

## **Las radios comunitarias tras la nueva Ley de Comunicación Audiovisual**

Elvira Calvo<sup>1</sup>

### **Resumen**

Los medios del tercer sector o medios alternativos tienen una larga trayectoria en el panorama audiovisual y en defensa del derecho a la información y la libertad de expresión. A pesar de estar reconocidos por organismos internacionales como la ONU, lo cierto es que los estados les niegan su respaldo legal. Reino Unido es la excepción. En España, la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual, aprobada en 2010, los respalda. Sin embargo, un año y medio después de su aprobación, la realidad es otra bien diferente. El presente artículo hace un recorrido histórico y legal de los llamados medios del tercer sector y se centra en las radios comunitarias españolas y en los principales problemas a los que se enfrentan.

### **Palabras clave**

Medios del tercer sector, Radios comunitarias, Ley Audiovisual.

### **Abstract**

The media of the Third Sector or alternative media have a long way in the audio-visual panorama and in defense of the right to the information and the freedom of expression. In spite of being recognized by international organizations as the UN, the certain thing is that the conditions deny his legal support to them. United Kingdom is the exception. In Spain, the new General Law of the Audio-visual Communication, approved in 2010, endorses them. Nevertheless, one year and a half after its approval, the reality is different. The present article does a historical and legal tour of the so called means of the third sector and centres on the community Spanish radioes and in the principal problems which they face.

### **Keywords**

Media of the third sector, community Radios, Audio-visual Law.

---

<sup>1</sup> Elvira Calvo es doctora en Periodismo y, desde 1997, profesora del Departamento de Periodismo II de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Correo electrónico: [ecalvogu@ccinf.ucm.es](mailto:ecalvogu@ccinf.ucm.es)

## Índice

1. Introducción. 2. Marco legal de los medios comunitarios españoles. 2.1. Anteproyecto de Ley. 2.2. Ley General de la Comunicación Audiovisual. 2.3. Reglamento General de prestación de los servicios de comunicación audiovisual comunitaria. 3. Radios comunitarias españolas: situación actual. 4. Conclusiones. 5. Bibliografía y Documentación.

### 1. Introducción

Los medios del tercer sector de la Comunicación o alternativos pueden definirse como medios de comunicación no lucrativos y responsables ante la comunidad a la que pretenden servir. También conocidos como medios comunitarios o medios de comunicación sin ánimo de lucro, tienen como función principal realizar un servicio a su comunidad y reúnen las siguientes características:

1. Están gestionados por organizaciones sociales privadas que buscan una finalidad social. En su mayoría, están dirigidos por ciudadanos comprometidos y creativos, interesados por las tareas sociales.
2. Orientados a satisfacer las necesidades de comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de las personas integrantes de comunidades determinadas, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses, ante las cuales son responsables.
3. Crean cohesión, dan identidad, fomentan comunidades y preservan la diversidad cultural y lingüística. Abiertos a la participación lo más amplia posible respecto la propiedad del medio y el acceso a la emisión, así como a las diversas decisiones de programación, administración, operación, financiación y evaluación.
4. Contribuyen al objetivo de mejorar los conocimientos de los ciudadanos sobre los medios a través de su participación directa en la creación y distribución de contenidos.
5. No deben tener fines de lucro ni realizar proselitismo religioso ni político.

La actividad de estos medios apareció por primera vez en América Latina en la década de los cuarenta como movimiento de protesta en una mina de cobre y, más adelante, se desarrolló en Norteamérica en los años cincuenta.

A Europa Occidental saltaron en los años sesenta y setenta con la intención de ofrecer contenidos alternativos en contraste con los canales públicos de radiodifusión que tenían que seguir normas estrictas sobre contenidos fijadas por el Estado. Con la liberalización de las telecomunicaciones en los años ochenta, algunas iniciativas del Tercer Sector de la Comunicación obtuvieron personalidad jurídica. Desde entonces, el sector ha ido adquiriendo mayor reconocimiento de forma lenta pero segura en Europa Occidental.

La falta de licencias convierte la Red en la única alternativa. La aparición de Internet ha impulsado la creación de medios de comunicación alternativos. Canales de televisión, radios y publicaciones online han buscado refugio en la web.

