

CONCENTRACIÓN Y DEPENDENCIA EN LA RADIO PRIVADA ANDALUZA (1982-2008)

Luis Arboledas¹
(Universidad de Granada)
larboledas@ugr.es

Resumen: El objetivo de este texto es analizar la evolución de la radio privada en Andalucía desde la constitución del primer gobierno autónomo. El artículo tiene en cuenta la dimensión política y económica de este desarrollo; en especial, se examinan las sucesivas adjudicaciones de licencias radiofónicas como elementos cruciales para comprender el proceso de concentración que se observa en la industria radiofónica andaluza y el carácter marginal de las emisoras locales independientes.

Palabras clave: Industria radiofónica, políticas de comunicación, concentración, estructura del sistema audiovisual, espacios de comunicación.

Abstract: The aim of this text is to analyze the evolution of the private radio in Andalusia from the constitution of the first autonomous government. The article bears in mind the political and economic dimensions of this development; especially, we examine the different allocations of radio licenses as central elements to understand the process of concentration that is observed in the Andalusian radio broadcasting industry and the marginal character of the local independent stations.

Keywords: radio industry, communication policies, concentration, audiovisual system, communication spaces.

1. INTRODUCCIÓN

La radio ha vivido un proceso de expansión constante en Andalucía en el último cuarto de siglo gracias a las sucesivas ampliaciones de la banda en frecuencia modulada (FM). En 1981 la radio privada disponía de 19 concesiones en FM en la comunidad andaluza y en 2008 esa cifra se eleva a 162. Mientras que la población ha aumentado en este período en un 27%, el número de licencias radiofónicas ha crecido en casi un 900%.

Esta explosión, empero, no se corresponde ni con el mercado ni con la audiencia ni con el papel que se le otorga frente a los demás medios; la radio sigue desempeñando un rol secundario respecto a la televisión y a la prensa. A pesar de ello, hay más emisoras que nunca y siguen apareciendo nuevas hasta el punto de que algunos expertos señalan la saturación el dial (Martí y Bonet, 2006).

¹El autor agradece a Montse Bonet y David Fernández Quijada las amables y pertinentes sugerencias que han hecho a este texto.

220 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

En el ámbito académico ese carácter secundario de la radio se traduce en una cierta postergación como materia de análisis o de debate; es el “medio invisible” como acertadamente lo denominaron hace ya años Lewis y Booth (1992).

El presente artículo se concibe como un modesto intento dirigido a romper esa invisibilidad del medio radiofónico y, por otro lado, recoge la propuesta de Díaz Nosty (1999) en defensa de estudios que contribuyan a la formulación teórica de un espacio andaluz de comunicación.

Nuestro propósito es analizar la evolución de la radio privada en Andalucía entre 1982 y 2008; es decir, desde la constitución del primer gobierno autonómico. Esta investigación se basa en los datos recabados para la elaboración de la tesis doctoral defendida por el autor en la Facultad de Comunicación y Documentación de Granada.

2. OBJETIVOS, METODOLOGÍA, FUENTES Y MARCO TEÓRICO

El objetivo inicial de este estudio es conocer cómo se ha configurado el sector privado de la radio en Andalucía; dicho de otro modo: quiénes son los propietarios de las concesiones administrativas y quiénes explotan esas licencias. De forma complementaria, se pretende examinar la presencia de las cadenas nacionales y qué papel desempeñan en el mercado andaluz.

Para cumplir este objetivo es necesario responder a diversas cuestiones: ¿cómo se han otorgado las concesiones radiofónicas?, ¿qué criterios han utilizado los gobiernos?, ¿esos criterios han garantizado el pluralismo o han favorecido la concentración de las licencias en pocas manos? y, por último, ¿qué estrategias han aplicado las empresas en este escenario de ampliación del mapa radiofónico?

La unidad básica de análisis es la concesión administrativa, concebida como el elemento central sobre el que se asienta el modelo radiodifusor español. En este sentido, existe cierto consenso acerca del carácter determinante ejercido por el poder político en su triple condición de legislador, otorgante y concesionario (Fernández y Santana, 2000). Otros autores subrayan que, durante el período analizado, el Estado ha actuado como una suerte de arquitecto del sistema y a través de sus decisiones arbitrarias se ha ido construyendo la estructura radiofónica (Martí y Bonet, 2006).

Las herramientas metodológicas elegidas son el análisis documental –de todo tipo de fuentes públicas: normas legales, decisiones de gobierno, diarios de sesiones de los Parlamentos, prensa, publicaciones especializadas y bibliografía– y las entrevistas personales a directivos y profesionales con estrecha vinculación a la industria radiofónica andaluza. Estas entrevistas permiten paliar la opacidad que existe en el sector y en las propias Administraciones, hasta el punto de que la Junta de Andalucía eliminó en 2002 el Registro Oficial de Empresas Radiodifusoras.

El presente análisis se ha inspirado en las corrientes críticas, empezando por su origen: la Escuela de Frankfurt y siguiendo por formulaciones posteriores, en especial, la Economía Política de la Comunicación y el enfoque europeo representado por los estudios sobre las industrias culturales.

Una constante en estas perspectivas es la idea de que lo económico no se puede analizar por separado de lo político; como subraya Wasko (2006), es crucial entender las interrelaciones entre las industrias de la comunicación, el Estado, otros sectores económicos y las bases del poder real. Hesmondhalgh (2002), por su parte, sintetiza las aportaciones de la Economía Política y del enfoque sobre industrias culturales y considera que éste supone una vía de acercamiento más adecuado que aquélla porque enfatiza algunos conceptos tales como las contradicciones y específicas condiciones de las industrias culturales, las tensiones entre producción y consumo o información y entretenimiento.

Tras la crisis padecida en los años ochenta, las perspectivas críticas y, en concreto, la Economía Política de la Comunicación se han revalorizado como enfoques pertinentes para analizar los procesos de concentración, la transnacionalización, la expansión del mercado o las transformaciones del sistema de producción. En este sentido, McChesney considera que, a principios del siglo XXI, se trata de un subcampo interesante pero sin definir por completo, aunque observa ciertos paralelismos a ambos lados del Atlántico como la tendencia a realizar estudios más conectados a la realidad empírica y con menos énfasis en la innovación teórica (Almiron y Segovia, 2008).

De manera complementaria, relacionamos el estudio del sistema radiodifusor andaluz con la corriente dedicada al análisis de los espacios o ámbitos de la comunicación. Se trata de una perspectiva teórica con un notable desarrollo en algunas comunidades autónomas, especialmente en Cataluña, que sirve como modelo incluso para otras regiones del continente europeo (Jones, 2007).

Desde este punto de vista, el análisis de un determinado espacio comunicativo representa una aproximación a su estructura; es decir, los operadores y su compleja maraña de relaciones políticas, económicas, tecnológicas y sociales. En palabras de Reig (1998), ocuparse de la estructura informativa es interesarse por los entresijos de los medios de comunicación, lo que está oculto al público en general.

Estas perspectivas críticas cuentan con una amplia tradición en el acervo investigador español pero, en consonancia con el carácter de “medio invisible” atribuido a la radio, son escasas las investigaciones centradas en el medio radiofónico. No obstante, como subraya Jones (2002), a finales del siglo XX se observa una producción que está cubriendo “huecos injustificables” gracias a un conjunto de estudios, cuyo denominador común es su carácter “exhaustivo”.

