

## Concentración de la radio comercial en Andalucía: retos y oportunidades para una política pública de comunicación plural y vertebradora

Francisco Guerrero Cuadrado<sup>1</sup>

Recibido: 3 de agosto de 2019 / Aceptado: 16 de diciembre de 2019

**Resumen.** Este artículo refleja cómo las políticas de comunicación, aplicadas en Andalucía, inciden en el diseño de mapas audiovisuales que configuran social y culturalmente el territorio. Su aplicación crea una realidad mediática que construye imaginarios en ausencia de pluralidad. Así, la población carece de referencias para debatir los asuntos más cercanos. Esta investigación refleja la necesidad de legislar para preservar el servicio público por parte de los actores privados, dominadores del espectro radioeléctrico en la comunidad autónoma. A partir del estudio de las concesiones de radio comerciales privadas otorgadas en Andalucía, se proponen elementos de interés a incluir en las políticas públicas, para generar territorios más plurales y democráticos, donde la ciudadanía sea parte activa del proceso de comunicación, y no un mero receptor. Preservando estos valores, se construirán contextos audiovisuales que no invisibilicen ninguna realidad y que entienda la cultura como fundamental en la vertebración territorial.

**Palabras clave.** Comunicación; Servicio Público; Vertebración; Democracia; Política.

### [en] Concentration of commercial radio in Andalusia: challenges and opportunities for a public policy of plural and vertebrate communication

**Abstract.** This article reflects how communication policies, applied in Andalusia, affect the design of audiovisual maps that shape the territory socially and culturally. Its application creates a media reality that builds imaginaries without plurality. Thus, the population is left without references to discuss the nearest issues. This research reflects the need to legislate to preserve public service and the general interest on the part of private actors, as they dominate the radio spectrum in the autonomous community. Based on the study of private commercial radio concessions granted in Andalusia, important elements are proposed to include in public policies, to generate more plural and democratic territories, where citizenship is an active part of the process communication, and not a mere receiver. Preserving these values, audiovisual contexts will be built that do not invisibilise any reality and that understands culture as fundamental in territorial vertebration.

**Keywords:** Communication; Public Service; Structuring; Democracy; Political.

**Sumario:** 1. Introducción 2. Fuentes y estado de la investigación 2.1. Información y Comunicación como un derecho humano 2.2. Políticas Públicas de Comunicación y Concentración 3. Metodología 3.1. Hipótesis 3.2. Objetivos 3.3 Técnicas de investigación 3.4. Tratamiento de datos 4. Resultados. 4.1 La radiodifusión en España hasta 1981 4.2 El mapa de radiodifusión andaluz a partir de la aprobación del Estatuto de Autonomía 4.2.1. La radiodifusión generalista privada comercial 4.2.2 La radiodifusión temática privada comercial 4.2.3. Propiedad de la radiodifusión privada comercial en Andalucía 5. Conclusiones. Retos y oportunidades para una política pública plural 6. Referencias bibliográficas

**Cómo citar:** Guerrero Cuadrado, Francisco (2020): "Concentración de la radio comercial en Andalucía: retos y oportunidades para una política pública de comunicación plural y vertebradora". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (3), 1001-1017.

## 1. Introducción

Las políticas de comunicación han sido prácticamente inexistentes durante décadas en España. En la dictadura, se fue creando un mapa de radiodifusión que favorecía la concentración en manos de grandes grupos. A modo de ejemplo, Cadena SER, descendiente de Unión Radio empezó con el franquismo a ser la entidad privada que más frecuencias recibió en los procesos de adjudicación, como expone Arboledas (2008) para dominar los medios y utilizarlos a su

favor, bajo la amenaza de no renovación de concesiones por parte de Franco.

La comunidad autónoma de Andalucía asumió competencias en materia de comunicación en 1981<sup>2</sup> a partir de la aprobación de su Estatuto de Autonomía. Desde esta fecha, la administración regional será la titular de las concesiones de frecuencias. La asunción de competencias debió suponer un nuevo mapa radiofónico, que permitiera vertebrar la información y atender los diferentes ecosistemas locales, comarcales, provinciales y autonómicos. Sin embargo, la Junta de

<sup>1</sup> Universidad de Málaga (España)

E-mail: [pacogcuadrado@uma.es](mailto:pacogcuadrado@uma.es) ; [pacogcuadrado@gmail.com](mailto:pacogcuadrado@gmail.com)

<sup>2</sup> La Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía en su artículo 16 establece que corresponde a la comunidad autónoma el desarrollo legislativo y el régimen de la Radio y Televisión, y en general de todos los medios de comunicación social.

Andalucía, al igual que en otros territorios del estado, ha promovido un modelo que obvia lo local para potenciar las cadenas centralizadas en Madrid. Los actores más privilegiados en las concesiones han sido grandes grupos: SER, COPE y A3 Media. Algunos de estos grupos forman parte de multinacionales con intereses en el mundo global de la información. Esta práctica ha imposibilitado que emisoras locales independientes formen parte del sistema radiodifusor.

Las concesiones autonómicas otorgaban la posibilidad de vertebrar, cultural social y políticamente, la comunidad más poblada de España. Sin embargo, el gobierno regional se ha centrado en incentivar elementos relacionados con el folclore y coartar un debate territorial. Además se ha cedido un bien público, como es el espectro radioeléctrico, a actores ajenos que han demostrado su incapacidad, al considerar las concesiones locales como simples postes repetidores.

La consecuencia es que la ciudadanía se ha visto convertida en una mera receptora, se ha quedado sin apenas referencias y huérfana de valores identitarios propios de la historia y cultura andaluza. El discurso predominante es centralista, obedece a criterios de mercado y las desconexiones locales son muy escasas.

Por tanto, la comunidad autónoma se podía haber vertebrado, atender a las necesidades del territorio, sus habitantes, sus inquietudes, su idiosincrasia, puesto que es una obligación recogida en los diferentes concursos de adjudicación de licencias, así como en el Estatuto de Autonomía.

A día de hoy se hace necesario reflexionar sobre este contexto, de ahí que el propósito de este artículo sea determinar el grado de concentración de la radiodifusión comercial en Andalucía, mediante el análisis de cómo se ha producido el reparto de concesiones privadas comerciales, para proponer mejoras en las políticas públicas que construyan un territorio más plural.

Las aportaciones de este estudio se centran en la innovación respecto a los escasos estudios que existen en Andalucía, recogiendo con detalle los propietarios actuales del mapa radiofónico privado comercial andaluz, para determinar la propiedad de quiénes hacen uso mayoritario de un bien público como es el espectro radioeléctrico. Este estudio junto a otros autonómicos como el de Badillo en Castilla y León (2013) sobre desregulación y concentración en la radio en esta comunidad, puesto que nos encontramos en un momento de crisis sistémica, pueden resultar útiles para incidir en propuestas de mejora, y en la continuidad de la investigación en otros territorios.

## 2. Fuentes y estado de la investigación

El modelo de comunicación promovido por el gobierno andaluz se sustenta en el concepto de que el receptor es un ser pasivo. Atendiendo a las teorías de

la comunicación, este patrón se sostiene en supuestos clásicos como la “aguja hipodérmica” o el “modelo de Laswell” centrados en el trasvase de mensajes entre emisor y receptor, sin posibilidad de respuesta. Esta visión instrumental de los medios como meros transmisores de mensajes sitúa al receptor en una posición pasiva, sin posibilidad de acción.

Autores de la “Escuela de Frankfurt” como Theodor Adorno y Max Horkheimer promovieron una teoría crítica fundada en la conciencia de que un receptor activo puede enriquecer el proceso de comunicación. En el libro *Dialéctica de la ilustración* reflexionan sobre cómo las industrias culturales impregnan completamente la vida del ser humano convirtiéndolo en pasivo, llegando a afirmar que ante dichas industrias “el individuo queda ya determinado solo como cosa, como elementos estadísticos... Su norma es la autoconservación, la acomodación lograda o no a la objetividad de su función y a los modelos que les son fijados” (Adorno; Horkheimer, 2009:82).

Adorno y Horkheimer defienden la necesidad de una comunicación más democrática. Igualmente Bertold Brecht (1981), en su famosa teoría de la radio, planteaba que había que transformar la radio para convertirla de aparato de difusión en aparato de comunicación. Esta forma de entender la comunicación como objetivo de transformación social sirve de base a autores, como Antonio Pasquali y Luis Ramiro Beltrán, que defienden una construcción más democrática del proceso de comunicación, situando al receptor como protagonista de una “comunicación horizontal, participativa, dialógica, popular, comunitaria, grupal y alternativa” (Beltrán, 2010:87).

