de legalización de las E.M. en 1991.

Este proceso se vio reforzado cuando se promulgo la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local 7/1985 del 2 de abril.⁷ Esta ley insta a las corporaciones locales a favorecer el desarrollo de las asociaciones para la defensa de los intereses generales, facilitar información y el uso de los medios públicos (art.72), e impulsar las tecnologías de la información y la comunicación para facilitar la participación y la comunicación de los vecinos (art 70.3). Dejando claro el derecho a la información local y la recomendación a las corporaciones municipales en facilitar y crear medios y herramientas para fomentar la participación de los ciudadanos.

Pero había que esperar a 1991 cuando se les reconoció legalmente con la Ley de Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radio en Frecuencia Modulada (LOCEM)⁸ y con el Decreto 202/1991, de 5 de noviembre⁹ de la Junta de Andalucía, que regula el régimen de concesión para la concesión para la gestión indirecta por parte de las Corporaciones Municipales del servicio de radiodifusión, concediendo 55 licencias en el primer año. Bajo este paraguas normativo entendemos la comunicación como acción política y participativa en los procesos democráticos, dónde la participación ciudadana y el dialogo desde y con lo local y en red, inciden y le dan sentido a los medios públicos locales.

La Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010¹⁰, ha fomentado que las cadenas, las gran favorecidas por la ley, hayan debilitado el sector de la radio privada local. Ante este panorama la radio local pública se presenta como indispensable en la creación de espacios de participación ciudadana.

Para Chaparro y Castillejo (2012)¹¹ :

6 Ley 31/1987 de 18 de diciembre

7 <http://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-5392-consolidado.pdf> //(consultado 10/09/2013)

8 <http://www.boe.es/boe/dias/1991/04/09/pdfs/A10607-10608.pdf> (consultado 09/09/2013)

9 <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1991/99/boletin.99.pdf> (consultado 09/09/2013)

10 <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> consultado 01/09/2013

11 CHAPARRO, Manuel, GARCIA CASTILLEJO, Ángel (2012) *Desregulación y concentración. Presente inmediato del audiovisual en España*. Revista Audiovisual, Comunicación para la inclusión, nº 1, pp.32.

“La radio local pública participada por la sociedad civil y articulada en redes, es la única que puede dar salida a los intereses locales de recuperar su espacio e influencia frente a la imposición de los imaginarios impuestos por el discurso de la globalidad”

El interés por la recuperación de los espacios de representación democrática se ha acentuado en los últimos tres años. Los movimientos ciudadanos desde una perspectiva diferente y con nuevas formas de participación impulsan una presencia más activa de los movimientos ciudadanos y su deseo de participar en los medios de proximidad.

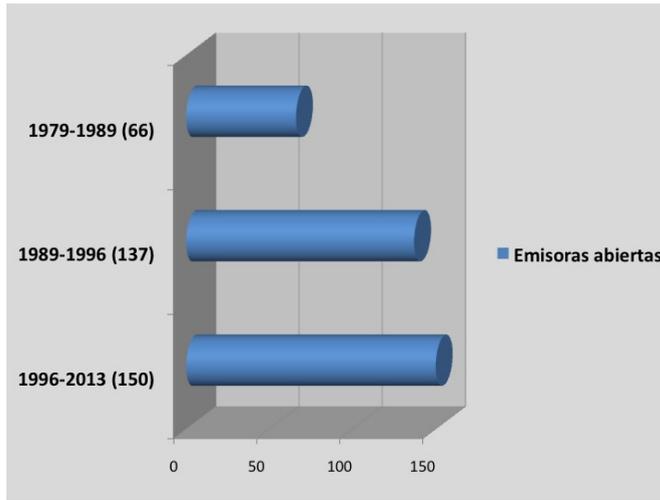
La modificación de la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local 7/1985 que actualmente está en estudio por parte del Gobierno del Partido Popular y que pretende eliminar la prestación de servicios no autofinanciables por parte de los Ayuntamientos, pone en situación de debilidad la actividad de las emisoras municipales.

La red de E.M. en Andalucía no ha dejado de crecer desde sus inicios, en la actualidad hay 311 licencias concedidas, 116 de ellas cumplen con las normativas de radios públicas locales, dónde los colaboradores y colectivos realizan 852 programas en estas emisoras. Hay todavía trabajo que hacer para regularizar el sector, pero la red de radios públicas locales es esencial para propiciar la participación ciudadanía en la región y fortalecer la vertebración territorial. En este sentido creemos fundamental defender el derecho de acceder a una comunicación plural, horizontal dónde la Radio Pública Local o Emisoras Municipales (E.M.) representan el medio idóneo para movilizar y dar espacios a los ciudadanos.