Por lo que se refiere al presente artículo, constituyen una referencia obligada estudios como los de Bonet (1995) o Vallés Copeiro del Villar (2000); son también imprescindibles algunas obras que, desde una perspectiva crítica, analizan el

222 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

sistema comunicativo español (Bustamante y Zallo, 1988; Reig, 1998; Fernández y Santana, 2000; Bustamante, 2002); el andaluz (Aguilera, Méndiz y Castillo, 1999) y, por supuesto, los informes anuales dirigidos por Díaz Nosty entre 1989 y 2006, en especial los dos dedicados específicamente a la comunidad autónoma andaluza (1999 y 2002).

3. LA RADIO PRIVADA EN ANDALUCÍA ANTES DEL AUTOGOBIERNO

Hacia 1980 la radio privada disponía de 37 licencias –19 en frecuencia modulada (FM) y 18 en onda media (OM)–, integradas en las dos grandes cadenas privadas nacionales: SER y COPE. Radio Córdoba y Radio Linares, ambas propiedad de la familia Algarra, se incorporaron en estos años a la SER tras abandonar la alianza que habían mantenido con la Compañía de Radio Intercontinental (CRI).

El régimen democrático confirmó la distribución de licencias en OM heredada del franquismo e inició la ampliación del mapa radiofónico en la banda de la FM, de acuerdo con las asignaciones de frecuencias establecidas por los organismos internacionales.

La primera ampliación se hizo al amparo del Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia aprobado en 1979 (*BOE*, 18-06-1979), que contemplaba el reparto de 300 nuevas licencias en toda España. A través de esta simple figura del Plan Técnico se ratificó el modelo de radio privada en España basado en la concesión administrativa.

El Plan se dividió en dos fases y la primera fue la única que correspondió en exclusiva a la Administración central; para la segunda fase las competencias en materia de adjudicación se habían transferido ya a cuatro comunidades autónomas –Cataluña, País Vasco, Andalucía y Galicia. En Andalucía se repartieron 20 y 37 frecuencias, respectivamente.

La primera fase del Plan Técnico Transitorio se adjudicó a finales de 1981 por el gobierno central, controlado por la Unión del Centro Democrático (UCD). Estas licencias permitieron el nacimiento de dos nuevas cadenas nacionales (Antena 3 y Radio 80) así como la ampliación de otra (Rueda Rato), lo que se tradujo en una ruptura del oligopolio heredado del franquismo.

Tabla 1. Plan Técnico de 1979. 1ª Fase. Frecuencias, empresas adjudicatarias y cadenas en Andalucía.

CIUDAD	FREC.	ADJUDICATARIO	1ª CAD.	CAD. 2008
ALMERÍA	87,9	MEDIOS DE DIFUSIÓN ANDALUCES	ANTENA 3	SER
CÁDIZ	103,7	FEDERICO JOLY	ANTENA 3	SER
CÓRDOBA	88,3	MEDIOS DE DIFUSIÓN ANDALUCES	ANTENA 3	SER
SEVILLA	101,5	PRENSA ESPAÑOLA	ANTENA 3	SER
CÓRDOBA	89,7	RUEDA RATO	RUEDA RATO	OCR
GRANADA	92	MUINMO	RUEDA RATO	OCR
MÁLAGA	90,9	MUINMO	RUEDA RATO	OCR
SEVILLA	95,9	RUEDA RATO	RUEDA RATO	OCR
GRANADA	89,3	COMPAÑÍA ANDALUZA DE R. Y T.	RADIO 80	SER
MÁLAGA	100,6	COMPAÑÍA ANDALUZA DE R. Y T.	RADIO 80	SER
SEVILLA	94,8	COMPAÑÍA ANDALUZA DE R. Y T.	RADIO 80	SER
CÁDIZ	102	EDITORIAL SEVILLANA	NO INSTALADA	COPE
HUELVA	101,2	EDITORIAL SEVILLANA	R. ANDALUCÍA	OCR
SEVILLA	102,4	EDITORIAL SEVILLANA	R. ANDALUCÍA	SER
HUELVA	100,5	SER	SER	SER
MÁLAGA	93,1	SER	SER	SER
TORREMOLINOS	102,8	ALBERTO MACHADO (R. GRANADA)	SER	SER
JAÉN	92,5	ALBERTO MACHADO (R. GRANADA)	LOCAL	SER
SEVILLA	103,6	INFOR. Y PUBLIC.	RADIO 16	SER
ANDÚJAR	92,9	ANTONIO FLORIDO SOSA (R. JAÉN)	LOCAL	SER

Fuente: Elaboración propia.

Las adjudicaciones no se publicaron en el *BOE* porque el gobierno argumentó que se trataba de licencias provisionales y era necesario esperar hasta que fueran definitivas; por consiguiente, sólo se conoció la relación escueta de beneficiarios a través de una respuesta parlamentaria y su posterior difusión a través de la prensa de la época (*El País*, 08-05-1982).

Diversos autores (Franquet, 1988; Martínez Gallego y Bas Portero, 2000; Bustamante, 2006) han destacado las relaciones de afinidad de algunas de las empresas más beneficiadas con el gobierno de la UCD o bien la presencia de funcionarios que intervinieron en el proceso y que mantenían algún tipo de relación con los adjudicatarios.

En las semanas posteriores a la adjudicación de las 120 primeras licencias, los partidos de la oposición denunciaron que el gobierno de la UCD había actuado de manera discrecional, que el concurso se había realizado sin transparencia y sin control parlamentario y que las concesiones respondían a intereses partidistas o a relaciones de amiguismo.

Entre las 20 licencias correspondientes a las provincias andaluzas destacan las 3 concesiones a Editorial Sevillana, la empresa editora de *El Correo de An-*

224 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

andalucía y propiedad del Arzobispado de Sevilla. La primera emisora se abrió en Sevilla con el indicativo de Radio Andalucía y el propósito inicial era configurar una cadena netamente regional, pero el proyecto fracasó muy pronto por falta de financiación y por mala gestión empresarial.

Tampoco duró mucho la aventura de Radio 80, que se integró en Antena 3 un par de años después de su nacimiento. Este proceso parece indicar que estaba pensado de antemano (Franquet, 1988). Por otro lado, la fugaz ruptura del oligopolio se relaciona con los estrechos límites del mercado publicitario que parece admitir un límite máximo de tres cadenas comerciales (Díaz Nosty, 1993).

Tras la fusión entre Antena 3 y Radio 80, la empresa resultante tenía más de una concesión en algunas ciudades –especialmente en grandes capitales como Madrid o Sevilla–; el concurso que regulaba las adjudicaciones prohibía esta circunstancia pero el gobierno autorizó la operación. Esta actitud permisiva desvela su posición favorable a la concentración empresarial (Prado, 1994).

4. AUTOGOBIERNO Y POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EN ANDALUCÍA

En 1982 el panorama general de los medios de comunicación en Andalucía era preocupante por las graves carencias que se observaban y por el desequilibrio que existía entre las escasas noticias que se contaban de la región frente a la presión informativa del centro político, de Madrid. Éste fue el diagnóstico que realizó el propio gobierno andaluz y que tomó como base para su política de comunicación (*Diario de Sesiones*, núm. 3, 1982).