Pasquali y Beltrán destacan dos líneas de reflexión que derivan en dos modelos diferenciados: uno basado en el flujo vertical de información del emisor a receptor (modelo informativo), y otro, centrado en compartir información entre emisor y receptor de forma horizontal, con intercambio y sin predominio de uno sobre otro (modelo comunicativo). En este sentido, Pasquali defiende que el término comunicación debe reservarse “a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia” (Pasquali, 1990:41).

### 2.1. Información y Comunicación como un derecho humano

El necesario estudio, sobre estos conceptos, pone de manifiesto que ya desde el siglo XX se defiende la necesidad de democratizar la comunicación, de forma que los flujos informativos sean más horizontales y no tiendan a fomentar relaciones de dominación.

La Carta de Constitución de la Unesco (1945) es el punto de partida en la elaboración de textos relevantes como el Informe MacBride<sup>3</sup> que reconoce la

<sup>3</sup> Publicado bajo el título “Un solo mundo, voces múltiples”, el Informe MacBride surgió en el seno de la UNESCO de los trabajos, iniciados en 1977 y finalizados en 1979, de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. En 1980, en la XXI Sesión de la Conferencia General de la UNESCO se debatieron las recomendaciones de este informe e invitaban al Director General a su difusión. Analizó

comunicación como un derecho. Además, advierte de los riesgos de la concentración, oligopolización y el dominio del norte sobre el sur en los flujos informativos.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) reconoce la información, comunicación y cultura como derechos a proteger desde las políticas públicas. En este sentido, Jean d'Arcy señala "que estos conceptos son vitales para el desarrollo armonioso de la humanidad" (1980:148).

La continua preocupación en el seno de las ONU sobre estos derechos, dio lugar a que en la 33 Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, celebrada en París en 2005, se aprobara la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Entre sus principios rectores (art. 2) expresa "que sólo se podrá proteger y promover la diversidad cultural si se garantizan los derechos humanos y las libertades fundamentales como la libertad de expresión, información y Comunicación". Su artículo 6 expone que los estados firmantes podrán adoptar medidas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus territorios. Entre estas, destacan las medidas destinadas a promover la diversidad de los medios de comunicación social, comprendida la promoción del servicio público de radiodifusión.

Europa ha tratado de generar espacios de confluencia para generar normas orientadas a democratizar la comunicación. Así, nace la Declaración de los Derechos Culturales de Friburgo<sup>4</sup>. Este texto reúne en un solo documento la defensa de los elementos culturales, entre ellos la comunicación, como fundamentales para el ser humano y para su desarrollo en una sociedad democrática y plural. Por ello, mediante la planificación pública, también los medios privados deberían contribuir a crear una identidad cultural territorial y un sentimiento de pertenencia a un espacio local con una mirada global. En este sentido, Ramón Zallo expone: "la globalización ha hecho más consciente a las comunidades del valor de sus culturas y han sido la paleta de herramientas de respuesta de sus antepasados a lo largo de la historia, y un patrimonio a cuidar y a adaptar" (Zallo, 2007:239).

En España, después de cuarenta años de democracia, se reivindica la información y comunicación como un derecho que siempre han estado reservado al estado y a los medios privados comerciales. La puesta en marcha de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, generó

unas expectativas que supusieron el inicio de procesos de regulación autonómicos. Cataluña en 2012 y Baleares en 2013 aprobaron sus normativas en materia audiovisual. Andalucía también entendió esta norma como una oportunidad de mejora para el actual contexto audiovisual. Por ello, el gobierno andaluz convocó en 2013, a todos los sectores y actores a la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual Andaluz para la elaboración participada de una ley andaluza y para la configuración del Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual Andaluz. Estos procesos se vieron como esperanzadores en un contexto carente de políticas públicas de comunicación que atiendan principios fundamentales como el interés general y el servicio público. El resultado fue la aprobación de la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, que ha abierto una expectativa, tras un intenso debate sobre la necesidad de dotar de pluralidad al espectro radiofónico andaluz.

## 2.2. Políticas Públicas de Comunicación y Concentración

En el seno de la Unesco, en 1972 se convocó en París la Primera Reunión de Expertos sobre Políticas Públicas y Planificación de la Comunicación. El resultado de ésta fue la convocatoria de otra Reunión de Expertos sobre Políticas de Comunicación en Bogotá (Colombia) en 1974. De ahí nació el "Informe de Bogotá"<sup>5</sup>.

Las conclusiones de este foro recogieron la necesidad de elaborar políticas públicas de comunicación para hacer frente a los intereses de las transnacionales del sector. Esta premisa hoy sigue latente en muchos países, de ahí que se incluya en este estudio. La regulación o desregulación inciden directamente en el grado de concentración de los medios, generalmente vinculados a los poderes públicos, y advierte Badillo que "existe un fuerte consenso en torno al carácter arbitrario en los procesos de adjudicación de licencias radiofónicas, ya en democracia" (Badillo, 2013:5).

Según Luis Ramiro Beltrán (2014:123) "estas normas deben orientarse a un comportamiento colectivo más que individual, y no atender principalmente las necesidades de una minoría que controla el sistema a la vez que no se tienen en cuenta las necesidades de la mayoría". A su vez, José Luis Exeni expone elementos para la elaboración de estas políticas, considerar el estado como un baluarte ante el mercado,

el contexto socioeconómico, cultural y político global de la época, para denunciar el desequilibrio y las relaciones de dominación cultural e informativa del Norte sobre el Sur. Una de las principales consecuencias de la publicación de este Informe fue la salida de Estados Unidos de la UNESCO, por no estar de acuerdo con lo que en él se establecía. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>

<sup>4</sup> La Declaración de los Derechos Culturales de Friburgo se adoptó el 7 de mayo de 2007. Fue elaborada por un grupo internacional de trabajo denominado "Grupo de Friburgo" organizado a partir del Instituto Interdisciplinario de Ética y Derechos Humanos de la Universidad de Friburgo (Suiza). Esta declaración estaba dirigida a personas e instituciones que tuviesen la intención de participar en el desarrollo de los derechos, libertades y responsabilidades que enuncia ésta. Disponible en: [http://www.culturalrights.net/descargas/drets\\_culturals239.pdf](http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals239.pdf)

<sup>5</sup> Este informe y sus recomendaciones fueron la base para la preparación de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Latinoamérica y Caribe, prevista para 1975. Presiones de las corporaciones privadas a gobiernos como Argentina, Ecuador y Perú no hicieron posible la celebración ese año. Fue en 1976 cuando se celebrara en Costa Rica, que dio lugar a la Declaración de San José. Disponible en: [http://www.nuso.org/upload/articulos/251\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/251_1.pdf)

diferenciar entre lo estatal, lo público y lo privado en relación complementaria (Exeni, 1998).

La inexistencia de estas políticas, o que tiendan a la desregulación, afecta gravemente al ámbito local, ya que el espacio mediático que se configura queda centralizado en la emisora de referencia de la cadena y no atiende a las coberturas locales de proximidad. La globalización e internalización de los mercados, como manifiesta Enrique Bustamante, ha facilitado la existencia grandes grupos españoles en alianzas con grupos multinacionales, “favorecidos por una legislación que se ha ido acomodando a ellos en lugar de controlarlos u orientarlos. Y también se han ido desarrollando sin que los usuarios pudieran conocer ni controlar sus caminos ni su realidad presente. Es decir, se han hecho doblemente en perjuicio de la calidad de nuestra democracia y de los derechos de los ciudadanos” (Bustamante, 2014:32).

Así, las políticas públicas de comunicación operantes en muchos países del mundo no garantizan el interés general y el pluralismo, bajo una desreglamentación que obedece a criterios economicistas frente al servicio público<sup>6</sup>. En este sentido, Timoteo Álvarez (2007) expresa que “es necesario alcanzar una nueva frontera de la libertad, una nueva regulación total del sistema de información, como se ha hecho con el sistema sanitario, educativo o financiero”, que tenga como garante al Estado.

El estado español partir de la muerte de Franco e iniciada la transición a la democracia, fue regulando el sistema de medios a través de nuevas normas. El inicio de la conformación de un nuevo sistema radiofónico es el Real Decreto 2648/1978, de 27 de octubre que aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. Este reorganizó las frecuencias recogidas en la Convención de Ginebra en 1975. Dicho Plan según Gutiérrez y Gómez Luengo (2007:25) “sentó las bases para la promoción de emisoras en frecuencia modulada, además contempló por primera vez la realización del servicio público de radiodifusión con modulación de frecuencia”. El Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio que aprobó el Plan Transitorio Nacional del Servicio Público de Radiodifusión Sonora.