Sin embargo, una de las principales debilidades es la falta de reconocimiento legal en muchos ordenamientos jurídicos nacionales, a diferencia de los medios privados y comerciales. Uno de los ejemplos positivos es el Reino Unido, donde sí están reconocidos jurídicamente.

En junio de 2008 el Parlamento Europeo elaboró el “Informe sobre los medios del tercer sector de la Comunicación”. Un año más tarde, en 2009, la Comisión Europea debatió una comunicación sobre los indicadores del pluralismo de los medios y mencionó a los medios del tercer sector como una alternativa a la pluralidad informativa.

Tener una situación jurídica oficialmente reconocida es importante para el desarrollo de los medios del tercer sector, puesto que les permite ganar importancia entre los responsables de la formulación de políticas y entablar relaciones con posibles anunciantes u organismos de financiación. Sobre la base de las normas actualmente en vigor, los Estados miembros deberían hacer uso de la posibilidad de definir las obligaciones de transmisión en sus ordenamientos jurídicos para incluir a estos medios. Dichas obligaciones deben ser razonables de acuerdo con los objetivos claramente definidos de interés general. Estos objetivos incluyen, entre otras cosas, libertad de expresión, pluralismo mediático, diversidad cultural y lingüística e inclusión social.

La diversidad cultural y el pluralismo mediático pueden ser utilizados por las autoridades nacionales para evaluar la necesidad que tienen los operadores de incluir servicios de radiodifusión específicos en sus redes. En el entorno digital, también es importante garantizar que las herramientas, como las guías electrónicas de programación, incluyan en sus listados los medios alternativos disponibles.

En febrero de 2011, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) celebró un Foro Social en Dakar (Senegal)<sup>2</sup>. Allí se puso de manifiesto, una vez más, que la comunicación es un derecho de las comunidades. Su presidenta, María Pía Matta, advirtió de que un problema mundial es "la excesiva concentración de la propiedad de los medios de comunicación", y dijo que en la actualidad la convergencia tecnológica es al mismo tiempo una oportunidad y un peligro. Matta señaló que las políticas públicas deben ser democráticas y libertarias para todos los actores comunicacionales, y cuestionó que "muchas veces los Gobiernos y los Estados se eximen de la responsabilidad de regular de manera equitativa el sector de los medios de comunicación". En el Foro también se remarcó la excesiva concentración del capital transnacional que “especula con las frecuencias radioeléctricas en el mundo, lo cual supone un peligro para la existencia de más radios comunitarias, que abordan de manera crítica problemáticas que tienen que ver con la pobreza, el medio ambiente, la mujer, los jóvenes y sociedades marginadas, entre otros temas”. La Declaración final de la Asamblea por el Derecho a la Comunicación en el FSM puede leerse completa en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/2411>.

## 2. Marco legal de los medios comunitarios españoles

A pesar de que el Relator de la ONU para la Libertad de Expresión, Frank La Rue, propuso en Ginebra (Suiza) el 3 de junio de 2010 que un tercio del dial debe reservarse para los medios sin ánimo de lucro<sup>3</sup>, en España las licencias de radio se suelen conceder, básicamente, siguiendo criterios comerciales de ahí el escaso número de emisoras

<sup>2</sup> <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/2299>

<sup>3</sup> <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/de-la-prensa/315-informe-del-relator-para-la-libertad-de-expresion-de-la-onu-necesario-reconocer-medios-comunitarios-de-acuerdo-a-14-principios-de-un-marco-regulatorio-democratico.html>

comunitarias que, tras mucho esfuerzo, han conseguido hacerse con una licencia. Las administraciones de las diferentes autonomías del Estado se niegan a permitir que colectivos sin ánimo de lucro ejerzan su derecho a comunicar, ya que consideran al espectro radioeléctrico (finito) como un espacio para llevar a cabo un negocio, no como un lugar donde ejercer el derecho a comunicar.