5. Resultados

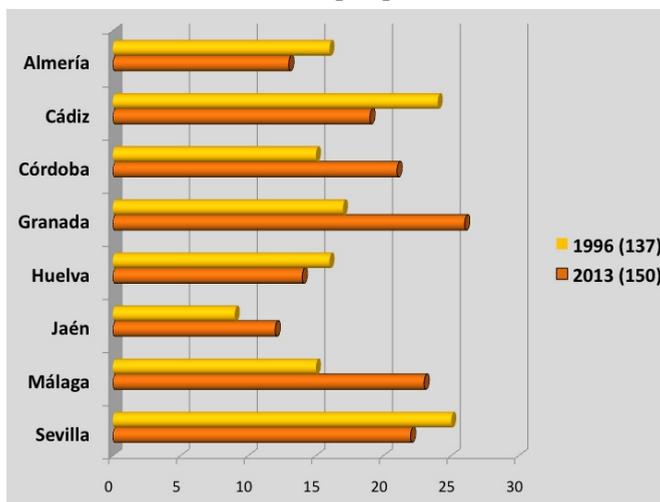
Los primeros datos a destacar es la evolución de las E.M. abiertas en el periodo 1979 - 2013. Teniendo en cuenta que en estos primeros resultados definimos como emisora abierta, aquella E.M. que funciona como municipal más las emisoras externalizadas/ privatizadas. Vemos en el gráfico 1 que el aumento de emisoras abiertas ha pasado de 66 en el periodo 1979-1989 a 150 emisoras abiertas en el periodo 1996-2013.¹²

12 No tenemos en cuenta las E.M. cerradas o con licencia sin activar, al no haber datos históricos que nos permitan hacer una comparativa en las cuatro categorías. Estos resultados confirman el crecimiento de la red de emisoras públicas en Andalucía, ralentizada en los últimos años, sobre todo a causa de la situación económica.

Gráfico 1: Crecimiento de E.M. abiertas 1989-2013

Fuente: Grupo de Investigación COMandalucía TIC015-JA. Elaboración Propia VG 2013

Si analizamos la situación del número de E.M. abiertas por provincias realizando una comparativa entre los datos de 1996 y 2013 en el gráfico 2. Las E.M. en Almería, Cádiz, Huelva y Sevilla han disminuido. Mientras provincias como Córdoba, Granada, Jaén y Málaga han aumentado. Las normativas y el marco legal creado en el año 1992, demuestra que son insuficientes en el apoyo de medios de proximidad, que en el caso de Andalucía por su volumen de población, configuración territorial y número de municipios es imprescindible. En el siguiente apartado veremos de manera detallada la situación en la que se encuentra la red.

Gráfico 2: E.M. abiertas por provincias 1996-2013

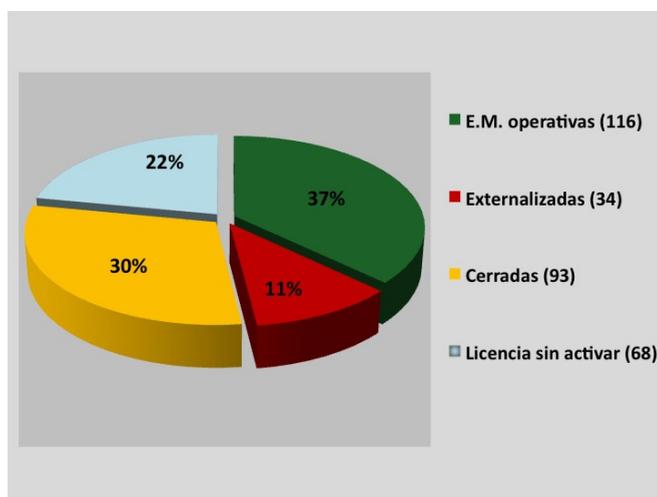
Fuente: Grupo de Investigación COMandalucía TIC015-JA. Elaboración Propia VG 2013

5.1 Situación actual de las emisoras municipales en Andalucía

En los datos actualizados a 2013 y recogidos a lo largo de los dos últimos años en la investigación, vemos que desde el año 1985 la Junta de Andalucía ha concedido un total de 311 licencias de radios municipales a los ayuntamientos de la región que la solicitaron. La situación actual presenta un escenario que convendría revisar, ya que el número de las concesiones superan significativamente el número de las E.M. operativas.