A partir de ahí, los siguientes Planes de los años 1987, 1989 y 2006, más las Leyes del Estatuto de la Radio y Televisión (1980), de Ordenación y Control de las Telecomunicaciones (1987), de Organización y Control de las Emisoras Municipales (1981), General de las Telecomunicaciones (2003) y General de la Comunicación Audiovisual (2010), junto con la descentralización de las concesiones realizadas por las comunidades autónomas en la asunción de sus competencias, han terminado de conformar y ordenar el sistema de medios en general y el de la radiodifusión en particular. El resultado según Fran-

quet ha generado el fenómeno de la concentración y éste “un oligopolio de facto aunque se encuentren en el mercado una variedad de agentes que permiten apuntar un nivel de competencia razonable” (Franquet, 2002:74).

En este sentido, expone Badillo (2013) que el modelo radiofónico español ha favorecido dos tendencias: la concentración y el clientelismo, ya que “la relación entre concesionarios y poderes públicos ha derivado en un vínculo clientelar estimulado por la falta de transparencia, la debilidad de una normativa inactiva, fragmentada y dispersa” (Badillo, 2013:5). Añade De Miguel “dicha relación muestra la dificultad de la construcción de un sistema de medios que cumplan su papel de proveedores de información independiente de los poderes económicos y políticos”. (De Miguel, 2009:44).

El mapa radiodifusor que hereda Andalucía tiene carácter centralista. Está caracterizado por el dominio de grandes cadenas con sede en Madrid. El gobierno autonómico inicialmente promovió criterios de adjudicación con carácter local en los concursos. El Decreto 86/1982 recoge en su artículo 6: “se podrán otorgar concesiones para establecimiento, gestión, y explotación de emisoras de FM de carácter exclusivamente local”. Esta explícita vocación local según Chaparro, Castillejo, Gabilondo y Mohammadiane (2019:76) “fue perdiendo fuerza en cada convocatoria autonómica, de manera que las adjudicaciones se irían adecuando a los intereses de las cadenas, creando un mapa no adaptado a la realidad de sus coberturas que técnicamente eran locales”. Así los decretos 75/1989, 174/2002 y el acuerdo del Consejo de Gobierno de 13 de marzo de 2007 hacen hincapié en la valoración del criterio de interés general para la localidad de cobertura. La realidad de las adjudicaciones, como se verá a continuación, queda alejada del carácter local que impregnaba los concursos. De ahí que la propia administración no ha vigilado el cumplimiento de los criterios por los adjudicatarios.

Es importante destacar el papel que un órgano regulador independiente hubiera jugado, entre otras cuestiones, en la vigilancia del cumplimiento de estos criterios. El Consejo Audiovisual de Andalucía no cumple esa función. Como señala García Castillejo (2014:120) es “un órgano creado por el Parlamento Andaluz, que se configura como una autoridad independiente dotada de personalidad jurídica, plena capacidad y autonomía para el desarrollo de sus funciones, pero mayormente sus tareas tienen que ver con los contenidos y publicidad”. El gobierno andaluz es quien tiene las competencias en materia de títulos habilitantes, registro e inspección en materia de prestación de servicios. Por ello, no se considera un verdadero órgano regulador ni de ordenación del sector

<sup>6</sup> La Comisión Europea remitió una comunicación al Parlamento europeo de fecha 15/12/2003 titulada “El futuro de la Política Reguladora Europea en el Sector Audiovisual”. Establece, en su apartado 1.3. que la intervención reguladora en el sector debe limitarse a lo mínimo necesario para alcanzar un objetivo de la política claramente definido y basado en un criterio de mercado. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0784&from=ES>

audiovisual andaluz. Tampoco el Estado ha llegado a crear este organismo, a pesar de que lo contempla la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual. En este sentido, señala Chaparro (2002) países como Francia (CSA) o Reino Unido (OFCOM) en Europa, o en América, Canada (CRTC) si cuentan con verdaderos organismos reguladores de las concesiones y son garantía del cumplimiento de las normas.

El contexto local andaluz no ha podido vertebrarse a través de los medios, ya que el incumplimiento de la normativa ha favorecido, como señala Castells (2009:157) “una concentración cuyo método habitual para favorecer la empresa a la voluntad política en el sector de los medios de comunicación, es repartir licencias entre sociedades de diferentes orientación política, de forma que quien esté en el poder tiene siempre acceso a algún grupo de comunicación”. En este sentido, señala Manuel Chaparro (2015:195) que la mediocracia “constituye un poder al margen de la ciudadanía y en contra de sus intereses, que pone en peligro todo el sistema”.

Así, el gobierno andaluz ha venido recogiendo en sus pliegos de adjudicación la obligatoriedad de dedicar quince horas para incidir en el territorio de cobertura, pero no ha hecho una revisión del cumplimiento de este deber. La consecuencia es que los medios privados comerciales concentran su programación en contenidos, ajenos a la comunidad, que distorsionan el valor de Andalucía y conforman un pensamiento homogeneizante y polarizado en torno al valor folclórico, de ahí que sea un territorio con grandes carencias.

La realidad andaluza plasma un déficit preocupante de medios que vertebran el territorio. A pesar de que existe un medio público autonómico y que Rocío Amores<sup>7</sup> (2007) considera que éste juega un papel fundamental de cohesión territorial, el escenario real muestra que la existencia de un canal radiofónico autonómico, sólo ha solventado una parte de la situación, ya que no se termina de profundizar en la descentralización y en la proximidad, ahondando en muchos casos los valores propios del folclore, sin atender a la diversidad cultural de Andalucía. Los medios públicos locales, ante esta situación, se sitúan como único baluarte de la vertebración del territorio. En este sentido, añade Chaparro “la verdadera cohesión y vertebración del territorio andaluz se potencia desde las comarcas y las localidades, a través de los medios de proximidad” (1998:189). Unidas en la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV), más de cien emisoras públicas locales forman una red de cohesión territorial, un instrumento de visibilización de la identidad y diversidad andaluza.

En definitiva, este estudio toma algunos fundamentos de la economía política de la comunicación, para analizar las relaciones de poder, y las lógicas imperantes en el mundo de la comunicación, que predo-

minantemente obedecen a una concepción capitalista, como señala Mosco “describiendo y examinando el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de la comunicación” (Mosco, 2006:67). Desde esta óptica, se hace necesario repensar el papel del estado y llevar a cabo una revisión histórica de las políticas públicas, en los procesos de adjudicación de concesiones, para garantizar el derecho de acceso reconocido en normativas nacionales e internacionales, que, de acuerdo con Armand Mattelart (1993), esta acción del gobierno debe tener como criterio fundamental el interés general y público, frente los intereses del mercado.

### 3. Metodología

El desarrollo metodológico se sustenta en la siguiente hipótesis principal a refutar.

#### 3.1. Hipótesis

Este estudio se centra en la hipótesis de que Andalucía no es un territorio vertebrado informativamente, y está dominado por grupos ajenos a la comunidad que no ponen en valor, no lo han cohesionado en torno a su identidad, diversidad y cultura propias.

Esta realidad está poco estudiada. Esta investigación forma parte de una tesis doctoral que trata de hacer un diagnóstico sobre la situación de los medios privados comerciales en la comunidad autónoma. A su vez pertenece a una de las líneas de investigación del Grupo de Investigación Laboratorio de Comunicación y Cultura “ComAndalucía” de la Universidad de Málaga, que estudia, entre otros temas transversales, cómo los medios públicos, ciudadanos y privados inciden socialmente a través de sus prácticas, para proponer mejoras a las políticas públicas de la administración.

#### 3.2. Objetivos

Los objetivos de verificación de esta hipótesis central son:

- Analizar la situación de la radio comercial en Andalucía, su déficit, carencias y oportunidades.
- Estudiar la concentración mediante la distribución de las concesiones de radio.
- Proponer mejoras en los concursos de adjudicación de licencias.

#### 3.3. Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas en este estudio son el análisis documental de la normativa autonómica de adjudicación.

<sup>7</sup> Rocío Amores es Coordinadora de los Informativos de Canal Sur en Almería.

cación de concesiones de emisoras de radiodifusión comercial privada, de la bibliografía y textos relacionados con las políticas de comunicación, y su aplicación práctica para determinar el mapa de medios radiofónicos privados existente en Andalucía.

### 3.4. Tratamiento de datos

El procesamiento de la información analizada se centra en dos fases:

Fase exploratoria, basada en:

- Revisión bibliográfica científica sobre el tema de análisis.