Los defensores del Tercer Sector de la Comunicación se amparan en:

- Constitución Española. Artículo 20.1.a: Se reconocen y protegen los derechos: A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.(...) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos. Artículo 19: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

*"Los medios de comunicación juegan un papel esencial en la construcción de una sociedad democrática y plural. Las radios comunitarias amplían el derecho a la comunicación, incluyendo el derecho a ser escuchado y no sólo a ser informado. La incidencia social de estos proyectos es intrínseca, ya que la mera existencia de los mismos democratiza las comunicaciones y establece una agenda ciudadana por parte de las organizaciones de la sociedad civil. El derecho a la información se inscribe en los contextos político, económico y social, y no sólo como la preocupación de los periodistas o peor, de las empresas mediáticas, dado que en la Constitución Española de 1978 no se especifica de ningún modo que la emisión de información sea menester único y exclusivo de los profesionales del periodismo y, mucho menos aún, de los grandes conglomerados mediáticos."* Miriam Meda González, Coordinadora General de la Red Estatal de Medios Comunitarios (ReMC).

La inmensa mayoría de los medios comunitarios en España no han conseguido licencia de emisión (a pesar de que muchos optaron a su concesión en numerosas ocasiones). Sin embargo, hay excepciones como Radio Klará (104.4 FM Valencia) o Tele K (canal 30 UHF) que no tiene licencia, aunque sí permiso para emitir.

### 2.1. Anteproyecto de la Ley

El Tercer Sector de la Comunicación se debatió en enero de 2010 en el Congreso de los Diputados a través del Anteproyecto de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, donde se incluyeron los siguientes artículos que afectan a los medios comunitarios:

- Anexo: Otra de las novedades de esta ley es el reconocimiento del derecho de acceso a los servicios de comunicación electrónica en condiciones plenas de interactividad, las emisiones en cadena de los servicios de comunicación radiofónicos y los servicios de comunicación audiovisual comunitarios concebidos únicamente sin finalidad comercial.
- Art.2 Están excluidos del ámbito de aplicación de esta Ley sin perjuicio de las obligaciones que les correspondan de acuerdo con esta Ley:
  - c) Las comunicaciones audiovisuales sin carácter económico, a excepción de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin finalidad

comercial del artículo 32 de esta ley, así como los servicios que no constituyan medios de comunicación en masa, es decir, que no estén destinados a una parte significativa del público y no tengan un claro impacto sobre él, y en general cualesquiera actividades que no compitan por la misma audiencia que las emisiones de radiodifusión televisiva. En particular, están excluidos del alcance de la ley los sitios web de titularidad privada y los que tengan por objeto contenido audiovisual generado por usuarios privados.

- Art. 4.1 Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios tanto públicos, comerciales como comunitarios, a la existencia de una diversidad de fuentes y de contenidos y la existencia de diferentes ámbitos de cobertura. Esta prestación plural debe asegurar una comunicación audiovisual cuya programación incluya distintos géneros y atienda a los diversos intereses de la sociedad, especialmente cuando se realice a través de prestadores de titularidad pública y de servicios de comunicación sin ánimo de lucro.

- Art. 32 Servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro'

1. Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual que ofrezcan contenidos dirigidos a atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como a fomentar la participación ciudadana, la vertebración del tejido asociativo y el desarrollo local y comunitario. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial.

2. La Administración General del Estado debe garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

3. La prestación de este tipo de servicios requiere licencia previa. En dicho título se establecerán las condiciones que aseguren su naturaleza sin finalidad comercial, pudiendo establecerse el uso compartido de un mismo canal así como las condiciones de dicho uso. La adjudicación de la licencia lleva aparejada la concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico disponible para la prestación del servicio.

4. Las entidades prestadoras de estos servicios deberán justificar la procedencia de sus fondos, así como el desglose de gastos e ingresos, si los hubiere. La autoridad audiovisual establecerá un sistema de evaluación de gestión financiera y un registro específico para el depósito de su memoria económica. Sus gastos de explotación anuales no podrán ser superiores a 100.000 euros en el caso de la televisión, y de 50.000 euros en el caso de la radio.

5. Las entidades titulares de los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro deberán acreditar el pago de cuantos derechos, cánones o tasas se deriven de su actividad.