Para contrarrestar esta situación se anunciaron medidas tales como impulsar una programación específicamente andaluza en la radio y televisión pública estatales, potenciar la agencia oficial EFE en la región y ampliar el sector radiofónico privado. Para poner en marcha esta política de comunicación la Junta creó la Dirección General de Comunicación Social y potenció la oficina del portavoz.

En el ámbito estrictamente radiofónico, la política de la Junta se dirigió en tres sentidos: a) en referencia a la radio pública, se firmaron acuerdos con RTVE para impulsar la programación regional a través de Radiocadena Española (RCE); luego se intentó la regionalización de esta cadena, pero las negociaciones fracasaron; de manera paralela se fue preparando la radio televisión autonómica (RTVA), que empezó a funcionar en 1989; b) en referencia a la radio privada, la Junta asumió de manera inmediata las competencias con el fin de adjudicar las 37 frecuencias correspondientes al Plan Técnico Transitorio de 1979; c) al igual que en la radio pública, la Junta impulsó programas específicamente regionales a través de convenios con las cadenas privadas; primero con la SER y luego con la Rueda Rato; el convenio con la SER suscitó una gran polémica entre los grupos de la oposición que denunciaron en el Parlamento el intento de control de los medios privados y su uso como instrumentos de propaganda al servicio del gobierno andaluz.

En términos generales, la política de comunicación aplicada por la Junta de Andalucía siguió los parámetros marcados por el gobierno central –controlado también por el PSOE–; en uno de los entonces frecuentes debates parlamentarios sobre la materia, el consejero de Gobernación, José M. Salinas Moya, reconoció que no habían inventado un modelo nuevo, lo habían copiado de la Administración central (*Diario de Sesiones*, núm. 67, 1984).

5. LOS PROCESOS DE ADJUDICACIÓN

La concesión de licencias radiofónicas suscitó un conflicto entre la Administración central y los primeros territorios que accedieron al autogobierno –País Vasco y Cataluña–; la cuestión se dirimió en los tribunales y la decisión final estableció que correspondía al gobierno central definir las posibles ampliaciones del mapa radiofónico, distribuir las concesiones entre las comunidades autónomas y realizar la preceptiva reserva de frecuencias; a las comunidades se les reconoció la capacidad para adjudicar las licencias.

Las sucesivas ampliaciones del mapa radiofónico en FM han permitido a los gobiernos andaluces repartir 130 licencias, de las que se deben eliminar 7 por diversas razones –porque no se llegaron a utilizar, porque fueron anuladas por anomalías administrativas o por sentencias judiciales–en total, pues, 123 nuevas frecuencias para el sector privado.

5.1. Concurso de 1984

La Junta de Andalucía aprobó el 27 de agosto de 1982 el Decreto que regulaba la concesión de emisoras comerciales en frecuencia modulada (FM) y decidió convocar el concurso para conceder las 37 nuevas licencias que le correspondían al amparo de la segunda fase del Plan Técnico Transitorio de 1979 (*BOJA*, 07-09-1982). El primer gobierno andaluz se había constituido apenas tres semanas antes bajo la presidencia del socialista Rafael Escuredo. En su discurso de investidura, el candidato Escuredo había incluido entre sus primeras medidas la asunción de las competencias para conceder nuevas emisoras de radio que reparasen “la quizás excesiva tendencia a la concentración que se observa” (*Diario de Sesiones*, núm. 3, 1982, 69-70).

El autogobierno andaluz asumió de manera inmediata las competencias en materia de radiodifusión pero las adjudicaciones se demoraron hasta 1984 (*BOJA*, 17-05-84 y 23-10-1984). En los resultados de este concurso se pueden distinguir dos grandes grupos de favorecidos: las cadenas nacionales y algunos de sus socios andaluces, que obtuvieron prácticamente la mitad de las licencias, y el cupo de particulares y empresas relacionados con una operación fraguada por el PSOE para crear una cadena propia, según denunciaron los grupos de la oposición.

226 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

Tabla 2. Plan Técnico de 1979. 2ª Fase. Frecuencias, empresas adjudicatarias y cadenas en Andalucía.

MUNICIPIO	FREC.	ADJUDICATARIO	CAD. 1985	CAD. 2008
EJIDO (EL)	91.3	R. INFOR. ALMERIENSE	R. RATO	OCR
ALGECIRAS	89.1	R. INFOR. GADITANA	R. RATO	OCR
JEREZ	90.3	R. INFOR. GADITANA	R. RATO	OCR
CÓRDOBA	91.4	R. INFOR. CORDOBESA	R. RATO	OCR
MARBELLA	97.4	R. INFOR. MALAGUEÑA	R. RATO	OCR
PUENTE GENIL	88.7	ERNESTO HERRERÍA GÓMEZ	R. RATO	OCR
BAZA	88.6	RAFAEL SALCEDO BALBUENA	R. RATO	OCR
MOTRIL	93.5	DIARIO DE GRANADA	R. RATO	OCR
ALCALÁ LA REAL	99	CARMEN NAVARRO MORENO	R. RATO	OCR
LINARES	98.4	VICENTE LÓPEZ ORTEGA	R. RATO	OCR
CARMONA	89.2	PEDRO PUJADA VIUSA	R. RATO	OCR
ROQUETAS MAR	106.1	RATO S.A.	R. RATO	OCR
MONTILLA	92.7	RATO S.A.	R. RATO	OCR
ÚBEDA	101.5	MIGUEL MATEO OCAÑA	R. RATO	SER
ALMERÍA	101.8	SER	SER	SER
PTO. STA. MARÍA	90.8	SER	SER	SER
GRANADA	92.8	SER	SER	SER
VÉLEZ-MÁLAGA	91.9	SER	SER	SER
GUADIX	101.8	RADIO GUADALQUIVIR	SER	SER
SANLÚCAR B.	88.8	RADIO JEREZ, SA	SER	SER
LA LÍNEA C.	90.2	AVANTE RADIO	SER	SER
BENALMÁDENA	101.1	RADIO ALGECIRAS, SA	SER	SER
ÉCIJA	95.4	ALGARRA, SA	SER	SER
RONDA	88.3	JUAN A. MATEOS COCA	R. COCA	SER
COÍN	91.4	ASOC. P. MINUSVÁL. COÍN	R. AZAHAR	SER
PALMA DEL RÍO	91.9	MANUEL MUÑOZ ROJO	R. PALMA	SER
ARCOS	88.5	ANTENA 3	A. 3	SER
AYAMONTE	93.1	ANTENA 3	A. 3	SER
ESTEPONA	93.3	ANTENA 3	A. 3	SER
MORÓN	100	ANTENA 3	A. 3	SER
ESTEPA	98.3	ECCA	COPE	SER
ANTEQUERA	89.8	ECCA	R. ECCA	SER
VILLACARRILLO	90.6	COPE	No INSTAL.	---
LEBRIJA	102.9	AYUNTAMIENTO	Ayto	---
UBRIQUE	101	AYUNTAMIENTO	Ayto	---
LUCENA	95.7	ANTONIO MARÍN MOSCOSO	R. LUCENA	R. LUCENA

Fuente: BOJA y elaboración propia.

