

# ¿Quién teme a la radio local?

**Montse Bonet**

- *La radio local catalana vive momentos de incertidumbre y, al mismo tiempo, cierta euforia. El Plan Piloto y el último cambio político han introducido algunas variaciones a lo que ya era una tendencia imparable hacia la concentración empresarial y/o programática y la emisión en cadena como forma productiva de supervivencia. En cualquier caso, se detecta desde hace tiempo un cierto cambio terminológico, la preferencia por el uso de la palabra proximidad, como adjetivo sustituto de localismo.*

*En la primera parte de este artículo se recorren diferentes parámetros históricos de clasificación de la radio local y, en una segunda parte, se aporta la radiografía del momento actual.*

En Cataluña, seguro que nadie. Cuando ya nos habíamos acostumbrado a la pérdida de emisoras de frecuencia única y la formación de cadenas, como siempre la radio catalana, observatorio privilegiado, nos ofrece un nuevo panorama un tanto desconcertante. Un panorama de cierta y supuesta reavivación del localismo del que destacamos dos hechos: primero, "gracias" al Plan Piloto y a la radiofórmula musical, anglosajona pero ofrecida en catalán, han surgido nuevas cadenas musicales, pequeñas de momento; y segundo: un estudio publicado por el Consejo del Audiovisual de Cataluña sitúa a las emisoras locales como la segunda opción más escuchada, por detrás de Catalunya Ràdio. Si

alguien pensaba que las supuestas modernidades del siglo XXI arrinconarían la palabra, se equivocó. Pero una cosa es cierta, parece que gana terreno la proximidad, a expensas del localismo. No es la primera vez que hablamos de radio local, y no será la última, pero tal vez convendría repasar el estado de la cuestión, que tampoco sabemos cuánto durará. Empecemos recordando algunos parámetros de estudio y terminología diversa para elaborar después la radiografía del momento.

## **Local, a la fuerza**

Jamás la radio en Cataluña (y en toda España) fue tan local como cuando no se podía estudiar. Es decir, durante el franquismo. Y era, por encima de todo, una radio local de lo que llamamos programación generalista, y no radiofórmulas. De hecho, repasando brevemente la historia de la radiodifusión en nuestra casa, nos daremos cuenta de que su nacimiento fue local. Esto es, con potencias de emisión pobres que no prometían grandes coberturas territoriales. Si exceptuamos las primeras OM comarcales privadas<sup>1</sup> que hubo en España y las emisoras públicas (una vez aparecida RNE), el resto de emisoras trabajaba con potencias bajas. Recordemos, en todo caso, que la imposibilidad de sacar adelante un Servicio Nacional de Radiodifusión (y conseguir que la radio llegara a todo el mundo) fue el origen del Decreto de 1932 que permitiría el nacimiento de la radio local por excelencia en España: máximo autorizado de doscientos vatios y no más de una emisora por localidad. Según como se mire, la radio se expandió en España por la vía del localismo.

Después de la guerra civil, inaugurada ya Radio Nacional de España, el localismo será la solución perfecta para el nuevo régimen, ya que le permite contentar a diversas

---

**Montse Bonet**

*Profesora de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona*

familias políticas y facciones (nacimiento y proliferación excesiva de nuevas emisoras) y, al mismo tiempo, garantiza su control, por la vía de la potencia de emisión. Como es conocido, el franquismo obligó a las emisoras (excepto a RNE) a ser locales incluso a través de los contenidos; la Orden de 6 de octubre de 1939 prohibía totalmente radiar noticias más allá del ámbito local, provincial o regional. Por tanto, en este caso, si nos referimos al ámbito geográfico, el localismo no podía ir mucho más allá de la comarca (y dependiendo, como resulta obvio, de las características orográficas de cada zona).

El agravio comparativo en cuanto a las potencias de emisión se mantendrá como una constante a lo largo del franquismo y hasta nuestros días, no sólo en la banda de OM sino también en la de FM, banda local por naturaleza ya que tiene un alcance de onda más limitado que la otra. El localismo fue, así, una imposición, una obligación, una forma de control, una solución que había de ser provisional pero que permaneció en el tiempo. Los otros parámetros que, históricamente, han servido para determinar si una radio es o no local han sido la lengua (desde el momento en el que se permitió el uso de otras lenguas que no fueran el español) y la estructura accionarial (muy discutible y relativa).