## 2.2. Ley General de la Comunicación Audiovisual

El anteproyecto se convirtió en la Ley General de la Comunicación Audiovisual tras su aprobación en el Congreso el 18 de marzo de 2010 (tras seis años de debate) y entró en vigor un mes y medio después, el 1 de mayo. En ella se recogen los siguientes aspectos:

- Fija el marco regulador del sector audiovisual y se compromete a crear el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA), un organismo regulador que tendrá carácter sancionador y competencias sobre la concesión y retirada de frecuencias.
- Establece el derecho de los operadores a poner en marcha canales de pago, limitándolo a un 50 por ciento de los canales concedidos a cada licencia.
- Prohíbe la emisión de pornografía o violencia gratuita en abierto.
- Prohíbe la publicidad de alcohol y los anuncios de cirugía estética.
- Prohíbe los anuncios de esoterismo en horario infantil y refuerza el control parental en las emisiones de pago.
- Prohíbe la reciprocidad en las emisiones de cadenas autonómicas en comunidades limítrofes.
- Creará una Agencia Estatal de Radiocomunicaciones que persiga a las radios piratas, unas 3.000 (A diferencia de las comunitarias, aquéllas sí buscan el lucro).
- Limita la emisión de publicidad a 20 minutos cada hora (12' de anuncios convencionales, 5' de autopromoción, 3' de telepromoción).
- Permite que las cadenas privadas en abierto no tengan que dar gratis su señal a las plataformas de cable y satélite (sólo afectará a TVE y las cadenas autonómicas).
- Establece que el 60% de la obligación de financiación deberá dedicarse a películas cinematográficas. De este importe, al menos el 50 por 100 deberá aplicarse a obras de productores independientes.
- Respecto a la exclusividad en los derechos de eventos, como los partidos de fútbol, la Ley protege el derecho a la información de todos los ciudadanos como "derecho prioritario" y fija límites a la exclusividad en función de criterios de interés general.
- Además, los anunciantes no podrán vender sus productos dentro de series o programas infantiles, lo que se conoce como "emplazamiento de producto".

## 2.3. Reglamento General de prestación de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios

La Comisión Permanente del Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información publicó, el 25 de noviembre de 2010, el Proyecto de Real Decreto por el que se aprobaba el Reglamento General de prestación de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro<sup>4</sup>, con el fin de cumplir los últimos trámites para su promulgación.

El anteproyecto, que se dictaría al amparo de la competencia del Estado en materia de normativa básica sobre medios de comunicación social reconocida en el artículo 149.1.27 de la Constitución, suponía un revulsivo legislativo en el marco de los medios del tercer sector al ser la primera vez que se aborda la regulación de este tipo de televisiones y radios.

Diez & Romeo, un gabinete jurídico especializado en tecnologías de la información

---

<sup>4</sup> El Proyecto de Real Decreto puede consultarse en <http://www.ondacolor.org/descargas/reglamentecnservcatsi2010.pdf>

y comunicación, delitos informáticos, comercio electrónico y legislación audiovisual efectuó un análisis exhaustivo del proyecto de Reglamento que se reflejó en un Informe Técnico publicado el 14 de diciembre de 2010<sup>5</sup>. El texto legal establece que la prestación de este tipo de servicios requiere la previa obtención de licencia, otorgada mediante el procedimiento de concurso público convocado y resuelto por el órgano competente de la Comunidad Autónoma. Eso sí, una vez que el Ministerio de Industria efectúe la debida planificación de frecuencias para este servicio, según explica Jaime Rodríguez, director del departamento de derecho audiovisual del bufete.

Las licencias habilitantes para la prestación de servicios de comunicación audiovisual comunitaria se otorgarán por un plazo de 15 años y los contenidos que se emitan serán siempre en abierto, limitando bastante la emisión de comunicaciones comerciales. Con respecto a la convocatoria, todas las licencias disponibles deberán ofrecerse simultáneamente. Es decir, si el Ministerio asigna 7 canales de radio o televisión para Madrid, la Comunidad autónoma deberá sacar a licitación todos y cada uno de ellos. Los mejores proyectos serán los seleccionados de entre tres grandes bloques: (i) Programación, (ii) viabilidad económica, (iii) viabilidad técnica; y (iv) la idoneidad en la atención de las necesidades específicas de grupos sociales determinados.