Las adjudicaciones suscitaron una polémica que se prolongó durante años con frecuentes debates en el Parlamento andaluz, donde los grupos de la oposición denunciaron la “arbitrariedad”, el “partidismo” y la creación de una “cadena socialista” al servicio de la propaganda. La Junta de Andalucía rechazó estas acusaciones, aunque el entonces consejero de Gobernación, José M. Salinas Moya, reconoció que los adjudicatarios de varias concesiones tenían una ideología cercana a los socialistas y que se había intentado “reequilibrar” el mapa porque hasta entonces las licencias se habían otorgado a personas y empresas situadas ideológicamente a la derecha (*Diario de Sesiones*, núm. 83, 1985).

Lo cierto es que 12 concesiones se entregaron a militantes, personas interpuestas o testaferros con el fin de agruparlas luego bajo una única dirección para crear la cadena socialista. El resultado final, sin embargo, fue bien distinto porque esas 12 frecuencias acabaron integradas en la Rueda Rato merced a un acuerdo donde intervino como cabeza visible Emilio Martín, quien ya había participado en otras operaciones del PSOE relacionadas con la prensa. Martín y la familia Rato crearon empresas conjuntas para explotar las emisoras de radio (Tijeras, 1998).

Algunos pormenores de esta operación fueron desvelados públicamente por José M. Martínez Rastrojo, quien fue el máximo responsable de las finanzas de los socialistas andaluces entre 1988 y 1994 y administrador único de Prensa Sur entre 1991 y 1998, en esta empresa se agruparon los periódicos propiedad del PSOE. Según Martínez Rastrojo, las emisoras se integraron en la Rueda Rato a cambio de un alquiler mensual y Emilio Martín, persona de confianza del dirigente socialista Gaspar Zarrías, actuó como testaferro del PSOE. Los responsables de la Rueda Rato en Andalucía que se encargaron de montar todas aquellas emisoras señalan que Martín era “el hombre de la Junta de Andalucía para estos asuntos de la radio” (Arboledas, 2008).

En cuanto al grupo de las empresas radiofónicas, la más beneficiada fue la SER, que recibió de forma directa 6 frecuencias y sumó otras 3 otorgadas a algunos de sus socios andaluces; para Antena 3 fueron 4 licencias; la familia Rato obtuvo 2; otras 2 recibió la fundación ECCA (promovida por la Iglesia católica) y la COPE se tuvo que conformar con 1. El resto de concesiones fueron para ayuntamientos (2), ambos gobernados por el PSOE, lo que suscitó también las críticas de la oposición; para asociaciones no gubernamentales (2) y para algunos particulares (3).

A la hora de justificar las concesiones, la Junta de Andalucía argumentó que había perseguido ampliar el pluralismo y “reequilibrar” el sector mediante las concesiones otorgadas a “cadenas y emisoras alternativas”. Sin embargo, un par de años después de las adjudicaciones tan sólo 2 de las 35 licencias para empresas comerciales se mantenían como emisoras independientes; todas las demás se habían integrado en las cadenas nacionales existentes en ese momento. La más beneficiada fue la Rueda Rato que, gracias a su acuerdo con los testaferros del PSOE, consiguió una sólida posición en las ocho provincias andaluzas; la otra cadena más favorecida fue la SER, que se mantuvo como la cadena con más frecuencias en la región; en el lado contrario se situaron Antena 3, que sólo recibió 4 licencias, y, sobre todo la

228 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

COPE, que obtuvo de manera directa 1 sola frecuencia, aunque luego consiguió sumar como propia 1 de las adjudicadas a la Fundación ECCA.

Los grupos políticos de la oposición acusaron al PSOE de haber actuado de la misma manera que había hecho años atrás la UCD, con motivo del primer concurso; es decir, los socialistas fueron criticados por falta de transparencia y de control parlamentario, discrecionalidad y partidismo o amiguismo.

5.2. Concurso de 1989

La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) (BOE, 19-12-1987) supuso la confirmación del modelo mixto en la radio española. A continuación, el gobierno español decidió repartir casi 400 licencias en virtud de los acuerdos internacionales adoptados en 1984 en Ginebra y gracias a los cuales España había obtenido 2.000 nuevas frecuencias en la banda de la FM. El Plan Técnico de 1989 (BOE, 21-02-1989) fijó 66 concesiones para la comunidad andaluza; los concursos del gobierno central y de algunas comunidades autónomas (Andalucía o Valencia) se convocaron en los mismos días y se adjudicaron también de forma casi simultánea; en el caso andaluz, la decisión del gobierno se adoptó a principios de agosto y se publicó en septiembre (BOJA, 08-09-1989).

Estas decisiones adoptadas de forma paralela por varias Administraciones deben relacionarse con la llamada "Operación Arco Iris", planeada por dirigentes del PSOE y altos cargos del gobierno con el fin de crear una gran cadena nacional de inspiración socialista (Díaz Herrera, 1992; Bonet, 1995; Galiacho y Berbell, 1995; Fernández y Santana, 2000).

El procedimiento utilizado fue un calco del modelo seguido en Andalucía con motivo de las adjudicaciones de 1984: el primer paso fue la captación de militantes o simpatizantes y empresas afines que solicitaron las frecuencias; el siguiente paso fue la adjudicación generalizada de licencias en todos los territorios donde gobernaba el PSOE; a continuación esas concesiones debían integrarse en una única cadena nacional, pero el proyecto fracasó por diversos motivos y la planeada cadena socialista nunca se creó (Galiacho y Berbell, 1995).

De forma simultánea a la "Operación Arco Iris", representantes del gobierno mantuvieron negociaciones con la Organización Nacional de Ciegos (ONCE) y con la Asociación de Radios Independientes (ARI) para impulsar una red nacional; la ARI agrupaba a decenas de emisoras que estaban funcionando sin licencia y la ampliación de 1989 se presentaba como la oportunidad para legalizar su situación. Estas maniobras tampoco fructificaron pero la ONCE terminó creando su cadena mediante la compra directa de la Rueda Rato y la integración de buena parte de las licencias otorgadas a particulares y empresas relacionadas con estas operaciones (Díaz Herrera, 1992).

Estas operaciones fueron determinantes en el concurso convocado en Andalucía. Como en las adjudicaciones anteriores, la Junta reservó un cupo para las cadenas nacionales, entre las que repartió 16 licencias: la SER fue la más beneficiada con 7 frecuencias; la Rueda Rato recibió 4; Antena 3 consiguió 3 y la COPE, 2. Casi

todas las demás licencias (50) se otorgaron a adjudicatarios relacionados con las operaciones planteadas desde Madrid y a solicitantes que tenían el apoyo de sus respectivos ayuntamientos o respondían a intereses políticos locales.