De las 311 licencias concedidas, solo 116 están funcionando como emisoras públicas (37%) y cumplen los requisitos de legalidad, 34 emisoras han privatizado/externalizado su gestión a terceros ajenos a los ayuntamientos (11%) por lo que se cuestiona la validez de estas licencias, 93 emisoras se encuentran en la actualidad cerradas (30%) y 68 licencias concedidas, no han sido activadas (22%). En el gráfico 3 representamos la situación actual en la que se encuentran estas licencias, que nos presenta un escenario complejo y con muchas irregularidades o ilegalidades.

Gráfico 3: Situación E.M. Andalucía



Fuente: Grupo de Investigación COMandalucía TIC015-JA. Elaboración Propia VG 2013

Esta realidad de las emisoras municipales aumenta sus diferencias si realizamos una comparativa entre Andalucía Occidental y Andalucía Oriental. Andalucía Occidental cuenta con un total de 138 licencias concedidas, de las cuales 66 son E.M. operativas (48%), 10 emisoras externalizadas (7%), 48 cerradas (35%) y 14 licencias sin activar (10%). Y Andalucía Oriental tiene 173 licencias, 50 operativas (29%), 24 externalizadas (14%), 45 cerradas (26%) y 54 licencias sin activar (31%).

A nivel provincial, Granada y Sevilla con 20 y 19 E.M. operativas respectivamente, son las provincias con más actividad de emisoras públicas locales, seguidas de 17 en Cádiz y Córdoba, 14 en Málaga, 13 en Huelva y 9 en Jaén.

Los datos más reveladores los encontramos en la alta externalización de las radios públicas en las provincias de Málaga con 9 emisoras, seguida de Almería y Granada con 6 cada una, 4 en Córdoba, 3 en Jaén y Sevilla, 2 en Cádiz y 1 en Huelva.

Las emisoras cerradas 93 en total se distribuyen de la siguiente manera: Granada siendo la provincia con más licencias concedidas tiene 19 emisoras cerradas y 13 con licencia sin activar, seguida de 18 en Sevilla, 12 en Cádiz, 11 en Málaga, 10 en Huelva, 8 en Córdoba y Almería y 7 en Jaén.

También llama la atención las 26 licencias sin activar de Almería, las 13 de Granada y las 11 de Jaén. Todas estas emisoras se encuentran en Andalucía oriental.

5.2 E.M. operativas y participación de colectivos y colaboradores.

Los resultados que se presentan a continuación se han elaborado a partir del trabajo realizado con el IRSCOM sobre el universo de las E.M. operativas.

En el gráfico 4 hemos distribuido las E.M. operativas por rangos de población. En las poblaciones con menos de 10.000 habitantes encontramos 54 E.M. operativas (47% del total). Hay que destacar aquí el compromiso de los ayuntamientos en este rango de población con la comunicación local y participativa y que comprobaremos en el siguiente gráfico de participación de colaboradores y colectivos en estas emisoras. Y como contrapunto destacar que también en este rango el número de licencias externalizadas/privatizadas es el más alto con 18. En el rango de 10 mil a 20 mil habitantes tenemos 30 E.M. operativas (26%), 20 E.M. en el rango de 20mil a 50mil (17%) y por último 12 E.M. (10%) en poblaciones mayores de 50 mil habitantes.

Gráfico 4: Número de E.M. operativas por rango de población

	Menos de 10.000	10.000 a 20.000	20.000 a 50.000	Más de 50.000	Total
E.M. operativas	54	30	20	12	116
E.M. Externalizadas	18	8	6	2	34

Fuente: Grupo de Investigación COMandalucía TIC015-JA. Elaboración Propia VG 2013

Los datos de participación de colaboradores y colectivos/asociaciones sin remunerar que participan en las emisoras y número de contratados en las E.M. operativas, nos revelan que el total de contratados es de 412, número que se ha reducido a consecuencia de los cierres producidos en el último año.

Siendo la provincia de Cádiz la que cuenta con mayor número de contratados, favorecida por el municipio de Jerez, que al superar los 100.000 habitantes, mantiene

con dificultad una amplia plantilla. Esta significativa cifra de trabajadores propicia una participación activa de colectivos y colaboradores voluntarios que dan sentido a un medio público de proximidad con vocación ciudadana, que comprobamos con el total de colaboradores que en el conjunto de Andalucía es de 1.120 y el de colectivos/asociaciones 501.