Fase de trabajo de campo centrada en:

- a. Estudio del mapa de radiodifusión anterior a 1981, a través del Boletín Oficial del Estado y mediante revisión bibliográfica.
- b. Revisión del esquema de emisoras desde 1981, mediante el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.
- c. Análisis de la propiedad de las emisoras a través de páginas de información comercial de empresas, tales como: Empresa, Infocif, Infoempresa, Universia, Infoconursal, Einforma, páginas web de SER, Onda Cero y COPE, y de emisoras asociadas.

El resultado análisis de los apartados a, pero sobre todo b y c de la fase de trabajo de campo, determina la variable y el grado de concentración de las emisoras, a través de las concesiones que han obtenido los grandes grupos directamente, y las que han logrado indirectamente, usando fórmulas de asociación y otras, o incluso con la presentación de testafierros en los concursos para eludir las normas de concentración.

## 4. Resultados

La llegada de la democracia no ha supuesto una pluralidad de voces y actores en el sector radiofónico comercial privado español, más bien se han continuado las prácticas de privilegiar a grandes cadenas en detrimento de las iniciativas locales independientes privadas. El análisis actual aspira a incidir en la administración autonómica para de acuerdo con Chapa-

rro, Olmedo y Gabilondo (2014) poner fin al déficit democrático que implica un insuficiente y mal gestionado sistema de medios andaluz.

Interesa presentar, en este apartado, datos de estas prácticas, que han conformado un modelo concentrado de radiodifusión en la Comunidad Autónoma Andaluza, como en el resto del país.

### 4.1. La Radiodifusión en España hasta el año 1981

La configuración de la radio, desde su nacimiento hasta finalizada la Guerra Civil, se representa mediante dos modelos:

- Radio Pública: cuyo eje central era Radio Nacional de España y denominada “Servicio Nacional de Radiodifusión”.
- Radio Privada: estructurada en torno a Unión Radio. Después de la Guerra Civil, cambió su nombre al que se conoce hoy “Sociedad Española de Radiodifusión”<sup>8</sup>.

En el año 1951 empieza la primera evolución de la radio, con la transición hacia la Frecuencia Modulada. A este hito, se une que nace la red de emisoras de la iglesia católica, integrando a doscientas emisoras parroquiales. Esta nueva red se denominó “Cadena de Ondas Populares” (COPE) que mantiene hoy el mismo nombre y propiedad. Tres normas van a ser fundamentales en el futuro diseño de la radiodifusión española:

- Decreto 2829, de 24/10/1963. Establece la obligación de convertir las emisoras de Onda Media en Frecuencia Modulada<sup>9</sup>. El decreto plantea un criterio implícito de formación de cadenas, ya que las pequeñas emisoras carecían de recursos para poder transformarse.
- Decreto 4133, de 23/12/1964. Aprueba el Plan Transitorio de Ondas Medias para la Radiodifusión Española<sup>10</sup>. Supone la oferta de emisoras locales para su adjudicación. Las beneficiadas fueron las cadenas con intereses cercanos al régimen.
- Orden de 12/4/1965<sup>11</sup>. Ordena las emisoras privadas e institucionales autorizadas en España de acuerdo con el Decreto 4133.

La aplicación de estas normas diseñó la radiodifusión española como se refleja en la tabla 1:

<sup>8</sup> El nombre de “Unión Radio” volvió a retomarse cuando años más tarde PRISA, autorizado por una polémica decisión del gobierno, compró Antena3 Radio.

<sup>9</sup> Fuente: BOE 268, 08/11/1963). Recuperado el 6 de mayo de 2017. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/1963/11/08/pdfs/A15775-15775.pdf>

<sup>10</sup> Fuente: BOE 313, 30/12/1964). Recuperado el 6 de mayo de 2017. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/1964/12/30/pdfs/A17484-17486.pdf>

<sup>11</sup> Fuente: BOE 94, 20/04/1965). Recuperado el 6 de mayo de 2017. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/1965/04/20/pdfs/A05767-05768.pdf>

Tabla 1. Número de Cadenas de radio existentes en España en 1965

Nombre Cadena	Número de emisoras
Red Emisoras del Movimiento (REM)	16
Cadena Azul de Radio Difusión (CAR)	16
Cadena de Emisoras Sindicales (CES)	19
COPE	50
Emisoras con indicativo EAJ (SER, mayoritaria)	54

Fuente: Anibal Arias, 1972. Elaboración propia

Según Anibal Arias, la introducción en la organización de la SER del sistema de emisoras asociadas, en los años 40, hizo que paulatinamente se fuesen incorporando emisoras a su estructura, “lo que viene a convertir a la Sociedad Española de Radiodifusión en la práctica en una unión de la

casi totalidad de las emisoras privadas españolas, y en consecuencia, en la segunda cadena del país” (Arias, 1972:53).

La incidencia de la normativa anterior en el territorio andaluz configuró el mapa de radiodifusión privada que se presenta en la tabla 2.

Tabla 2. Emisoras de radio comercial privadas existentes en 1978 en Andalucía conectadas a grupos

Nombre Emisora	Indicativo	Provincia	Propietario	Régimen	Cadena
Radio Almería	EAJ-60	Almería	Ramón Rato	Asociada	SER
Radio Algeciras	EAJ-55	Cádiz	SER	Propiedad	
Radio Cádiz	EAJ-59	Cádiz	SER	Propiedad	
Radio Jerez	EAJ-58	Cádiz	F. Ruiz Cortina	Propiedad	
Radio Granada	EAJ-16	Granada	Alberto Machado	Asociada	
Radio Motril	EAM-30	Granada	Alberto Machado	Asociada	
Radio Jaén	EAJ-61	Jaén	A. Florido Sosa	Asociada	
Radio Antequera	EAJ-26	Málaga	Ramón Rato	Asociada	
Radio Sevilla	EAJ-5	Sevilla	SER	Propiedad	
Radio Popular Almería	EAK-69	Almería	COPE	Propiedad	
Radio Popular Jerez	EAK-58	Cádiz	COPE	Propiedad	
Radio Popular Córdoba	EAK-20	Córdoba	COPE	Propiedad	
Radio Popular Granada	EAK-39	Granada	COPE	Propiedad	
Radio Popular Huelva	EAK-14	Huelva	COPE	Propiedad	
Radio Popular Jaén	EAK-40	Jaén	COPE	Propiedad	
Radio Popular Málaga	EAK-11	Málaga	COPE	Propiedad	
Radio Popular Sevilla	EAK-2	Sevilla	COPE	Propiedad	
Radio Córdoba	EAJ-24	Córdoba	Familia Algarra	Asociada	Cadena Radio Intercontinental
Radio Linares	EAJ-37	Jaén	Familia Algarra	Asociada	

Fuente: Tesis Doctoral Luis Arboledas, 2008. Elaboración propia

Este reparto, según Luis Arboledas (2008), se define por dos elementos principalmente. De un lado, por la ausencia de criterios de distribución geográfica, ya que sólo existían emisoras en las capitales de provincia, quedando el resto de localidades olvidadas, y, de otro lado, porque se produce en torno a negocios familiares cercanos a los intereses del régimen. Con estas prácticas se privilegiaban intereses privados de carácter político y económico que legitimaban los mensajes de adoctrinamiento basados en la unidad patriótica y la moral católica.

#### 4.2. El mapa de radiodifusión andaluz a partir de la aprobación del Estatuto de Autonomía

La comunidad autónoma comienza su andadura democrática con la aprobación de la Ley 6/1981, de 30 de diciembre de Estatuto de Autonomía para Andalucía. El recién estrenado gobierno asume competencias que posibilitan legislar con autonomía propia. El artículo 16 permite adjudicar frecuencias y revocarlas según los planes técnicos del Estado, que mantiene la competencia de gestión del espectro radioeléctrico.

Desde 1981 el gobierno andaluz administra doscientas dieciséis emisoras. Ciento ochenta y cuatro adjudicadas en los concursos de 1983, 1989, 1991, 2003 y 2011, más las existentes en Andalucía antes de asumir las competencias. No se ha incluido tabla o gráfico sobre las concesiones de los distintos gobier-

nos de la Junta de Andalucía, porque la comunidad autónoma ha estado gobernada por el mismo partido (PSOE) desde 1978 hasta 2018. La distribución geográfica de las concesiones es la que se expone en la tabla 3.