Tabla 3. Plan Técnico de 1989. Frecuencias, empresas adjudicatarias y cadenas en Andalucía

MUNICIPIO	FREC.	CONCESIONARIO	1ª CADENA	CAD. 2008
NIJAR	88.8	SER	SER	SER
ALMONTE	95.6	SER	SER	SER
ÁLORA	93.9	SER	SER	SER
ARAHAL	99.0	SER	SER	SER
VEJER DE LA FRONTERA	106	TELESER	SER	SER
CABRA	102.1	TELESER	SER	SER
JÓDAR	95.3	TELESER	SER	SER
CÁDIZ	99.9	R. GUADALQUIVIR	SER	SER
LOJA	93.2	RADIO LOJA, S.A.	SER	SER
ADRA	100.4	R. GAVIOTA	SER	SER
ROQUETAS DE MAR	99	LA VOZ DE ALMERÍA RADIO	SER	SER
VILLANUEVA DE CÓRDOBA	93.5	PAROTEX, S.A.	SER	SER
ARACENA	93.3	R. SIERRA ARACENA, S.L.	SER	SER
LEPE	89.2	R. LEPE, S.A.	SER	SER
VÉLEZ-MÁLAGA	94.5	R. GIBRALFARO, S.A.	SER	SER
DOS HERMANAS	96.5	R. ESTRELLA VOZ NAZARENA	SER	SER
PILAS	105.5	RADIO DOÑANA, S.L.	SER	SER
BAEZA	98.9	ANTONIO GARRIDO GÁMEZ	SER	SER
CAZORLA	88.3	FCO. J. EXTREMERA PORTILLO	SER	SER
BAZA	89.2	ANTENA 3	ANTENA 3	SER
RONDA	88.9	ANTENA 3	ANTENA 3	SER
ALCAUDETE	92.5	ANTENA 3	ANTENA 3	SER
EJIDO (EL)	87.7	SEÑAL UNO COMUNICACIÓN, S.A.	ANTENA 3	SER
MOJÁCAR	91.8	RADIOTONA, S.A.	ANTENA 3	SER
ALMERÍA	104.1	S. INFORMATIVOS MEDITERRÁNEO	ANTENA 3	SER
AGUILAR DE LA FRONTERA	93.1	ALFONSO PÉREZ ROSA	ANTENA 3	SER
NERJA	93.3	ALEJANDRO BUENO LANTERO	COPE	---
GUADIX	99.8	COPE	COPE	COPE
BAILÉN	103.3	COPE	COPE	COPE
MOTRIL	95.2	R. ALAMEDILLA, S.A.	COPE	COPE
VILLAMARTÍN	95	JUAN A. RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ	COPE	SER
ALANÍS	98	RAFAEL DIÉGUEZ CARRANCO	OCR	COPE

230 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

ROTA	91.4	RATO, S.A.	Ocr	Ocr
PRIEGO DE CÓRDOBA	87.7	RATO, S.A.	Ocr	Ocr
HUÉSCAR	98.1	RATO, S.A.	Ocr	Ocr
ISLA CRISTINA	105.6	RATO, S.A.	Ocr	Ocr
VÉLEZ-RUBIO	102.2	ONDA ALCALÁ, S.A.	Ocr	Ocr
FUENGIROLA	101.6	R. PEÑAGOLOSA	Ocr	Ocr
LORA DEL RÍO	101	R. AMANECER ANDALUCÍA, S.A.	Ocr	Ocr
ALMUÑÉCAR	88.5	R. TORMES, S.A.	Ocr	Ocr
GRANADA	99.5	ALCAZABA COMUNICACIONES, S.A.	Ocr	Ocr
HUELVA	106.6	ABALAZZUAS, S.L.	Ocr	Ocr
MARBELLA	88.7	MEGAHERTZIOS, S.A.	Ocr	Ocr
SEVILLA	100.3	R. BLANCA, S.A.	Ocr	Ocr
ALGECIRAS	104.1	R. ALFA, S.A.	Ocr	Ocr
CÁDIZ	95.4	RADIO Y TECNOLOGÍA, S.A.	Ocr	Ocr
JEREZ DE LA FRONTERA	87.7	R. ANTENA DEL SUR, S.A.	Ocr	Ocr
CÓRDOBA	95.6	RADIOSISTEMAS, S.A.	Ocr	Ocr
JAÉN	93.3	EMISIÓN 7, S.A.	Ocr	Ocr
MÁLAGA	90.1	R. SUR 2000, S.A.	Ocr	Ocr
VALVERDE DEL CAMINO	90.2	HUELVA INFORMACIÓN, S.A.	Ocr	Ocr
HINOJOSA DEL DUQUE	106.5	ANTONIO CABALLERO ESQUINAS	Ocr	Ocr
PEÑARROYA-PUEBLONUEVO	90.2	LUIS M. RECOBER GARCÍA	Ocr	Ocr
MARTOS	94.7	R. LA LOMA, S.A.	O. OLIVA	SER
VILLACARRILLO	90.6	R. EL ADELANTADO, S.A.	O. OLIVA	SER
LINARES	89.3	RADIO CASTULO, S.A.	O. OLIVA	SER
POZO ALCÓN	91.8	LUIS GÁMEZ IRUELA	R. ANDALUCÍA ESTE	SER
OSUNA	97.7	TELECOMUNICACIÓN OSUNA, S.L.	CANAL 7	SER
LÍNEA DE CONCEPCIÓN	94.7	E. CAMPO DE GIBRALTAR, S.A.	R. ÁREA	COPE
SANLÚCAR BARRAMEDA	105.8	FCO. PAULLADA ALCÁNTARA	R. OCCIDENTAL	SER
ALBOX	104.3	R. ALMANZORA	R. ALMAZORA	SER
SEVILLA	106.9	PRODUCTORA BABILONIA	R. AMÉRICA	Ocr
GRANADA	102.5	P. ANDALUCES COMUNICACIÓN	R. ESTILO	SER
PUERTA DE SEGURA	96.4	RICARDO CASTILLO HUERTAS	R. SIERRA	R. SIERRA
ÉCIJA	106.5	LEONARDO MARTÍNEZ GARCÍA	R. ESPAÑA	---
CAROLINA (LA)	93.5	PUERTA ANDALUCÍA, S.A.	No instal.	---

Fuente: BOJA y elaboración propia

Como consecuencia de todo ello, 17 licencias se integraron en Andalucía en Onda Cero Radio (la cadena creada por la ONCE donde confluyeron casi todas las frecuencias que inicialmente se otorgaron por su relación con la ARI y con la

“Operación Arco Iris”) y otras 21 acabaron en las restantes cadenas nacionales; tan sólo 11 frecuencias nacieron y se mantuvieron cierto tiempo como emisoras independientes; y 1 licencia no se llegó a utilizar.

Las adjudicaciones de 1989 despertaron una enorme polémica en el ámbito nacional. Quienes se sintieron perjudicados presentaron centenares de recursos contra el gobierno central; uno de los demandantes fue Luis del Olmo, quien se sumó a las denuncias sobre la existencia de una operación urdida por componentes del ala guerrista del PSOE, que habían repartido las emisoras entre sus amigos; el conocido locutor de radio añadió que había más de 60 personas implicadas en el proceso y que este asunto era mucho más grave que el tráfico de influencias que se había denunciado en aquella época (Bonet, 1995; Fernández y Santana, 2000).

En Andalucía, sin embargo, la polémica fue escasa y se sustanció con una mera pregunta parlamentaria. El PP aprovechó las informaciones sobre el concurso del gobierno central para acusar a la Junta de partidismo y favoritismo y de haberse plegado a las órdenes dictadas por la dirección del PSOE. El gobierno andaluz se defendió señalando que ninguno de los ejemplos utilizados por la oposición correspondía a licencias otorgadas en Andalucía; negó la existencia de favoritismo argumentando que se habían aplicado criterios técnicos y no políticos y subrayó que las cadenas nacionales ya habían confirmado que estaban de acuerdo con el reparto y que no lo impugnarían (Arboledas, 2008).