El Real Decreto establece límites a los gastos de explotación y un control económico importante por las comunidades autónomas. En este sentido establecerán un sistema de evaluación de gestión financiera y un registro específico para el depósito de la memoria económica que deberán presentar los adjudicatarios.. No obstante, estos gastos podrán ser superiores si la autoridad de la comunidad autónoma lo autorizara. Una de las características más importantes es el régimen transitorio que se establecerá. En primer lugar, las entidades de radio y televisión que realicen emisiones de conformidad con la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información, con una antigüedad al 1 de enero de 2009, podrán seguir emitiendo en el mismo ámbito territorial de cobertura en el que lo venían haciendo. Así, con esta nueva reglamentación se dará finalmente cabida a las entidades sin ánimo de lucro que verán una nueva oportunidad de legalizar su actividad sin estar en un estado de continua alerta por la posible imposición de sanciones. La aplicación de la Ley en materia de medios alternativos recaía en la Comisión Permanente del Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.

### **3. Radios comunitarias españolas: situación actual**

La Ley General de la Comunicación Audiovisual ha supuesto un espaldarazo a las radios comunitarias que, durante años, han sido incluidas en el mismo saco que las conocidas emisoras "pirata", empresas con fines comerciales que emiten sin licencia. Si bien este reconocimiento supone el punto de partida para poder seguir trabajando, plataformas como AMARC (Asociación Internacional de Medios Comunitarios), ReMC (Red Medios Comunitarios), o Radios Lliures, han llamado la atención ante una posible normativa que coarte la labor de este tipo de medios.

Y no es para menos puesto que el proyecto de Real Decreto que establece el reglamento técnico sobre el cual deben funcionar, presenta algunos problemas o restricciones. Uno de los mas importantes es el límite de la potencia de emisión que se establece en el artículo 10. Muchas radios comunitarias trabajan con una potencia de entre 250 y 500w, sin embargo, el reglamento establece una potencia de 5w para poblaciones de

---

<sup>5</sup> <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/2061>

mas de 100.000 habitantes (lo que supone un alcance de 1 km), y 1w para las mas pequeñas debido a la saturación del actual espectro de radiofrecuencias, lo cual les permitiría llegar sólo al 20% de la población del término municipal desde el que emitan.

La Ley prohíbe la emisión de publicidad en medios comunitarios; sin embargo, aún no se han dispuesto mecanismos de control adecuados lo que deja en lugar indeterminado la utilización de contenidos publicitarios para obtener fondos para las asociaciones.

Otro punto muy criticado de la Ley es el establecimiento de un tope para los gastos por explotación, que para las emisoras radiofónicas se ha establecido en 50.000 euros anuales. Este tope económico, que ningún otro tipo de asociación sin ánimo de lucro sufre, influye directamente en la capacidad de inversión de las asociaciones en la mejora de los contenidos, ya que a pesar de no estar legisladas hasta el momento, sí que deben hacer frente a los mismos gastos que cualquier otra plataforma: gastos de alquiler, agua, luz, materiales, equipos técnicos, sueldo de personal contratado... Además de la consecuente cuota a la SGAE (43 euros/mes)<sup>6</sup> si emiten música o contenidos con derechos de autor. Con el objetivo de evitar este último sobrecoste muchas de las emisoras comunitarias optan por los contenidos bajo licencia copyleftcreative commons.

Para la mayoría de estas plataformas, cuyos ingresos provienen de las cuotas de los socios, patrocinios o fondos recaudados a través de fiestas y conciertos, el tope económico sólo busca limitar su crecimiento y profesionalización. Punto de vista que comparte la AERC (Asociación Española de Radiodifusión Comercial) para la cual "el tope de gastos anuales para las radios comunitarias marcado por la Ley es una manera de limitar su funcionamiento a su vocación radiofónica" al limitar su financiación.

Desde el momento que se publicó el reglamento que rige la radiofonía del tercer sector existe un periodo transitorio que permite seguir emitiendo a todas aquellas emisoras que estuvieran en funcionamiento antes de 1 de enero de 2009 y cumplan los requisitos que la ley dispone sobre radios comunitarias: estar sustentadas por asociaciones sin ánimo de lucro y contar con una emisión ininterrumpida. La problemática ha saltado a los medios de comunicación convencionales en cuatro comunidades autónomas: la Comunidad Valenciana, Galicia, Canarias y País Vasco.

Según el último EGM de 2010, la radio es un medio en alza, con 22,4 millones de seguidores. Pero La oferta de radios comerciales, generalistas y musicales, aumenta. También las radios comunitarias, a través de asociaciones sin ánimo de lucro que *“llean las ondas con programas que acercan la cultura de la calle al ciudadano: la música de esos grupos que están empezando, los estilos que en otras emisoras no suenan, las ideas y actividades de las asociaciones culturales que enriquecen cada rincón de una ciudad, un pueblo o un barrio, debates políticos con otras perspectivas. Y así, tantos programas, tantos estilos y tantos contenidos diferentes como ganas de comunicar”* (Información.es, 13 de enero de 2010)<sup>7</sup>.