### **Las otras radios y las posibilidades tecnológicas**

Con la llegada de la democracia, aparecieron en escena nuevas voces: las radios autonómicas, las municipales, las asociativas de todo tipo, las radios libres, las piratas, etc. Hay que destacar de este período los siguientes hechos que, sean nuevos o heredados del franquismo, causaron las primeras grietas al localismo tan firmemente defendido y mantenido durante la etapa anterior:

a) De momento, en los primeros tiempos de transición y democracia, se sigue la línea de correspondencia entre el tipo de radio y la configuración estatal: "Actualmente, se cumple un principio de vertebración democrática esencial y a cada ámbito de participación política democrática le corresponde un recurso público de radiodifusión, y se establece así una sintonía básica entre la configuración del Estado y la del sistema radiofónico, principio que se cumple también en el ámbito privado, por lo menos desde el plano

teórico" (PRADO, 1994:236). Lo más destacable en este sentido será la aparición, a principios de los años ochenta, de las primeras radios autonómicas, ámbito territorial y realidad política nuevos.

b) Uno de los rasgos más importantes y decisivos para entender la situación actual de la radio catalana (y española en general) es la relación de este medio con la publicidad. La radio aceptó la publicidad como forma de financiación desde sus orígenes (y no entraremos aquí en la polémica de la doble financiación de la radio pública). Si tenemos en cuenta que la neorregulación española iniciada en los años ochenta fue parcial<sup>2</sup>, entenderemos que este cambio de normas afectara al sector radiofónico (BONET, 1995: 426) y propiciara una apertura que no se correspondía con la realidad del mercado, facilitando así el camino hacia la concentración. Dejar a un sector numéricamente grande, construido sobre parámetros ideológicos, sometido ahora a las leyes del libre mercado, facilitó la pugna que, finalmente, se ha traducido en los últimos veinte años en fusiones y absorciones y, consecuentemente, en concentración. Las emisiones en cadena (o en red, si se prefiere) no son nuevas; de hecho, se producen desde los primeros tiempos y durante el franquismo fueron una realidad permanente aunque no frecuente. La emisión en cadena, como la entendemos hoy en día, se remonta a mediados de los años ochenta y resultó especialmente favorecida por la aparición de nuevas tecnologías que, como el satélite, garantizaban una cobertura estatal, pese a que las emisoras conectadas fueran locales en esencia y en potencia. El localismo tenía una primera y significativa grieta en forma de difusión en cadena, motivada por la necesidad de cubrir el máximo territorio posible para garantizar la máxima audiencia. Las grandes inversiones publicitarias quieren grandes mercados.

c) La aparición de nuevas voces y la realidad de otros países empieza a confundir un poco los términos. Cuando más o menos todo el mundo llamaba "local" al mismo tipo de radio, aparecen las municipales, las radios libres, las asociativas (culturales o no), las llamadas "de barrio" o "de distrito" y se importan términos más empleados en otras realidades políticas y sociales como: radio comunitaria, popular, alternativa, participativa, educativa, rural, comunal, etc<sup>3</sup>. Las radios ya se pueden clasificar según se ajustan a la norma (no se pueden considerar clandestinas, ya que la

situación política es de libertad), según la forma de gestión, si tienen o no ánimo de lucro, etc. Ciertamente, todas tienen un denominador común: una cobertura escasa, corta pero que a efectos de dinamización social resultan útiles porque trabajan *con, en y para* pequeñas comunidades (barrio, comunidad rural, clase de escuela, etc.). El localismo democrático desempeñó un papel clave durante la transición como dinamizador, cohesionador, refuerzo de la democracia y recuperador de la lengua y la cultura propias.

Ya en plena libertad, cuantas más nuevas y "pequeñas" voces nacían, más se concentraban las locales de siempre, superadas gracias a las nuevas tecnologías las barreras naturales de alcance territorial. Las radios privadas entraban en una espiral de competitividad y lucha por el pastel publicitario que hizo menguar el tiempo de emisión "local". Se pasó lentamente de la *conexión en cadena* a la *desconexión*, lo que ya da fe del cambio de prioridades.