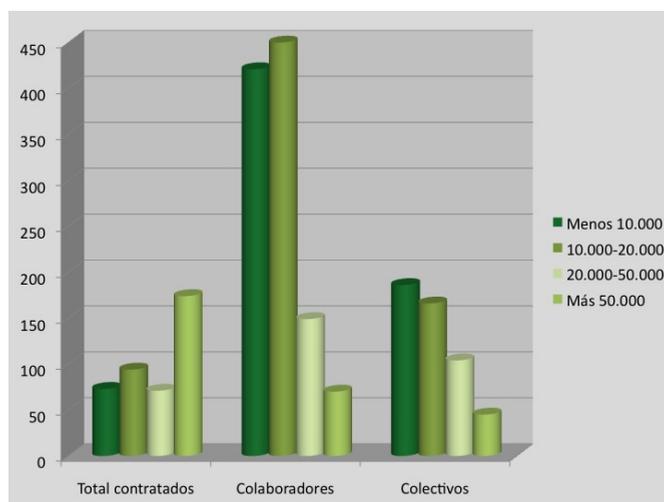
En el gráfico 5 presentamos los datos del número de contratados, colaboradores y colectivos de las E.M. siguiendo el criterio anterior por rango de población.

En poblaciones menores de 10 mil habitantes se han contabilizado 73 contratados (18% del total), 421 colaboradores (39%) y 186 colectivos (37%). Comprobamos una vez más la vitalidad y compromiso de las emisoras en este rango de población en la dinamización de la participación ciudadana.

En municipios de 10mil a 20 mil, hay 94 contratados (23%), 450 colaboradores (41%), 166 colectivos (33%). Porcentajes también altos en participación. En el rango de 20 mil a 50 mil, hemos detectado 71 contratados (17%), 149 colaboradores (14%) y 104 colectivos (21%). Y en municipios de más de 50.000 habitantes, los contratados son 174 (42%) dato sobredimensionado por las altas concentraciones en emisoras como Jerez con 87 contratados y Onda Azul Málaga 34 contratados, colaboradores 70 (6%), colectivos 45 (9%).

Estos datos de participación ciudadana en la red de E.M. confirman el interés de los ciudadanos por esta actividad de representación en el ámbito local. Participación que sigue en aumento y que dinamiza el hacer de estos medios de proximidad, cumpliendo así sus cometidos principales incidir en la vertebración territorial y en la construcción de una ciudadanía participativa.

Gráfico 5: Contratados, colaboradores y colectivos en E.M. por rangos de población

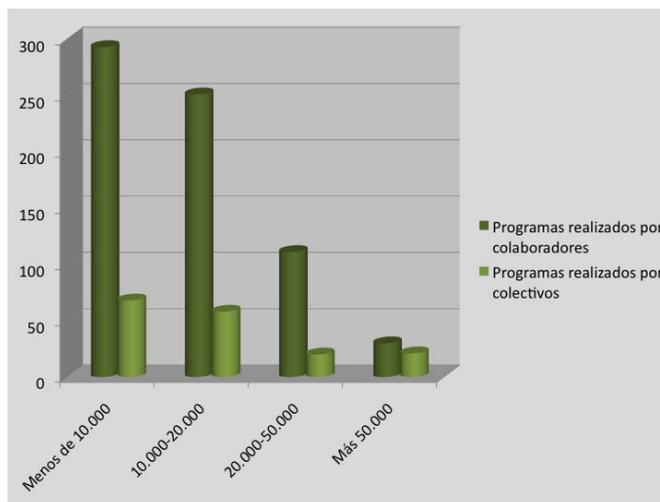


Fuente: Grupo de Investigación COMandalucía TIC015-JA. Elaboración Propia VG 2013

Para terminar analizamos la participación activa de los colaboradores a la hora de realizar programas en las emisoras. Se han contabilizado un total de 685 programas realizados por colaboradores y 167 programas realizados por colectivos. Destaca los datos en el rango de menos de 10.000 habitantes, con 293 programas realizados por colaboradores (43% del total) y 68 programas realizados por colectivos (41%).

En los municipios entre 10 mil a 20 mil los programas realizados por los colaboradores son 251 (37%) y por colectivos 58 (35%). En el rango de 20 mil a 50 mil, se ha contabilizado 111 programas realizados por colaboradores (16%) y 20 por colectivos (12%). En poblaciones de más de 50 mil habitantes los colaboradores realizan 30 programas y los colectivos 21 (12%).