Tabla 3: Reparto territorial actual de las concesiones de operadores privados de radio

Provincia	Número de concesiones
Almería	22
Cádiz	33
Córdoba	24
Granada	28
Huelva	17
Jaén	31
Málaga	31
Sevilla	30
<b>Total</b>	<b>216</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

A continuación, en la tabla 4 se presenta el número de emisoras gestionadas por los adjudicatarios,

que da cuenta del grado de concentración en manos de los tres grandes grupos PRISA, A3Media y COPE.

Tabla 4: Reparto provincial actual de las concesiones de operadores privados de radio FM

Provincia	PRISA	A3MEDIA	COPE	Blas Herrero	Radio María	Privadas Ind Locales	Otras	Total Concesiones
Almería	13	4	3	1	1	0	0	22
Cádiz	18	6	5	3	1	0	0	33
Córdoba	11	5	4	1	1	2	0	24
Granada	16	7	4	1	0	0	0	28
Huelva	9	3	3	1	0	0	1	17
Jaén	20	3	3	1	2	2	0	31
Málaga	17	5	6	2	0	0	1	31
Sevilla	13	5	9	2	0	0	1	30
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>216</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 4, la concentración de licencias en manos de los tres grandes grupos es absoluta, más aún cuando se trata de PRISA, que aglutina más del 54 por ciento de las emisoras que emiten legalmente en Andalucía. COPE posee más del 17 por ciento de estas, y A3Media más del 13 por ciento. Por lo que entre los tres grupos controlan más del 85 por ciento del espectro radioeléctrico andaluz.

Las emisoras concedidas y administradas hoy en el territorio andaluz son de dos tipos; Generalistas y Temáticas. Las generalistas ofrecen contenido variado y diverso, entre ellos la información. Las temáticas concentran su programación en un solo contenido. Predomina el musical, aunque también existe el contenido proselitista religioso. El resultado de esta clasificación es el que puede observarse en la tabla 5:

Tabla 5: Empresas gestoras de radio comercial privada en Andalucía por propiedad

Empresa	Nº de emisoras generalistas	Nº de emisoras temáticas	Total emisoras por propiedad
PRISA	42	75	117
A3 Media	24	14	38



<b>Empresa</b>	<b>Nº de emisoras generalistas</b>	<b>Nº de emisoras temáticas</b>	<b>Total emisoras por propiedad</b>
COPE	24	13	37
Radio Lucena	1		1
Onda Córdoba	1		1
Radio Andújar	1		1
Radio Sierra	1		1
ESRadio	1		1
El Mundo		1	1
Blas Herrero		12	12
Radio María		5	5
Radio Esperanza		1	1
<b>Total Emisoras</b>	<b>95</b>	<b>121</b>	<b>216</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Se mencionaba en el apartado 2.2., que un objetivo de este estudio es determinar el grado de concentración de la radio comercial privada en Andalucía. Como se observa en la tabla 5, de las doscientas dieciséis emisoras, ciento veintiuna han recaído en manos de cadenas que fundamentalmente emiten música. De estas últimas, ciento dos son explotadas hoy día por los tres grandes grupos PRISA, COPE y A3 Media. Las emisoras generalistas, igualmente, como se observa en la tabla 5, son gestionadas por los mismos grupos. De esta forma, aglutinan noventa de las noventa y cinco concesiones de radio generalista, por lo que el grado de concentración es absoluto. La contribución al territorio es muy escasa, puesto que es una programación en cadena que, en su mayor parte, no está relacionada con Andalucía.

Es importante destacar cómo afectó la polémica compra de Antena 3 por parte de PRISA en la configuración de la radiodifusión privada comercial en andaluza. PRISA hizo una oferta de compra al principal accionista de Antena3 (Conde Godó) en 1992,

para controlar a la cadena rival, ya que era firme competidora de SER. Surge así Unión Radio, para gestionar las emisoras de las dos entidades. Accionistas minoritarios (periodistas) recurrieron esa operación, autorizada por el gobierno del PSOE en 1994, y tras muchas vicisitudes, el Tribunal Supremo como destacan Gutiérrez y Gómez Luengo (2007:67) en Sentencia de 9 de junio de 2000, “declaró no ser conforme a derecho el acuerdo de cesión de la gestión por parte de Antena 3 Radio y la SER a favor de la Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio”. Esta sentencia aún no se ha cumplido. PRISA no ha devuelto las emisoras. En los documentos de la Junta de Andalucía sobre concesiones de emisoras, aparece en los concursos como adjudicataria Antena3Radio.

De esta forma, entre emisoras existentes antes de asumir las competencias la Junta de Andalucía, y concesiones realizadas por el gobierno andaluz, un total de dieciocho emisoras de Antena 3, hoy están bajo el organigrama del grupo PRISA. La tabla 6 representa esta distribución por provincias.

Tabla 6: Emisoras bajo el nombre de Antena3 Radio gestionadas actualmente por PRISA en Andalucía

<b>Provincia</b>	<b>Población</b>	<b>Actual prestadora del Servicio</b>
Almería	Almería	Cadena Dial
Cádiz	Arcos de la Frontera	Cadena Dial
Cádiz	Jerez de la Frontera	SER
Córdoba	Córdoba	Cadena Dial
Granada	Baza	SER
Granada	Granada	M80
Huelva	Ayamonte	SER
Huelva	Huelva	40P
Huelva	La Palma del Condado	Radio Olé
Jaén	Alcaudete	Cadena Dial
Jaén	Jaén	Radio Olé
Jaén	Villacarrillo	Cadena Dial

Provincia	Población	Actual prestadora del Servicio
Málaga	Archidona	40 Principales
Málaga	Estepona	40 Principales
Málaga	Málaga	SER
Málaga	Mijas	Máxima FM
Málaga	Ronda	Cadena Dial
Sevilla	Morón de la Frontera	Radio Olé
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>18</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

En el apartado siguiente, se exponen los datos disgregados de emisoras generalistas y temáticas.

#### 4.2.1. La radiodifusión generalista privada comercial

La radiografía de este tipo de emisoras refleja una concentración absoluta. SER, Onda Cero y COPE gestionan más del 85 por ciento de estas concesiones.

Hay que subrayar que esta práctica es una réplica del fenómeno de la concentración propiciado también desde el estado, ya que en España, de acuerdo con Chaparro y Castillejo (2012), estos tres grupos privados se reparten más del ochenta por ciento de las frecuencias comerciales.

Así la radiodifusión privada comercial generalista se distribuye como aparece en la tabla 7:

Tabla 7: Empresas gestoras de radio generalista comercial privada en Andalucía

Empresa	Número de emisoras
SER	42
Onda Cero	24
COPE	24
Radio Lucena	1
Onda Córdoba	1
Radio Andújar	1
Radio Sierra	1
ESRadio	1
<b>Total</b>	<b>95</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Como puede observarse en la tabla 7, las emisoras gestionadas por los grandes grupos PRISA, A3 Media y COPE, respectivamente, copan la totalidad del espectro radiofónico andaluz. Así, la pluralidad es un principio que la propia administración pública ha dilapidado en manos de grandes cadenas que, no sólo

tienen intereses en el mundo de la información, sino que algunos de ellos pertenecen a transnacionales del mundo financiero.

La distribución por provincias de estas adjudicaciones de frecuencias generalistas quedaría como se presenta en la tabla 8:

Tabla 8: Empresas gestoras de radio generalista comercial privada en Andalucía por provincias

Provincia	SER	Onda Cero	COPE	Otras	Total
Almería	4	3	2	0	
Cádiz	6	5	4	0	
Córdoba	7	3	2	2	
Granada	6	3	3	0	
Huelva	5	1	2	0	
Jaén	5	3	1	2	
Málaga	7	3	3	0	

Provincia	SER	Onda Cero	COPE	Otras	Total
Sevilla	2	3	7	1	
Total	42	24	24	5	95

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Analizando brevemente las concesiones de estos grupos, tanto PRISA, como COPE, no siempre acuden a los procesos de concesión de frecuencias directamente, sino que concurren mediante empresas

asociadas o mediante testaferros. En este sentido, la configuración de las concesiones de las emisoras generalistas se organiza como se expresa en la tabla 9:

Tabla 9: Adjudicaciones directas e indirectas de radio generalista comercial privada a grupos

Grupo	Concesiones directas	Concesiones a empresas asociadas o testaferros	Total
PRISA	13	29	42
A3 Media	23	1	24
COPE	9	15	24
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>90</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Así, tal y como se refleja en la tabla 9, de las cuarenta y dos emisoras generalistas de PRISA, sólo trece fueron adjudicaciones directas, el resto, veintinueve, se adjudicaron a otras sociedades con intereses en la comunidad, o testaferros, con sede en Madrid, vinculados a la empresa matriz. Otras fueron conseguidas a través de negocios jurídicos irregulares permitidos por el gobierno autonómico. La ley 7/2010, General de la Comunicación audiovisual viene a solucionar los problemas de legalidad que generaron estas prácticas.