Para terminar de alimentar la confusión, en los últimos años el sector privado prefiere no utilizar el término *local* pensando, quizás como en el caso de la televisión, que no se asocie demasiado con "poco profesional", "no competitiva", amateur, o incluso para evitar la imagen mental de cobertura mínima o reducida que la idea de "radio local" evoca. Por otra parte, en diversas intervenciones parlamentarias, las preguntas o dudas planteadas en torno a la radio local siempre hacen referencia a la radio municipal. "Hasta hace poco, la cuestión de base era si es o no es local la radio catalana (o la de cualquier otro punto de España). Actualmente, en el último trimestre de 2002, la pregunta sería si conviene o no que la radio catalana sea local. (...) Es decir, para sobrevivir, la radio comercial catalana se ve obligada a prescindir del localismo y reducirlo, si conviene, al ámbito de los contenidos. Ante la ambigüedad del término, la radio prefiere (como todo el sector comunicativo en general) utilizar el término proximidad" (RABADAN; BONET; GUIMERÀ, 2003: 218). La radio privada catalana (como la española y parte de la europea) ha tenido que sacrificar el localismo para conseguir la cobertura más amplia que le permite sobrevivir.

Local es el único adjetivo que no se refiere a una división política o administrativa concreta (a diferencia de *municipal, autonómica o estatal*). Lo único en lo que todo el mundo parece coincidir es que menciona una realidad radiofónica de menor alcance, casi el último peldaño (o el primero,

según se mire) de la escalera de alcance territorial. Decir que una radio es local es tan frecuente y, al mismo tiempo, tan ambiguo, como decir que es *europaea*. Por ello, gran parte del éxito del término *proximidad* reside en el hecho de que es nuevo, no tiene reminiscencias de otros tiempos y permite una imagen mental un poco más perfilada de la nueva realidad comunicativa: la del localismo por la vía de los contenidos. Si gracias a satélites e Internet, el mundo está en nuestras manos, venga de donde venga el mensaje, ¿qué es lo que hace que un oyente lo sienta o no próximo?

### Globalismo, redes y proximidad

Gran complejidad la que envuelve al sector radiofónico, que no sólo debe combinar el localismo con la rentabilidad económica sino que ha de lidiar con nuevos términos, nuevas realidades: el globalismo, la proximidad y la red.

Entre las múltiples interpretaciones que tiene el vocablo, podríamos considerar el globalismo como el nombre de la nueva etapa del proceso de internacionalización iniciado hace muchos años. Todas estas realidades tienen su contraste, la otra cara de la moneda. Curiosamente, para internacionalización, transnacionalización, mundialización, globalización, etc. lo opuesto es casi siempre local. La ya famosa consigna para definir el encuentro de estos opuestos, el *glocalismo*, sigue siendo: *think globally, act locally*. Pero esta consigna es claramente determinista puesto que traslada la interpretación del mundo a un centro, global, mientras que los localismos sólo pueden actuar, aplicar lo que ya se ha decidido; el auténtico debate sería saber si el mundo global puede interpretarse desde el localismo. "Aunque los medios de comunicación están interconectados a escala global y los programas y mensajes circulan en la red global, no estamos viviendo en una aldea global, sino en chalés individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente" (CASTELLS, 1997: 374).

En esta sociedad-red que, a propuesta de Castells y otros teóricos, estamos construyendo, la concepción e interpretación del mundo, así como el proceso comunicativo, están presenciando un cambio generacional que no siempre los medios clásicos saben interpretar correctamente (a veces, ni siquiera lo detectan). Internet y los móviles, como se ha

**Tabla 1. Número de frecuencias de radio en Cataluña (1999-2004)**

<i>Emisoras</i>	<i>OM</i>	<i>FM 2004</i>	<i>Totales</i>
Públicas institucionales (CCRTV y RTVE)	9 (todas de RNE)	240(171 de la CCRTV y 69 de RNE)	249
Municipales	1 (COM)*	220	221
Otras**		80	80
Sector privado	12	94 (+ Plan Piloto)***	106

Fuente: elaboración propia a partir de los capítulos "La radio" y "La comunicación local" del Informe de la comunicación en Cataluña 2001-2002, emisoras localizadas en la Guía de la Radio [en línea] <<http://www.guiadelaradio.com>>; COMEmisores [en línea] <<http://www.comemissores.com>>; Federación de Organismos y Entidades de Radio Local de Cataluña [en línea] <<http://www.fedcatradio.org>>; Dirección General de Medios Audiovisuales [en línea] <<http://www.gencat.es/dgrtv>> [consultas: abril de 2004], y conversaciones personales con personas del sector.