#### ▲ Comunidad Valenciana

En este mismo artículo, la autora Ana Cubillo, recoge las radios comunitarias de la Comunidad Valenciana: la provincia de Alicante cuenta con varias emisoras comunitarias pioneras en la difusión de contenidos alternativos y libres de los intereses económicos que

<sup>6</sup> <http://www.furilo.com/archivos/acoso-de-la-sgae-a-las-radios-libres/> y <http://laregionperdida.blogspot.com/2006/02/la-sgae-extorsiona-radios-libres-y.html>

<sup>7</sup> <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/2151>



determinan los contenidos publicitarios. Inundando la FM destacan , Artegalia Radio, en la capital; al sur de la provincia, Vega Baja Radio (7w), con veinticinco años de historia recién cumplidos; al norte, La Mistelera, asentados en La Xara (Denia); y Radioaktiva de Alcoy, además de otras que emiten sólo por Internet como Planeta Mestizo, TNT radiorock, Marea Rock o Estación Argentina. La Generalitat en la Comunidad Valenciana no las reconoce y, en todo caso, las considere “radios de proximidad”, pese a que la única emisora comunitaria con licencia de España tenga su sede en Valencia y emita desde 1982, Radio Klara.

#### ▲ Galicia

El 7 de abril de 2011, la Xunta de Galicia sacó a concurso todas sus frecuencias disponibles en FM (84). La convocatoria explicita que todas y cada una de ellas serían destinadas a usos comerciales lo que dejó fuera a las radios comunitarias gallegas, algunas de ellas con varias décadas de emisión como Cuac FM. Las voces en contra no se hicieron esperar, especialmente tras la Ley General de la Comunicación Audiovisual que, supuestamente, las ampara.

En el caso particular de Cuac FM, sus emisiones se verán severamente afectadas por una emisora que salió a Concurso en El Ferrol, con una potencia radiada aparente de 4000 vatios en el 103.2 de la fm, tan sólo a dos puntos del 103.4 del dial que llevan ocupando 15 años. Cuac FM intentó (y sigue haciéndolo) hace meses y en dos ocasiones, concertar una reunión con los máximos responsables de la Xunta de Galicia en la materia, a fin de tratar de forma previa a la convocatoria del concurso aquellos extremos que afectan a los medios comunitarios. Lamentablemente, y pese a cursar las solicitudes por escrito y siguiendo los cauces procedimentales oportunos, no recibieron respuesta. El BNG e IU la respaldaron solicitando a la Xunta mas apoyo a las radios comunitarias.

#### ▲ Canarias

El 12 de mayo de 2011, alrededor de un centenar de personas protestaron frente a la sede del Gobierno de Canarias contra el concurso de licencias radiofónicas convocado unos meses atrás y que sólo se licitó a radios comerciales, excluyendo a radios comunitarias como Radio Guinguada, que corre el riesgo de desaparecer tras 26 años de emisiones.

#### ▲ País Vasco

En el dial FM de la Comunidad Autónoma Vasca la ciudadanía solo puede acceder a medios públicos (estatales, autonómicos y municipales), que cuentan con 124 puntos de emisión, o a medios comerciales que tienen 36 puntos (35 descontado la de Orain SA suspendida por orden judicial). En varias demarcaciones también pueden acceder a radios comunitarias sin ánimo de lucro, pero carentes de respaldo legal, como Tas Tas. Las licencias de buen número de emisoras locales han pasado a manos de grandes cadenas estatales mediante compra o acuerdos de asociación. La pluralidad de las grandes cadenas está solo en el grado de afinidad con uno de los dos partidos políticos estatales mayoritarios. Pero la pluralidad y diversidad ha de medirse, también, por otros parámetros. El Gobierno vasco prevé sacar a concurso público las 34 frecuencias que le asignó el Plan Técnico Nacional de 2006. Actualmente, hay 36, todas comerciales.