De las veinticuatro emisoras generalistas de Onda Cero (A3 Media), sólo una es conseguida por una empresa no perteneciente al grupo, el resto, veintitrés, han sido adjudicaciones directas.

Finalmente, de las veinticuatro emisoras del grupo COPE sólo obtiene nueve concesiones directas. Consigue quince frecuencias satélites más a través de empresas asociadas o testaferros. (Tabla 9).

En este apartado, se hace necesario exponer que tras el acuerdo, para crear sinergias, alcanzado entre COPE y el Grupo Vocento, a finales de 2012, y ratificado en marzo de 2013 por la Comisión Nacional de la Competencia<sup>12</sup>, las emisoras de ABC Punto Radio pasan a ser repetidores de COPE, mediante un alquiler de los postes de radio propiedad de Vocento.

De esta forma, de las noventa frecuencias que poseen los tres grupos en Andalucía, sólo cuarenta y cinco han sido adjudicaciones directas, el cincuenta por ciento. Las otras cuarenta y cinco han sido obtenidas indirectamente, usando fórmulas para eludir las normas que pretenden impedir la concentración, recogida en la Ley General de la Comunicación Audiovisual, que en la práctica se ha producido.

En resumen, la mayor parte de las empresas beneficiarias tienen sede social fuera de Andalucía, por lo que su incidencia en la región es escasa, y las horas de desconexión local no superan las cuatro al día. En la actualidad, tal y como se recoge en las tablas 5 y 7, sólo existen cuatro frecuencias gestionadas por iniciativas locales privadas. EsRadio es una cadena con sede en Madrid.

#### 4.2.2. La radiodifusión temática privada comercial

Igual que con la radio generalista, con la temática, el gobierno andaluz ha dibujado una geografía concentrada en capitales de provincia y ciudades medias. La radiodifusión privada comercial temática se distribuye como se refleja en la tabla 10:

Tabla 10: Empresas gestoras de radio temática comercial privada en Andalucía

Empresas	Número de emisoras
PRISA	75
A3 Media	14

<sup>12</sup> El 23 de enero de 2013 se registra en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una propuesta de colaboración empresarial y emisión radiofónica en cadena, que suponía la adquisición del control conjunto de las emisoras del Grupo Vocento, Punto Radio, por parte de Vocento y COPE. La CNMC emite resolución favorable a esta primera fase de la operación con compromisos el 13 de marzo de 2013. Fuente: CNMV. Recuperado el 29 de diciembre de 2019. Disponible en: <https://www.cnmc.es/node/332402>; [https://www.cnmc.es/sites/default/files/319222\\_7.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/319222_7.pdf)

<b>Empresas</b>	<b>Número de emisoras</b>
COPE	13
El Mundo	1
Blas Herrero	12
Radio Maria	5
Radio Esperanza	1
<b>Total</b>	<b>121</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

La distribución provincial de estas emisoras se presenta como aparece en la tabla número 11.

Tabla 11: Empresas gestoras de radio temática comercial privada en Andalucía por provincias

<b>PROVINCIA</b>	<b>PRISA</b>	<b>A3 Media</b>	<b>COPE</b>	<b>Blas Herrero</b>	<b>Radio María</b>	<b>Otras</b>	<b>Total</b>
Almería	9	1	1	1	1	0	
Cádiz	12	1	1	3	1	0	
Córdoba	4	2	2	1	1	0	
Granada	10	4	1	1	0	0	
Huelva	4	2	1	1	0	1	
Jaén	15	0	2	1	2	0	
Málaga	10	2	3	2	0	1	
Sevilla	11	2	2	2	0	0	
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>121</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Las concesiones a los tres grandes grupos mayoritarios se distribuyen como se expone en la tabla 12

Tabla 12: Adjudicaciones directas e indirectas de radio temática comercial privada a grupos

<b>Grupo</b>	<b>Concesiones directas</b>	<b>Concesiones a empresas asociadas o testaferros</b>	<b>Total</b>
PRISA	29	46	75
A3 Media	14	0	14
COPE	6	7	13
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>53</b>	<b>102</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Las cadenas beneficiadas del Grupo PRISA han sido 40 Principales, Cadena Dial, Radio Olé, M80 y Máxima FM. Las emisoras de A3 Media han sido Europa FM y Melodía FM. Las emisoras de COPE han sido Cadena 100, Rock FM y Megastar FM. Además, aparecen otros dos grupos con cierta importancia. Blas Herrero, propietario de cadenas de radio y televisión digital. Herrero ha obtenido adjudicaciones para Kiss FM e Hit FM. El otro grupo a destacar, no por el número de frecuencias adjudicadas (5), sino por el contenido de sus emisoras es Radio María, un grupo de estaciones que difunde rezos y mensajes proselitistas de la iglesia católica. Finalmente, el Grupo Mundo ha obtenido una frecuencia para Ra-

dio Marca, y Radio Esperanza, otra emisora religiosa también ha conseguido una concesión.

Así, se desprenden de los datos anteriores, la mayor parte de las emisoras temáticas legales que emiten en Andalucía son, predominantemente, de contenido musical, por lo que su incidencia en el territorio es inexistente, ya que no da lugar a contenidos de proximidad, ni en la industria audiovisual andaluza.

Realizada esta radiografía de la radio comercial privada, se observa que las emisoras de radiodifusión están concentradas en manos de grandes grupos. Esta acción política del gobierno andaluz devalúa claramente el pluralismo y la democracia, al perpetuar

prácticas oligopólicas, primando a los grandes actores del sistema estatal.

#### 4.2.3. Propiedad de la radiodifusión privada comercial en Andalucía

En este artículo destaca la importancia de determinar la propiedad de los actores que prestan un servicio público esencial como es la radiodifusión en Andalucía. A continuación, se presenta, en la tabla 13, un resumen total de estaciones gestionadas por las grandes cadenas que operan en la región.

Tabla 13: Total emisoras gestionada por grandes grupos de radio comercial privada en Andalucía

Grupo	Concesiones directas	Concesiones a empresas asociadas o testaferros	Total
PRISA	42	75	117
A3 Media	37	1	38
COPE	15	22	37
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>98</b>	<b>192</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Como se ha destacado en la tabla 13, el grado de concentración de las emisoras habilitadas en el territorio es absoluto. Este argumento refuerza el dato de que ciento noventa y dos de las doscientas dieciséis adjudicaciones totales que operan en Andalucía están en manos de estas grandes cadenas. Como se ha comentado anteriormente, surgen otros grupos de contenido temático como los de Blas de Herrero y las emisoras de contenido evangelizador. Destacable es

que tampoco estas iniciativas surgen desde el propio territorio, y por tanto, no inciden en él ni en su vertebración.

Es importante, para este estudio, observar cómo se configura la propiedad de las emisoras que se otorgaron a empresas que están vinculadas, mediante asociación o presentación de testaferros, a las tres grandes cadenas. Dicha conformación se presenta en las tablas 14 y 15:

Tabla 14: Adjudicatarios con gestión de emisoras vinculadas a PRISA

Adjudicatario	Número de Concesiones
Agrupación Radiofónica	7
Multimedia Jiennense	6
Radio Sabinal	5
Machado y Quintana	4
Radio Jaén	4
Radio Jerez	4
Andalucía Este FM	4
Inversiones Radiofónicas Río San Pedro	3
Opción Radio	3
Comunicaciones Canal 19	2
Doble Espacio de Comunicación y Multimedia	2
Jódar de Emisiones	2
Parotex	2
Radio Gaviota	2
Radio Guadalquivir	2
Telecomunicación Osuna	2
Teleser	2
Alcazaba de Comunicación	1
Asociación Prodicco	1
Bartolomé González Ruiz	1
Bética de Comunicación	1

Adjudicatario	Número de Concesiones
Cancionero S.L.	1
Francisco Juan Torres Higuera	1
Federico Joly	1
Guadiana de Radio	1
Juan Andrés Mateos Coca	1
Luis Miguel Recober García	1
MR Audiovisual del Sur	1
Novotecnía	1
Radio Granada	1
Radio Lepe	1
Radio Loja	1
Radio Morón	1
Radio Motril	1
Radio Sierra de Aracena	1
Radio Valverde	1
<b>Total</b>	<b>75</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Los adjudicatarios de frecuencias, referenciadas en la tabla 14, son empresas vinculadas al grupo PRISA. Como ejemplo, se menciona la empresa vinculada a PRISA que más concesiones posee: “Agrupación Radiofónica” gestiona siete estaciones emitiendo contenidos de esta gran cadena. Su propietario es Adolfo Machado Sánchez, vinculado a la familia Machado de Granada, que tiene cuatro es-

taciones más conectadas con PRISA a través de las adjudicaciones de “Machado y Quintana”, quien a su vez es propietario de “Radio Granada”. Machado y Quintana, ha estado vinculado al Consejo de Administración del Grupo PRISA.