\* Somos conscientes de que no resulta muy ortodoxo poner una OM en el apartado de municipales pero: a) en cuanto a cobertura, Ràdio Sabadell nació local; b) como programación, COMRàdio está concebida con un patrón de corte municipalista.

\*\* Las emisoras calificadas como otras son iniciativas radiofónicas de signo diverso (asociativas de todo tipo y libres/piratas, así como algunas educativas).

\*\*\* No existe una lista oficial que haga referencia al Plan Piloto, pero algunas listas "no oficiales", por supuesto, apuntan que podrían ser ya un centenar de frecuencias.

visto claramente a raíz de los atentados del 11-M, son nuevas fuentes de información, también de intoxicación, pero sobre todo son una alternativa. Si, por ejemplo, las emisoras piratas difunden vía herciana, son locales. En Internet dejan de ser piratas, ilegales pero... ¿dejan de ser locales?

La proximidad (el localismo por la vía de los contenidos) incluida en una época en la que la red (emisión en cadena) se convierte en herramienta indispensable de producción radiofónica para la supervivencia, podría corresponderse con lo que Castells (1997:29) explica sobre la esquizofrenia de los nuevos tiempos: "Nuestras sociedades se estructuran cada vez más en torno a una posición bipolar entre la red y el yo". Una esquizofrenia que también se vive en la radio, con la necesidad de emitir en cadena y llegar a grandes audiencias y la constante fragmentación y especialización de estas audiencias. El localismo "tradicional" es un gran fragmentador de audiencias por la vía de la cobertura; por este motivo lo nuevo, la proximidad, obedece más a los tiempos actuales, los de la fragmentación por la vía de los valores, la ideología, los gustos, la interpretación del mundo. Cuando la oferta es tan amplia y, gracias a las

tecnologías, el mundo está a nuestro alcance en pocos segundos, los criterios de elección de la audiencia varían.

### **Cataluña, donde todos los modelos son posibles**

Si tuviéramos que explicar (y no es fácil) cómo está la radio local en Cataluña, tendríamos básicamente tres opciones:

- a) realizar un recuento de frecuencias y hablar de tiempos de (des)conexión;
- b) sugerir modelos, una tipología, una tímida aproximación;
- c) iniciar una investigación para saber por qué sienten, o no, próximas las emisoras los y las oyentes catalanes.

De las tres, poco más espacio nos queda para repasar las dos primeras, si bien constatamos la necesidad de nuevas líneas de investigación sobre el ámbito local/próximo<sup>4</sup>. Intentaremos esbozar ahora la situación de la radio catalana actualmente. Pedimos disculpas de antemano por si no ofrecemos la máxima precisión, pero algunas listas aún no son oficiales. Desde el punto de vista cuantitativo, cuanto más penetramos en la normalidad, más difícil es

## Taula 2. Emisoras municipales de Cataluña 2004

<i>Emisoras municipales (220)</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Otras</i>	<i>Total</i>
Consortiadas sólo a COM	82	+17 + 7 otras + OM	COM = 107
Federadas sólo a la Federación de Organismos y Entidades de Radio Local de Cataluña	53	+ 17 + 8 otras	Federación = 78
Pertenecientes a ambas (COM i Federació)	17		
No pertenecientes a ningún grupo	68		

Fuente: elaboración propia a partir de COMEmissores [en línea] <<http://www.comemissores.com>>; Federación de Organismos y Entidades de Radio Local de Cataluña [en línea] <<http://www.fedcatradio.org>>; Dirección General de Medios Audiovisuales [en línea] <<http://www.genocat.es/dgrtv>> [consultas: abril de 2004 sobre una lista actualizada por última vez el 19 de febrero, según una consulta directa realizada a la DGMA].

Nota: Hemos sumado a COM y a la Federación las diecisiete que forman parte de las dos. Además, hemos añadido a COM la OM, antigua Ràdio Sabadell, y siete emisoras más que no son municipales. A la Federación se le añaden las ocho emisoras que no son municipales (tanto en un caso como en otro, son asociativas).

saber "oficialmente" cuántas frecuencias pululan por nuestro éter. Entre el Plan Piloto (que no sólo incluye a las privadas sino también a COMRàdio) y las piratas, las asociativas de todo tipo, etc. faltan listas. Faltan listas y un buen plan que otorgue a muchas emisoras un marco legal definitivo. Por otra parte, sin lugar a dudas, Cataluña es el mejor observatorio de estudio de la radio y sus variantes. No nos falta de nada.