## 4. Conclusiones

Los llamados medios del tercer sector o medios alternativos constituyen una oferta informativa al margen de los medios convencionales caracterizados por su parcialidad y sus objetivos comerciales. Con más de medio siglo de historia, estos medios se han erigido en la voz de los sectores más marginados por lo que se presentan como plataformas alternativas realmente democráticas. La saturación de frecuencias ha hecho que muchos de ellos encuentren en Internet el cobijo ideal.

A pesar de su larga trayectoria y su reconocimiento oficial, la inmensa mayoría carece de respaldo legal, motivo por el que se les incluye en el mismo saco que a los medios piratas.

Tener una situación jurídica oficialmente reconocida es importante para el desarrollo de estos medios. A pesar de ser reconocidos por organismos internacionales y estar legitimados por algunas legislaciones nacionales, lo cierto es que en la práctica siguen viviendo en el limbo legal. Sobre la base de las normas actualmente en vigor, los Estados miembros deberían hacer uso de la posibilidad de definir las obligaciones de transmisión en sus ordenamientos jurídicos para incluir a estos medios. Dichas obligaciones deben ser razonables de acuerdo con los objetivos claramente definidos de interés general. Estos objetivos incluyen, entre otras cosas, libertad de expresión, pluralismo mediático, diversidad cultural y lingüística e inclusión social.

La diversidad cultural y el pluralismo mediático pueden ser utilizados por las autoridades nacionales para evaluar la necesidad que tienen los operadores de incluir servicios de radiodifusión específicos en sus redes. En el entorno digital, también es importante garantizar que las herramientas, como las guías electrónicas de programación, incluyan en sus listados los medios alternativos disponibles (Sáez Baeza, 2008: pp. 83-84).

En España, a pesar de estar avalados por la Constitución y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y tras la reciente aprobación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, que la contemplaba, los medios alternativos están viendo mermada su capacidad de comunicar y de trabajar por la comunidad a la que sirven. La Ley no les protege tanto como debería o como esperaban. La inmensa mayoría de los medios comunitarios en España no han conseguido licencia de emisión (a pesar de que muchos optaron a su concesión en numerosas ocasiones).

Europa tampoco es diferente. Recientemente, la Comisión Europea (CE) ha solicitado aclaraciones a ocho estados miembros sobre su implementación de la directiva comunitaria de servicios de medios de comunicación audiovisuales, conocida como AVMS. Bruselas ha enviado cartas con el fin de obtener más detalles a Austria, Chipre, Estonia, Alemania, Hungría, Letonia, Lituania y Luxemburgo, y les ha pedido que respondan en un plazo máximo de diez semanas. El envío es un esfuerzo por garantizar que las leyes nacionales sobre medios de comunicación incluyen correctamente los aspectos de la directiva AVMS.

## 5. Bibliografía y documentación

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), *Programa de legislaciones y Derecho a la Comunicación*. <http://legislaciones.item.org.uy/index> [Consulta: 28 agosto 2011].

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. [http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40\\_Principios\\_diversidad\\_pluralismo\\_libro.pdf](http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40_Principios_diversidad_pluralismo_libro.pdf) [Consulta: 28 agosto 2011]

BOE, nº 79, 1 de abril de 2010, Ley General de la Comunicación Audiovisual: <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> [Consulta: 5 julio 2011]

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS, *Anteproyecto de la Ley de la Comunicación Audiovisual*, Diario de Sesiones, 7 de enero de 2010: [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L9/CONG/DS/CO/CO\\_457.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L9/CONG/DS/CO/CO_457.PDF) [Consulta: 5 julio 2011]

EXPANSIÓN, 1 de septiembre de 2010: <http://www.expansion.com/agencia/efe/2011/09/01/16464091.html> [Consulta: 12 agosto 2011]

PARLAMENTO EUROPEO (Junio/2008): *Informe sobre los medios del tercer sector de la comunicación*: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0263+0+DOC+XML+V0//ES#title2> [Consulta: 6 julio 2011]

RED DE MEDIOS COMUNITARIOS (ReMC): <http://www.medioscomunitarios.net/> [Consulta: 5 agosto 2011]

SÁEZ BAEZA, Chiara (2008). *Tercer sector de la comunicación, Teoría y praxis de la televisión alternativa*. Tesis doctoral: <http://www.alterinfos.org/spip.php?article2741> [Consulta: 14 julio 2011]