Igualmente ocurre con COPE, que tiene más estaciones asociadas que las que gestiona de forma propia. Su configuración se expone en la tabla 15:

Tabla 15: Adjudicatarios con gestión de emisoras vinculadas a COPE

Adjudicatario	Número de Concesiones
Radio Publi	6
Comeres Prensa	5
ABC de Sevilla	2
Corporación de Nuevos Medios Digitales	1
Dial Doñana	1
Editorial Campo de Gibraltar	1
La Información de Los Pedroches	1
Prensa Malagueña	1
Radio Astigi	1
Radiodifusora del Sur	1
Radio Lebrija	1
Señal Uno de Comunicación	1
<b>Total</b>	<b>22</b>

Fuente: Boletín Oficial Junta de Andalucía, 2018. Elaboración propia

Del mismo modo que con el grupo anterior, COPE establece alianzas en todos los territorios para obtener frecuencias. Así, como se observa en la tabla 15,

“Radio Publi” ha obtenido seis concesiones de radio. El Administrador de “Radio Publi” es Luis Enrique Nistal, quien es Consejero Delegado de “Vocento”.

A su vez, obtiene otras cinco concesiones con otra empresa denominada “Comeresa Prensa”, de la que es también administrador. Estas prácticas para eludir la concentración, se producen tras el acuerdo entre Vocento y Cope de 2012.

De A3 Media no se presenta tabla ya que sólo una de sus frecuencias es a través de asociación, el resto son de gestión propia.

Como se decía anteriormente, este entramado conformado para que los grandes grupos obtengan emisoras, no es ajeno a las administraciones, y en concreto a la administración autonómica, ya que las emisoras de Radio Publi y de Comeresa Prensa, por ejemplo, están autorizadas para emitir la señal de COPE.

En comparación con países europeos, según Llorens “en Francia existe una limitación en relación a la propiedad, de forma que no se puede tener el control simultáneo de una televisión local y un diario o semanario en la misma zona, a lo que se suma que está prohibido que las cadenas nacionales entren en la propiedad de los medios locales” (Llorens, 2006:225).

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual en su artículo 37 establece los principios para fomentar el “Pluralismo en el Mercado Audiovisual Radiofónico” y evitar la concentración. Con las prácticas mencionadas, validadas por el gobierno andaluz, se elude la normativa de concentración de emisoras, y se beneficia a los grupos más cercanos a los poderes políticos y económicos. Esta realidad impide la iniciativa privada local, y mutila el debate propio e identitario del territorio.

## 5. Conclusiones. Retos y oportunidades para una política pública plural

De acuerdo con los objetivos de este análisis, en primer lugar, se ha hecho una descripción del contexto de la radio comercial privada que opera en territorio andaluz. Este mapa está configurado en torno a concesiones locales de radio generalistas y temáticas. Ambas tienen poca incidencia en el territorio. Las primeras, porque sus contenidos están centralizados en la emisora de referencia de la cadena (SER, COPE y Onda Cero) en Madrid, y las desconexiones locales son muy escasas. Las segundas, porque su contenido es musical mayoritariamente, y porque está confeccionado también desde la emisora de referencia ubicada en la capital del Estado.

Desde este punto de vista, se concluye que convendría que el gobierno andaluz fiscalizara la incidencia de los medios privados comerciales en el territorio. La administración regional debería velar por el cumplimiento de las obligaciones incluidas en los pliegos de prescripciones técnicas y administrativas para la adjudicación de concesiones. Según estos criterios correspondería limitar las horas de programación ajenas a la zona de influencia de las estaciones radiofónicas. Es preciso resaltar que las emisoras

generalistas comerciales de las grandes cadenas no dedican más de cuatro horas al día a la producción de programas relacionados con su ámbito de cobertura. A este dato se añade la preeminencia de la programación deportiva, por lo que la vertebración del territorio es muy escasa.

Por otro lado, el propio gobierno andaluz debe hacer una revisión de sus políticas públicas. Para armonizar el contexto radiofónico, es importante exigir a los acreedores de concesión privados comerciales, tal y como se hace con los medios públicos, el cumplimiento de interés general y de servicio público, exigidos en los pliegos de condiciones, como garantía de una mejor democracia. En este sentido, manifiesta James Curren “asociar servicio público a medios de titularidad pública es una ecuación errónea, en muchos países europeos las principales emisoras comerciales están sujetas a una regulación efectiva y persiguen objetivos públicos, no sólo el beneficio privado” (Curren, 2005:205).

En cuando al segundo objetivo, este estudio verifica la hipótesis de que Andalucía presenta un mapa de medios concentrado en manos de las grandes cadenas antes mencionadas. La programación de las cadenas domina más del 85 por ciento del espectro radioeléctrico. Esta práctica interesada de la administración autonómica de privilegiar los intereses de mercado frente al bien público general, refuerza el papel de la investigación y la universidad, como elementos fundamentales para detectar estas situaciones anómalas. Así, “se potencia la relación entre medios, investigación y universidad, para no dar lugar a convertir el ámbito académico en una sucursal del mercado”. (Bustamante, 2013).

Para hacer frente a este déficit detectado, y como tercer objetivo de investigación, se confirma que uno de los desafíos de las políticas públicas es la pluralidad. Así, en las nuevas adjudicaciones, la Junta de Andalucía debería considerar a todos los actores: públicos, comunitarios y privados comerciales independientes locales, para evitar la concentración en pocas manos. Este es el mejor aval de una mejor y mayor diversidad mediática. Así, el reconocimiento del tercer sector supondrá una garantía de equilibrar la balanza entre política y sociedad, de forma que ésta tenga un papel más relevante en los procesos de toma de decisiones.

Un elemento concluyente de gran importancia, además del equilibrio de actores, para dotar de sensatez al mapa radiofónico comercial privado andaluz, para evitar la concentración y la excesiva localización de las emisoras en ciudades medias y capitales de provincias, es la necesaria redistribución de las concesiones en favor del mundo rural e interior que se plantea su futuro con grandes posibilidades culturales y de comunicación que se debería potenciar desde las administraciones públicas, sin dar prevalencia al interés económico y del mercado publicitario. Las prácticas actuales sitúan al gobierno andaluz al límite del incumplimiento de elementos funda-

mentales como la igualdad, la cohesión y solidaridad que promueven la Constitución Española y el propio Estatuto de Autonomía para Andalucía, que señala que el ejecutivo debe ejercer sus poderes para el cumplimiento de objetivos básicos como la cohesión territorial entre los distintos territorios, para superar desequilibrios económicos, sociales y culturales, especialmente los del mundo rural.

Una apuesta fundamental por la democratización del sector y la fiscalización del ejecutivo regional, sería la necesaria redefinición del Consejo Audiovisual de Andalucía, introduciendo mecanismos de despolitización, para que sus miembros sean independientes, y sus resoluciones tengan carácter vinculante. Además, sería importante dotarle de competencias reales de organismo regulador como otros existentes en países como Francia, Canadá o Inglaterra. Además, se debería crear un grupo asesor permanente, vinculado al Consejo, y que esté formado por expertos, también con carácter independiente. La finalidad de estos órganos es armonizar el mapa de medios, conceder licencias, velar por el cumplimiento de las normas de los concursos de adjudicación, el asesoramiento en

la elaboración de políticas públicas futuras y trazar una estrategia común de mejora del mapa de medios andaluz

Finalmente, se concluye que, analizada la situación del espectro de radiodifusión privada comercial y gestión pública de la Junta de Andalucía en el otorgamiento de concesiones de radiodifusión privada comercial, se hace necesario repensar y redefinir el mapa fallido dibujado desde 1981, mediante unas normas de concesión que eviten la concentración en pocas manos, privilegien el interés general y el servicio público. Además que contemple el derecho a la comunicación como un derecho humano, no de personas físicas o jurídicas.