Desde el punto de vista cuantitativo, de frecuencias, hace años que las cifras se mantenían, especialmente en el sector privado, desde la última concesión a partir del Real Decreto de 1997. Con una mínima variación por ajustes, hablamos en Cataluña de las cantidades mostradas en la tabla 1.

Entre las municipales y las asociativas de signo diverso (no contamos las piratas) se encuentran el centenar de frecuencias consortiadas a COMRàdio y las ochenta unidas a la Federación de Radios Locales de Cataluña. Se trata, en cualquier caso, de la muestra más genuina de lo que podría entenderse por radio local pública, si bien con matices, ya que ni una ni otra son, stricto sensu, radios. COMRàdio no es una radio sino una marca programática creada y gestionada por un organismo público, la Agencia de Comunicación Local<sup>5</sup>, surgida con no poco revuelo a mediados de los años noventa y que siempre defiende que no emite en cadena (prohibido por ley<sup>6</sup>), sino que ofrece, a

las emisoras municipales y asociativas que lo deseen, la posibilidad de conectar con su satélite y reemitir sus programas. Por su parte, la Federación, en la misma línea de gestión de programas, ofrece a sus emisoras federadas la posibilidad de elegir programas (que denominan catálogo de programación de apoyo) para completar sus programaciones locales, ofrecidos a través de diversos convenios con Catalunya Ràdio, Catalunya Cultura, las emisoras federadas, el Grupo Estrader Nadal (World Wide Radio) y la también empresa privada Fritz Hermann (que gestiona también el envío de los programas a las emisoras y les ofrece servicios de asesoramiento, de grabación de indicativos, etc.).

En relación con el sector privado, el Plan Piloto ha variado sustancialmente el precio de las frecuencias únicas, hasta hace poco perseguidas y tentadas por casi todas las grandes cadenas. Si se puede conseguir una frecuencia que sea de momento poste repetidor, no hace falta pagar a un asociado. Esto ha propiciado que algunos pequeños propietarios abandonaran los acuerdos y montaran con la frecuencia "tradicional" asociada y algunas del Plan Piloto una mini cadena. De este nuevo fenómeno han surgido tres pequeñas cadenas musicales, dos catalanas (Styl FM y Gum FM) y una de origen andorrano pero con presencia también en Cataluña (Pròxima FM). Styl FM parte de la frecuencia que, en Manresa, estaba asociada hasta hace

poco a Flaix FM. Gum FM parte de las emisoras asociadas a Ona Catalana del valle de Arán y La Ribagorça, del grupo Catalana i Aranesa de Telecomunicacions. Finalmente, Pròxima FM es del grupo andorrano R7P; R7P Ràdio nació en 2001 y a finales de 2003 lo que se conocía como R7P Fórmula se convirtió en Pròxima FM que emite en Andorra y compró la frecuencia de La Seu d'Urgell a Ràdio Valira. Las tres son radios musicales.

La tabla 3 expone, de forma breve pero clara, la oferta de la radio privada catalana a principios de 2004.

Somos conscientes de que aquí falta una oferta, la de Kiss FM, pero todo parece indicar que muy pronto dejará de oírse en el éter catalán (salvo si alcanza un acuerdo con alguien).

Con toda sinceridad, sin saber si el Plan Piloto se consoli-

dará o no, o de qué forma lo hará, no querríamos hacer más comentarios ni previsiones, sin contar con más datos, más allá de lo que, de momento, supone una recuperación de lo local pero gracias a programaciones musicales, con locución en catalán, eso sí, y el dato del estudio del CAC sobre escucha de emisoras locales como segunda opción de la audiencia catalana<sup>7</sup>.

Finalmente, poco podemos decir de la radio digital local aparte de que en noviembre de 2003 se dieron a conocer los ganadores del concurso (convocado el 8 de agosto) para 48 concesiones de ámbito comarcal y supracomarcal en las comarcas de Barcelona (12 programas), comarcas de Tarragona (6 programas), Montsià-Baix Ebre (6 programas), Gironès (6 programas), Segrià (6 programas), Bages (6 programas) y Osona (6 programas).