La realidad, sin embargo, desmiente los argumentos esgrimidos por el gobierno andaluz y confirma las denuncias formuladas en su día. La frecuencia 104,1, correspondiente a Almería, por ejemplo, fue adjudicada a la empresa Servicios Informativos del Mediterráneo en la que figuraban como accionistas un mecánico, una ama de casa y un carpintero domiciliados en la localidad valenciana de Mislata y que habían conseguido también otra frecuencia en Alicante (*El País*, 02-08-1989). Esta empresa formó parte de la “Operación Arco Iris” y como tantas otras acabó en manos de Blas Herrero, el empresario que actuó como testaferro del PSOE en todo este proyecto (*El Mundo*, 21-03-2004). Como denunció el portavoz del PP en el Congreso de los Diputados, Luis Ramallo, estas empresas se habían creado pocos días antes del concurso, estaban controladas por muy pocas personas —entre ellas Blas Herrero— y muchas compartían incluso el mismo domicilio (Fernández y Santana, 2000).

La frecuencia correspondiente a Lora del Río fue adjudicada a Radio Amanecer de Andalucía, empresa donde eran accionistas la ONCE y Mariano Lázaro Montalvo, una de las personas que participó activamente en las maniobras para comprar emisoras que ya estaban en funcionamiento —la mayoría afiliadas a la ARI— con el fin de configurar la cadena que deseaba tener la Organización de Ciegos. Cuando se cerró la compra de la Rueda Rato y se puso en marcha Onda Cero Radio Lázaro Montalvo fue designado director de la nueva cadena. Desde antes de 1989 en Lora del Río ya funcionaba Radio Lora, emisora comercial sin concesión administrativa, impulsada por vecinos de la localidad y apoyada por el

232 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

Ayuntamiento hasta el punto de que las instalaciones estaban en dependencias municipales; a pesar de las promesas realizadas por personas de la Administración antes del concurso, esta emisora se quedó sin licencia; tiempo después el gobierno municipal ordenó su traslado a otra sede y, al final, terminó cerrando. Su promotor, Antonio Oliveros Rincón considera que Lázaro Montalvo recibió la licencia porque formaba parte de la operación promovida por la ONCE y la ARI, es decir, por una cuestión política (Arboledas, 2008).

Estos dos casos son una muestra del carácter determinante que tuvieron en Andalucía las operaciones políticas organizadas con el fin de distribuir las licencias radiofónicas entre particulares y empresas afines al PSOE o incluidas en el intento de la ONCE de configurar su cadena nacional, intento que en un principio había contado con el apoyo de una parte del gobierno central, pero al final esta opción fue desechada (Díaz Herrera, 1992).

En todos los territorios donde el PSOE estaba presente en el gobierno las empresas relacionadas con la "Operación Arco Iris" obtuvieron licencias; incluso en comunidades autónomas donde formaba parte de gobiernos de coalición –por ejemplo: País Vasco y Galicia, donde las empresas de Blas Herrero sumaron 5 concesiones–; todo lo contrario ocurrió en los territorios donde el PSOE no gobernaba: en Cataluña –gobernada por CiU–, por ejemplo, las empresas relacionadas con Blas Herrero no obtuvieron ninguna concesión; tampoco en Canarias, donde el gobierno era fruto de una alianza entre las Agrupaciones de Independientes de Canarias (AIC) y el Centro Democrático y Social (CDS); en esta comunidad la oposición denunció que habían recibido las licencias personas próximas a los partidos que controlaban el gobierno, acusación que el ejecutivo rechazó con vehemencia (Fernández y Santana, 2000).

5.3. Concurso de 2003

Un año después de ganar las elecciones generales, el PP decidió ampliar el mapa radiofónico argumentando la necesidad de reequilibrar el sector y el reparto de emisoras entre las comunidades autónomas, de manera que algunos territorios donde gobernaba el PP –Galicia (46) o Castilla León (52), por ejemplo– recibieron muchas más licencias que otros donde gobernaba el PSOE –Andalucía (26) o Extremadura (9)–. En septiembre de 1997 se aprobó otorgar 350 nuevas licencias (BOE, 13-09-1997) y de inmediato se suscitó un conflicto entre el gobierno central y la Junta de Andalucía porque ésta exigía disponer de más frecuencias para el territorio andaluz; el asunto acabó en los tribunales que, años después, ratificaron el número otorgado por el gobierno central.

Este conflicto retrasó las adjudicaciones en la comunidad andaluza. El proceso se inició en 2002 mediante la publicación de nuevo Decreto regulador de la radiodifusión en Andalucía (BOJA, 27-06-2002). El reparto se acordó un año y medio después (BOJA, 04-01-2004) y se observan algunas diferencias significativas respecto a los dos concursos anteriores: el PSOE no organizó ninguna operación para hacerse directamente con algunas de las frecuencias; las adjudicaciones

fueron todas para empresas, desaparecieron los particulares; por último, el grupo PRISA y sus socios andaluces fueron los grandes beneficiados, mientras que ninguna de las otras cadenas nacionales recibieron licencias de manera directa.

Tabla 4. Ampliación aprobada en 1997 y ejecutada en 2003. Frecuencias, empresas adjudicatarias y cadenas en Andalucía.

CIUDAD	FREC.	ADJUDICATARIO	1ª CADENA	CAD. 2008
TARIFA	92,8	SER	SER	SER
FERNÁN NUÑEZ	93,5	SER	SER	SER
LA CAROLINA	93,5	SER	SER	SER
PALMA DEL CONDADO	100,9	ANTENA 3 DE RADIO, SA	SER	SER
ARCHIDONA	100,1	ANTENA 3 DE RADIO, SA	SER	SER
MOJÁCAR	91,8	DOBLE ESPACIO COMU. Y MULTIMEDIA, SL	SER	SER
UBRIQUE	101	FEDERICO JOLY Y CIA., SA	SER	SER
BAENA	104,5	CANCIONERO, SL	SER	SER
MONTORO	104,7	PAROTEX, SA	SER	SER
ALHAMA GRANADA	100,4	RADIO GUADALQUIVIR, SA	SER	SER
PORCUNA	102,6	MULTIMEDIA JIENNENSE, SL	SER	SER
SANTISTEBAN D. PUERTO	91,6	RADIO JAÉN, SL	SER	SER
MORÓN DE LA FRONTERA	96,1	RADIO MORÓN, SL	SER	SER
OHANES	100	ANDALUCÍA ABIERTA RADIO, SL	P. RADIO	P. RADIO
CAMPILLOS	93,5	ANDALUCÍA ABIERTA RADIO, SL	P. RADIO	P. RADIO
POZOBLANCO	91,2	ANDALUCÍA ABIERTA RADIO, SL	P. RADIO	P. RADIO
NERVA	89,1	ANDALUCÍA ABIERTA RADIO, SL	P. RADIO	P. RADIO
HUELMA	94,2	HUELMA COMUNICACIONES, SL	P. RADIO	P. RADIO
ALCALÁ DE LOS GAZULES	92,7	COMUNICACIONES CANAL 19, SL	P. RADIO	P. RADIO
NERJA	93,3	PRENSA MALAGUEÑA, SA	P. RADIO	P. RADIO
ÉCIJA	106,5	DIARIO ABC, SL	P. RADIO	P. RADIO
LEBRIJA	102,9	RADIO LEBRIJA, SCA	P. RADIO	P. RADIO
HUÉRCAL OVERA	101,4	RADIO AMANECER, SA	ROCK&GOL	ROCK&GOL
CONSTANTINA	105,7	RADIO AMANECER, SA	ROCK&GOL	ROCK&GOL
ROSAL DE LA FRONTERA	97,7	RECOLETOS MEDIOS DIGITALES, SL	R. MARCA	R. MARCA
ALMADÉN DE LA PLATA	90,9	MEDIASUR PRODUCCIONES AUDIOVISUALES, SL	R. MARCA	R. MARCA
LANJARÓN	104,1	RADIO BLANCA (KISS FM)	KISS FM	KISS FM

Fuente: BOJA y elaboración propia.