Gráfico 6: Programas realizados por colaboradores y colectivos



Fuente: Grupo de Investigación COMandalucía TIC015-JA. Elaboración Propia VG 2013

6. Conclusiones

Los resultados presentados nos confirman que la red de E.M. en Andalucía, a pesar de la situación económica, ha crecido en los últimos 20 años y se mantiene ante los cambios de los nuevos modelos en el sector de las comunicaciones.

El aumento de las licencias otorgadas a los municipios, actualmente en 311 no significa que la actividad de las E.M. este saneada. Las 34 E.M. externalizadas/privatizadas, 93 E.M. cerradas y 68 licencias sin activar, confirman la mala gestión de las licencias, una práctica que incumple la normativa vigente a falta de una respuesta del gobierno autonómico.

Esto se debe a 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. Renovaciones que con el permiso de los organismos competentes no han controlado el estado de las licencias.

Las 195 licencias que no se están utilizando, entre emisoras cerradas y con licencia sin activar, debilitan el sector y no permiten una mayor participación ciudadana. Los responsables de las corporaciones locales deberían apostar por la apertura de estas radios. Las tecnologías y los bajos costes del equipamiento radiofónico, lo hacen viable en la situación actual.

Se han perdido puestos de trabajo en la red de E. M. en los últimos tres años, a la par ha aumentado los colaboradores y colectivos influenciados por el renovado espíritu participativo de los últimos tiempos.

Los más de mil colaboradores y unas quinientas asociaciones que participan en la actualidad en el funcionamiento de las E.M. confirman el interés de los agentes sociales, asociaciones ciudadanas, minorías, ONGs, etc. dan significado a los medios de proximidad y con una clara vocación ciudadana.

Los 685 programas realizados por los colaboradores y 169 programas realizados por los colectivos en las E.M. demuestran la vitalidad actual de la red en su apuesta en generar medios más horizontales. Medios comprometidos que apuestan por una mayor participación, una información local más cercana, creación de un modelo más participativo en la creación de imaginarios propios y no impuestos, en definitiva en construcción ciudadana.

7. Referencias bibliográficas

Libros

BEL MALLEEN, José Ignacio (1990) *El derecho a la información local*. Edit Ciencia. Madrid.

SENECAL, Michel (1986) *Televisión y radios comunitarias, Teoría y práctica de una experimentación social*. Edit. Mitre, Barcelona.

Artículos en libros o revistas de papel

CHAPARRO, Manuel, GARCIA CASTILLEJO, Ángel (2012) *Desregulación y concentración. Presente inmediato del audiovisual en España*. Revista Audiovisual, Comunicación para la inclusión, nº 1, pp.32. Buenos Aires, Argentina.

Artículos en publicaciones web

GABILONDO, Victoria, OLMEDO, Silvia (2012) *Mapa de las radio pública local e indicadores de buenas prácticas*, Comunicación, control y resistencias, en

- Cuadernos Artesanos de Latina, nº 32. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/CAL_32_resumenes.pdf
- GERBALDO, J (2010). *Hacia una cartografía de radios comunitarias*. Diálogos de la Comunicación, FELAFACS, Nº 82.
- Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local 7/1985 del 2 de abril. <http://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-5392-consolidado.pdf>
- Ley orgánica 11/1991, del 8 de abril, de organización y control de emisoras municipales de radiodifusión sonora. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1991/99/boletin.99.pdf>
- Decreto 202/1991 de 5 de noviembre de la Junta de Andalucía. Por la que se regula la concesión para la gestión indirecta por parte de las Corporaciones Municipales del servicio de radiodifusión sonora. <http://www.boe.es/boe/dias/1991/04/09/pdfs/A10607-10608.pdf>
- Decreto 174/2002, de 11 de junio, que regula el régimen de concesión de emisoras y la prestación de servicios por parte de los concesionarios. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/75/1>
- Orden de 12 de julio de 2002, por la que se regula el procedimiento de renovación de las concesiones de emisoras. (desarrolla lo dispuesto en el decreto 174/2002. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/89/1>
- 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. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/37/2>
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>

La autora

Victoria Gabilondo. Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de CC. De la Comunicación de la Universidad de Málaga (UMA). Licenciada en Ciencias de la Comunicación, especialidad en Cine, radio y televisión por la Universidad de Lima, Perú, Master en Estudios Turísticos por la Facultad de Ciencias Económicas de la UMA, Maestría en Gerencia Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

En la actualidad pertenece al grupo de investigación COMandalucía de la Universidad de Málaga. Grupo de investigación que se inicia en el año 2009, con el objetivo de trabajar en la promoción de una investigación crítica y comprometida con la generación de modelos más horizontales e inclusivos de comunicación.