**Tabla 3. Oferta de la radio privada catalana (2004)**

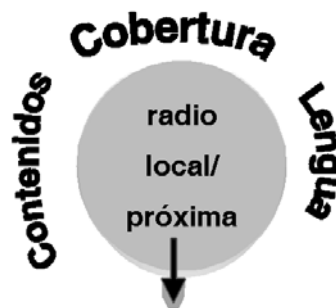
<i>Nombre</i>	<i>Oferta</i>
SER	SER Convencional, 40 Principales, M80 Ràdio, Màxima FM, Dial
COPE	COPE Convencional, Cadena 100
Onda Cero Rambla	Onda Cero Rambla, Hit Ràdio
R. Salut-Europa FM	Europa FM
RKOR-R. Intereconomia	Ràdio Intereconomia
RAC	RAC1, RAC105
Ona Catalana	Ona Catalana, Ona Música
Flaix	Flaix FM, Ràdio Flaixbac
RM Radio	RM Radio, Radio Tele-Taxi
Ràdio Estel	Ràdio Estel
Gum FM	Gum FM
Styl FM	Styl FM
Pròxima FM	Pròxima FM
Segre Ràdio	Segre Ràdio
Ràdio Marina	Ràdio Marina
Ràdio Club 25	Ràdio Club 25
Xtra-FM*	Xtra-FM

Fuente: elaboración propia.

\* Xtra-FM es la frecuencia de La Jonquera que la COPE intercambiará con Onda Rambla en el año 2002. Junto con unos socios holandeses, explotan esta nueva marca con el objetivo inicial de conseguir una clientela exclusivamente formada por turistas, básicamente del norte de Europa.

## Modelos de guía mejor que tipologías

Sin saber, como indicábamos, si el nuevo panorama radiofónico cuajará o no, más que tipologías de radios locales, deseáramos ofrecer en esta ocasión un modelo de guía que nos sirva para orientarnos mejor ante este ecosistema comunicativo que, como decía Castells, se mueve entre el yo y la red. Y qué mejor, hablando de radio, que señalar a la red como forma consolidada de colaboración o relación entre emisoras. Una red que puede entrelazarse a base de conexiones voluntarias u obligatorias, de compartir programas puntualmente o de forma permanente. Valga este esquema como conclusión de este breve informe.



*Relación con otras radios (de la misma empresa o no)*

- Auténticamente local, por cobertura y/o contenidos (muchas pequeñas emisoras son locales pero musicales).
- Local por desconexión (se recupera así la cobertura original o por cesión de tiempo):
  - de la red autonómica y/o
  - de la red estatal.
- Local por desconexión publicitaria (siempre o en ciertos puntos horarios).
- Por conexión (modelo COM, conexión voluntaria a satélite).
- Por compra o intercambio de programas producidos por otras radios locales.

A menudo encontramos más de uno de estos modelos al mismo tiempo. Por ejemplo, de una cadena estatal, desconexión autonómica, desconexión local y desconexiones sólo para publicidad.