234 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

En efecto, a partir de este concurso se puede interpretar un cambio de estrategia en el gobierno del PSOE; frente a las maniobras anteriores en busca de una cadena socialista a través de militantes, testaferros o personas interpuestas –operaciones que fracasaron–, en 2003 la decisión fue favorecer directamente al grupo de comunicación que desde hacía años se había identificado con las posiciones del PSOE: el grupo PRISA.

De manera complementaria se vieron favorecidos también algunos de los grupos locales que habían crecido al amparo de su alianza con la cadena SER: Radio Jaén, Multimedia Jiennense o Radio Morón. De las 27 licencias otorgadas, las empresas de la SER recibieron 5 y sus socios consiguieron 8; es decir, casi la mitad del total.

La Fundación Lara –dependiente del grupo Planeta– aparece como la segunda gran beneficiada de aquel concurso pues obtuvo 4 concesiones. Noticias difundidas en aquellos días subrayaron que Planeta había contado con la tarjeta de presentación de una antigua directiva de Canal Sur Radio, Mercedes de Pablo, quien pretendía poner en marcha una cadena de tipo cultural (*La Gaceta de los Negocios*, 31-12-2003). Lo cierto es que ese proyecto nunca se llegó a plasmar y la Fundación acordó con Vocento la cesión de las 4 frecuencias para el desarrollo de Punto Radio en Andalucía.

El grupo vasco había conseguido otras 2 licencias a través de sus diarios andaluces y sumó otras 3 mediante convenios de asociación con los beneficiarios iniciales, de manera que Punto Radio terminó ampliando de forma notable su presencia en tierras andaluces pues reunió 9 frecuencias en total.

Las 5 concesiones restantes se repartieron así: 2 para Radio Amanecer, que se integraron en Rock&Gol, la radiofórmula de música y deportes creada por la COPE y el grupo Zeta; 1 para Blas Herrero y sendas licencias para Recoletos y Mediapro, estas 2 frecuencias se integraron en Radio Marca.

Las concesiones de 2003 pasaron prácticamente desapercibidas frente a los encendidos debates parlamentarios que suscitaron las anteriores adjudicaciones. Un par de años después, el PP planteó en el Parlamento andaluz media docena de medidas para mejorar el sistema audiovisual andaluz; en el caso de la radio, el PP propuso modificar las normas reguladoras del régimen de concesión con el fin de garantizar los principios de transparencia, igualdad de oportunidades y libre competencia. El PSOE respondió que se habían respetado todos los principios y rechazó cualquier cambio (*Diario de Sesiones*, núm. 43, 2005).

Por otro lado, la inmediata integración en las cadenas nacionales de las frecuencias adjudicadas en 2003 ratificó el modelo basado en las grandes redes en detrimento de la radio local independiente.

6. CADENAS, POSTES REPETIDORES Y DEPENDENCIA ECONÓMICA

La radio privada heredada del franquismo era explotada, en términos generales, mediante una estructura empresarial muy poco sólida, nada acostumbrada a la competencia, que apenas invertía en sí misma y concentrada en un reducido grupo de propietarios; era, en suma, una radio de rentabilidad política que parecía atrofiada porque se desarrollaba en un mercado ficticio (Bonet, 1995).

A partir de los primeros años de la Transición, las empresas de comunicación debieron acomodarse a una nueva situación en la que primó el mercado. La política de la UCD –y luego del PSOE– favoreció la concepción mercantilista como paso obligado para la homologación con los países del entorno europeo. La radio, además, vivió aquellos años una auténtica explosión que se concretó en altos índices de credibilidad y en un crecimiento notable de la inversión publicitaria (Franquet, 1988).

Las empresas periodísticas decidieron ampliar su negocio a través de la radio, concebida como un eslabón obligatorio hacia la ansiada televisión privada y hacia la constitución de los grupos multimedia. El propósito –reconocido públicamente– de la UCD en el primer reparto de licencias fue facilitar la conversión de los diarios en empresas *multimedios* con el fin de mejorar la información y su situación económica (Beaumont, 1982).

Existe una cierta coincidencia entre los investigadores (Bustamante y Zallo, 1988; Bonet, 1995) a la hora de incluir la ampliación de emisoras en FM y la subasta de los antiguos diarios falangistas como dos factores fundamentales sobre los que se asentó la transformación del sistema comunicativo español y se definieron las bases para su acelerado proceso de concentración.

Desde el primer concurso para ampliar el mapa radiofónico, resuelto en 1981, las empresas utilizaron una estrategia destinada a acaparar el mayor número de frecuencias posibles; lo hicieron a través de sociedades filiales, personas interpuestas o empresas asociadas aparentando una pluralidad de adjudicatarios que, en la realidad, no era tal. En otros casos, pequeños empresarios solicitaron las licencias para luego traspasarlas al mejor postor y, en muchas ocasiones, estas operaciones generaron beneficios a personas que contaban con buenos contactos en las distintas Administraciones (Franquet, 2002).

236 *Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)*

Tabla 5. Concursos y adjudicatarios de concesiones en Andalucía.

ADJUDICATARIOS	1984	1989	2003	TOTAL
SER/UNIÓN RADIO	6	7	5	18
ASOCIADAS SER	2	3	7	12
R. RATO/OCR	2	4		6
COPE	1	2		3
ANTENA 3	4	3		7
EMPRESAS LOCALES RADIO	1		4	5
EMPRESAS PRENSA	1	3	2	6
OTRAS EMPRESAS	5	32	9	46
PARTICULARES	9	12		21
ECCA	2			2
AYTOS. Y ONG'S.	4			4
TOTAL	37	66	27	130

Fuente: *BOJA* y elaboración propia.

Esta estrategia no sólo fue aceptada por los gobiernos, sino que los propios partidos la adoptaron en sus intentos por crear cadenas afines. Altos dirigentes de la UCD reconocieron haber participado en las maniobras para agrupar decenas de concesiones en Antena 3 Radio; años después, dirigentes socialistas y altos cargos del gobierno central, controlado por el PSOE, utilizaron parecidas artimañas en la "Operación Arco Iris".