En definitiva, el reto y oportunidad para el futuro debe ser la mejora de los procesos de adjudicación de frecuencias radiofónicas, y hacer cumplir los requisitos a los prestadores del servicio para contribuir a vertebrar el territorio desde la identidad social y cultural propia, y construir espacios más inclusivos, plurales, igualitarios y democráticos, de forma que ninguna realidad quede invisibilizada ni silenciada.

## 6. Referencias bibliográficas

- Amores, Rocío (2007). “La RTVA y la cohesión territorial de la región”. En *Andalucía en la historia*, nº 17, año V, julio 2007, pp. 28-29. Recuperado el 25 de diciembre de 2019. <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/la-radio-parte-indisoluble-de-la-memoria-colectiva-andaluza-ah-17>
- Arboledas, Luis. (2008). “La industria radiofónica en Andalucía: dependencia económica y control político (1982-2008)” (Tesis Doctoral). Universidad de Granada, España. [http://www.ugr.es/~larboledas/pdf/tesis\\_luis\\_arboledas.pdf](http://www.ugr.es/~larboledas/pdf/tesis_luis_arboledas.pdf)
- Arias, Anibal. (1972). *La radiodifusión española*. Madrid: Publicaciones Españolas.
- Badillo, Ángel y Mónica, María (2013). “Desregulación y concentración de la radio española: el caso de Castilla y León”. En *ComunicaÇao & InovaÇao*, vol. 14, nº 26, pp. 3-12. [https://www.academia.edu/34956649/Desregulaci%C3%B3n\\_y\\_concentraci%C3%B3n\\_em\\_la\\_radio\\_espa%C3%B1ola\\_el\\_caso\\_e\\_castilla\\_y\\_le%C3%B3n\\_v.14\\_n.26\\_2013](https://www.academia.edu/34956649/Desregulaci%C3%B3n_y_concentraci%C3%B3n_em_la_radio_espa%C3%B1ola_el_caso_e_castilla_y_le%C3%B3n_v.14_n.26_2013)
- Beltrán, Luis Ramiro. (2014). “Las políticas nacionales de comunicación en América Latina”. En Chaparro Escudero, M. (Ed). *Comunicología de la Liberación, Desarrollismo y Políticas Públicas*. Girona/Málaga: Ed. Luces de Gálibo, Imedeia, Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía, pp.115-143.
- Brecht, Bertold. (1981). “Teoría de la radio (1927-1932)”. En Bassets, J. (Ed). *De las ondas rojas a los radios libres*. Textos para la historia de la radio. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, pp. 52-55.
- Bustamante, Enrique. (2013). “Aportes para una futura ley audiovisual de Andalucía”. En *Jornada organizada por COMandalucía*, Universidad de Málaga, 22 de abril de 2013.
- Bustamante, Enrique. (2014). “La democratización del sistema cultural y mediático español. Ante una situación de emergencia nacional”. En Chaparro Escudero, M. (Ed). *Medios de Proximidad: Participación Social y Políticas Públicas*. Ed. Luces de Gálibo, Imedeia, Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía, pp. 21-34.
- Castells, Manuel. “Comunicación y Poder”. Madrid: Alianza Editorial.
- Chaparro, Manuel y García Castillejo, Ángel. (2012). “Desregulación y concentración. Presente inmediato del audiovisual en España”. En *Comunicación para la Inclusión* on line. [http://comandalucia.files.wordpress.com/2012/04/mch-angel-castillejo-desregulacion-en-espac3b1a-argentina-def\\_editado-para-aceptar-x-autores-2.pdf](http://comandalucia.files.wordpress.com/2012/04/mch-angel-castillejo-desregulacion-en-espac3b1a-argentina-def_editado-para-aceptar-x-autores-2.pdf)
- Chaparro, Manuel; Gabilondo, Victoria, Gastillejo, Ángel y Mohammadiane, Amal. (2019). “Las políticas públicas de comunicación y los Indicadores de Rentabilidad Social en la Radio Comercial”. En Chaparro, Gabilondo y Espinar (Coords). *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea*. Salamanca: Ed. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 63-101
- Chaparro, Manuel. (1998). *Radio Pública Local*. Madrid: Editorial Fragua. 1ª Edición.
- Chaparro, Manuel. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Ed. Libros de la Frontera. 1ª Edición, pp. 77-87.
- Chaparro, Manuel. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Bogotá (Colombia): Ediciones Desde Abajo, pp.183-197.



- Chaparro, Manuel.; Olmedo Silvia; y Gabilondo, Victoria. (2014). “Los impactos en Comunicación-Cultura de las radios públicas locales en Andalucía. El índice de Rentabilidad Social”. En *Impactos de la dimensión cultural en el desarrollo*. Catedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación de la Universidad de Girona, pp.163-186.
- Curran, James. (2005). *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Ed. Hacer.
- D'Arcy, Jean. (1980). “Derecho a Comunicarse”. En *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica. 3ª reimpresión. Edición 1993, on line, pp. 148-150. <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>
- De Miguel, Juan Carlos y POZAS, Víctor. (2009). “Polarización ideológica o económica? Relaciones entre los medios y el poder político y corporativo. En *Revista VientoSur*, año XVIII, nº 103, pp. 43-52. [http://cdn.vientosur.info/VSScompletos/vs\\_0103.pdf](http://cdn.vientosur.info/VSScompletos/vs_0103.pdf)
- Exeni, José Luis. (1998). *Políticas de Comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz (Bolivia): Ed. Plural Editores.
- Franquet, Rosa (2002). “Los radiodifusores ante la zozobra digital: renovarse para nuevos escenarios”. En *Revista Telos*, vol. 53, pp. 74-79. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero053/>
- García Castillejo, Ángel. (2014). “Una regulación andaluza para los servicios audiovisuales de Andalucía. En En Chaparro Escudero, M. (Ed). *Medios de Proximidad: Participación Social y Políticas Públicas*. : Ed. Luces de Gálibo, Imdea, Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía, pp. 111-133.
- Gutiérrez Laso, Fernando y Gómez-Luengo San Román, José (2007). *Las polémicas concesiones de radio frecuencia modulada*. Madrid: Editorial Jurídica Ottawa, pp.21-91.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor. (2009). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos Filosóficos*. Madrid: Ed. Trotta, 9ª Edición.
- Llorens, Carles. (2006). “El informe Lancelot y el debate sobre el pluralismo y concentración de medios en Francia”. En *Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya* on line, nº 23-24, p.25. [https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q23-24llorens\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q23-24llorens_ES.pdf)
- Macbride, Sean. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica. 3ª reimpresión. Edición 1993, on line, pp. 169-179. <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>
- Mattelard, Armand. (1993). *La comunicación – mundo: Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundación para Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), 1ª Edición, pp. 49-72.
- Mosco, Vincent. (2006). “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pp. 57-79. <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/EconomiaPoliticaCom.pdf>
- Pasquali Greco, Antonio (1990). *Comprender la comunicación*. Caracas (Venezuela): Monte Ávila Editores, 4ª Edición, pp. 33-63.
- Timoteo Álvarez, Jesús (2007). “Periodismos sin alma, sociedad sin futuro” En página web Jesús Timoteo Álvarez, on line. <http://www.jesustimoteo.net/index.php/2012-09-14-09-59-29/item/20-periodismos-sin-alma-sociedad-sin-futuro>
- Zallo, Ramón (2007). “Las políticas culturales territoriales revisitadas”. En Bustamante, E. (Coord.). *Cultura y comunicación para el siglo XXI: diagnóstico y políticas públicas*. La Laguna (Tenerife), Ed. Gestión insular para el deporte, la cultura y el ocio (IDECO), pp. 215-257.

Francisco Guerrero Cuadrado. Licenciado en Periodismo (Universidad de Málaga). Máster en Investigación en Comunicación Periodista (Universidad de Málaga). Doctorando en el Programa de Educación y Comunicación Social (Universidad de Málaga). Realiza tesis doctoral bajo el título: La radio en Andalucía y la vertebración del territorio. 1981- 2014. Versa sobre el análisis de las políticas públicas implementadas en Andalucía desde que la administración autonómica asumió las competencias mediante la aprobación del estatuto de autonomía. Director de Tesis. Manuel Chaparro Escudero. Catedrático de Ciencias de la Comunicación del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. Miembro investigador (colaborador) del Grupo de Investigación Laboratorio de Comunicación y Cultura “COMandalucía” de la Universidad de Málaga. Ha trabajado en diversos medios (radio y televisión) públicos y privados. En la actualidad, compatibiliza la función investigadora con el cargo público de Alcalde del Municipio de Campillos (Málaga), de ahí el interés por el análisis de las políticas públicas de comunicación puestas en marcha por la administración autonómica. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3074-2462>