## Notas

- 1 Sólo hay nueve emisoras comarcales en OM en toda España: EAJ-1 Ràdio Barcelona (SER), EAJ-2 Radio España de Madrid (actual cabecera de Cadena Ibérica), EAJ-3 Radio Valencia (SER), EAJ-5 Radio Sevilla (SER), EAJ-7 Radio Madrid (SER), EAJ-8 Radio San Sebastián (SER), EAJ-15 Radio España de Barcelona (concesión original a Ràdio Associació de Catalunya que más tarde quedaría en manos de la familia Rato y ahora es OCR en Barcelona), EAJ-29 Radio Intercontinental de Madrid y EAJ-101 Radio Zaragoza (SER).
- 2 Sector público de dimensiones superiores a la media europea, sector privado en manos de los mismos empresarios, aparición de más y nuevos medios en un mercado publicitario que no crecía.
- 3 Recomendamos la lectura de Manuel Chaparro referenciada en la bibliografía para entender mejor este tipo de radio.
- 4 Recomendamos, para conocer más a fondo cómo ha evolucionado en Cataluña la investigación sobre la comunicación local, la valiosa aportación del profesor de la UAB Josep Àngel Guimerà referenciada en la bibliografía.
- 5 Recordemos que COM es una iniciativa del Consorcio de la Comunicación Local, formado por la Diputación de Barcelona, la Mancomunidad de Municipios del Área Metropolitana (formada por 31 municipios) y 98 ayuntamientos más, así como el EMUC (Emisoras Municipales de Cataluña). El Consorcio creó, a finales de 1994, la ACL (Agencia de Comunicación Local) para que gestionara la programación y todo tipo de actividades referidas a la comunicación local.
- 6 El punto 3 del artículo 3 de la *Ley 11/1991, de 8 de abril, de Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radiodifusión Sonora* dice: "Las emisoras a que se refiere la presente Ley podrán emitir simultáneamente un mismo programa de elaboración propia o producido por otras emisoras de titularidad pública, respetando lo establecido en el apartado anterior, y sin que en ningún caso puedan formar parte de cadenas de radiodifusión sonora".
- 7 El CAC destaca ya en los resultados de su encuesta que en las preguntas sobre las diversas radios, los *no sabe/no contesta* alcanzan porcentajes considerables que a veces superan el 60%. Y otro dato: se habla de radios locales, pero los encuestados no las identifican (o no se expresa en este estudio). Además, los porcentajes correspondientes a *otra cadena* son, en ocasiones, considerables (más del 20 y el 30%) y tampoco se identifican. Ciertamente, esto no hace más que corroborar lo que ya se sabe desde hace mucho tiempo: las encuestas radiofónicas, sobre todo la EGM, siempre perjudican a la radio local, dada la concepción de cobertura estatal con que se preparan muchos de estos trabajos (no todos, por supuesto). En el momento de cerrar este artículo, ha aparecido ya el nuevo "EGM catalán" que parece que ha de aportar datos más precisos (salió el día 13 de abril).



## Bibliografía

BONET, M. *La ràdio espanyola en el context dels grups de comunicació. Evolució de la indústria radiofònica 1924-1994*. Tesis doctoral. Bellaterra: Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. UAB. 1995. ISBN: 84-490-0532-9 (edición microfotográfica).

BONET, M. "La ràdio privada a Catalunya: implantació geogràfica i rendibilitat econòmica". En: *Treballs de Comunicació*. Barcelona: Sociedad Catalana de Comunicación, octubre 1998, núm. 9, p. 87-132. ISSN: 1131-5687.

BONET, M. *La transformació de la ràdio local a Catalunya. Perspectives de futur*. Barcelona: Colegio de Periodistas, Diputación de Barcelona, 2000. (Colección Ones i Bits; 3). ISBN: 84-930384-5-8.

CASTELLS, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1: La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial, 1997. ISBN: 84-206-4247-9.

CHAPARRO, M. "La radio asociativa y comunitaria: otro concepto de radio". En: MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; MORENO, E., (coordinadores). *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel, 2004, p. 293-320. ISBN: 84-344-1299-3.

FAUS, A. "La radio privada". En: AA.VV. *Situación 1990/1. Informe sobre la información en España 1990*. Bilbao: Servicio de Estudios Banco Bilbao Vizcaya, 1990, p. 179-194. ISSN: 02143-2273.

GUIMERÀ, J. A. *Elements teòrics i metodològics per a una anàlisi de l'estructura i les polítiques de la comunicació local a Catalunya (1978-2001)*. Trabajo de investigación del doctorado. Bellaterra: Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. UAB. 2002.

MARTÍ, J.M. "La programación local en radio: Formatos y tendencias". Ponencia presentada en el Seminario La radio local en España: Tendencias, organizado por la UIMP. Cuenca, 1994.

PRADO, E. "El nuevo sistema radiofónico y la configuración del Estado: la sintonía de la radio española". En: VV.AA. *Comunicación social 1994/Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Madrid: Fundesco, 1994, p. 235-239. ISBN: 84-8112-032-4.

RABADAN, V.; BONET, M.; GUIMERÀ, J. A. et al. "La comunicació local". En: COROMINAS, M.; MORAGAS, M., (editores). *Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002*. Bellaterra, Castellón de la Plana, Barcelona, Valencia: Universidad Autónoma de Barcelona Servicio de Publicaciones, Publicaciones de la Universidad Jaume I, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Valencia Servicio de Publicaciones, 2003, p. 213-230. ISBN: 84-490-2308-4.