La evolución de la radio privada española está condicionada también por los límites del mercado publicitario, de tal manera que existe una cierta coincidencia en considerar que sólo hay espacio para tres grandes cadenas comerciales, una idea que se empezó a asentar a principio de los años noventa tras comprobar el éxito de la fusión entre Antena 3 Radio y Radio 80 y la configuración luego de Onda Cero Radio a partir de la Rueda Rato y de buena parte de las licencias otorgadas al amparo del Plan Técnico de 1989 (Díaz Nosty, 1993).

Como consecuencia de todo ello se ha consolidado un modelo de radio comercial basado en el dominio casi absoluto de las grandes cadenas nacionales, que acaparan frecuencias y las convierten en meros postes repetidores. En este modelo, la radio local independiente se ha convertido en una especie en vía de extinción. Un buen ejemplo es el mapa radiofónico andaluz.

El desarrollo de la radio privada no es ajeno a las condiciones del sistema comunicativo ni, por supuesto, a la estructura económica de la comunidad autónoma. A la hora de analizar Andalucía como un espacio comunicativo, Díaz Nosty (1999) parte de un diagnóstico desolador: el sistema comunicativo aparece fragmentado y escasamente estructurado; el espacio andaluz se caracteriza por la debilidad del sistema de

medios, por la escasa capacidad de cohesión discursiva, por los desequilibrios y las carencias en los consumos y por la fuerte presencia de medios externos o antenas que reproducen mensajes poco especializados en el territorio andaluz.

Torres López (1999), por su parte, subraya la enorme coincidencia entre los rasgos estructurales de la economía andaluza y los del sistema de comunicación. En su opinión, la economía se caracteriza por la falta de vertebración espacial y productiva, la dependencia y, como una consecuencia inevitable de ellas, la debilidad e incapacidad de los recursos endógenos disponibles para hacer frente a la satisfacción de los andaluces; Torres López describe el sistema comunicativo andaluz en términos muy parecidos: no existe una estructura comunicativa homogénea, eficaz e integradora; la producción cultural no es una realidad autónoma; en gran parte la oferta se genera fuera de Andalucía y la que se elabora en la comunidad tiene más bien carácter de maquillaje, de forma que ni el referente simbólico ni el contenido básico son autóctonos.

El carácter marginal, dependiente y periférico de la economía andaluza se relaciona con el “secular atraso” de la región, que se inició en los siglos XVIII y XIX cuando, en lugar de transitar hacia una sociedad industrial, la oligarquía terrateniente impuso un régimen basado en la explotación agraria y en unas relaciones casi feudales. Ni el desarrollismo franquista ni las políticas neoliberales impulsadas por los sucesivos planes económicos del gobierno autonómico han conseguido superar la dependencia y la marginación (Delgado Cabeza, 1981 y 2003).

Estas condiciones específicas de la comunidad andaluza han sido terreno propicio para que las cadenas nacionales impusieran su estrategia de acaparamiento de frecuencias y su consiguiente dominio del dial. También ha contribuido la política de adjudicaciones aplicada por la Junta de Andalucía pues los gobiernos socialistas han favorecido a las cadenas y a sus socios locales en lugar de impulsar emisoras independientes o redes de implantación regional. El resultado se puede comprobar en la tabla adjunta:

Tabla 6. Frecuencias y cadenas privadas en Andalucía en 2008.

PROVINCIA	U. RADIO	OCR	COPE	P. RADIO	KISS FM	OTRAS	TOTAL
ALMERÍA	8	4	2	1	1		16
CÁDIZ	14	3	3	1	3		24
CÓRDOBA	10	5	1	2	1	1	20
GRANADA	9	6	3		1		19
HUELVA	7	3	1	1		1	13
JAÉN	15	2	2	1	1	2	23
MÁLAGA	12	4	2	2	2		22
SEVILLA	13	4	3	3	1	1	25
TOTAL	88	31	17	11	10	5	162
TOTAL %	54%	19%	10%	6%	6%	3%	100%

Fuente: Elaboración propia.

238 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

Las cifras reflejadas en esta tabla muestran que el *holding* Unión Radio controla más de la mitad de las frecuencias en la comunidad autónoma andaluza y sobrepasa, por tanto, el límite del 40% establecido en la ley promovida por el gobierno socialista bajo el argumento de promover el pluralismo (BOE, 15-06-2005).

La radio local e independiente es la gran derrotada en este modelo. De las 162 concesiones en FM existentes en Andalucía a finales de 2008 sólo 3 licencias funcionaban como emisoras independientes: Radio Andújar, Radio Lucena y Radio Sierra.

La primera fue adjudicada en 1981 al entonces propietario de Radio Jaén, Antonio Florido Sosa, quien la vendió unos años después a Juan Cabezas. Radio Andújar comenzó como emisora independiente, luego estuvo asociada a la cadena SER durante una década aproximadamente y, por último, volvió a funcionar como independiente, gracias a su identificación con toda la comarca.

La segunda fue otorgada en 1984 al empresario Antonio Marín Moscoso, propietario de un pujante grupo industrial en la localidad cordobesa de Lucena; la emisora se ha mantenido siempre como independiente gracias al respaldo económico del grupo al que pertenece.

La tercera fue adjudicada en 1989 a Ricardo Castillo Huertas, uno de los impulsores de Radio Sierra, emisora sin licencia que había comenzado a funcionar en la localidad jiennense de La Puerta de Segura en 1986. Castillo Huertas se asoció a varios empresarios de la provincia y entre todos obtuvieron 4 licencias que se pensaban destinar a la creación de una cadena provincial. Esta red se llamó Onda Oliva pero Radio Sierra no se integró finalmente porque la minicadena provincial se vendió a Antena 3 al poco de iniciar sus emisiones. En los años noventa, Radio Sierra estuvo asociada un tiempo a Radio España y luego volvió a emitir como independiente, aunque durante diversas épocas conectó por las noches con la programación de la SER o de Radio Nacional.

Como se desprende de estos datos, las emisoras locales independientes sobreviven fuera de las grandes ciudades, explotadas como negocios familiares y se mantienen, casi siempre, gracias a una especial identificación con el territorio donde emiten, cuya población las siente como emisoras propias; constituyen un negocio de escasa rentabilidad y cuando sus propietarios desean aumentar sus beneficios la única salida es la integración en alguna cadena nacional.

7. CONCLUSIONES

Desde las primeras adjudicaciones –realizadas por el gobierno de la UCD– se observan algunas circunstancias que se han convertido en rasgos característicos de las sucesivas adjudicaciones: la falta de transparencia y de control parlamentario, la discrecionalidad del gobierno y el partidismo.

En un principio, estas características se podrían interpretar como un vestigio de la aún cercana dictadura franquista, máxime tratándose de la UCD, un partido en cuyo seno convivían muchos políticos procedentes del falangismo. Sin embargo, la repetición de estas pautas en los demás procesos de adjudicación –sea cual sea el partido en el gobierno– muestra que se trata de rasgos profundos, relacionados con el modelo político.

En efecto, las sucesivas adjudicaciones de licencias radiofónicas muestran la existencia de unas relaciones típicamente clientelares entre los partidos políticos y las empresas de comunicación. En su análisis comparado de los sistemas mediáticos, Hallin y Mancini (2007) establecen precisamente que uno de los rasgos definitorios del sistema español es la existencia de relaciones clientelares, concebidas no como las relaciones individuales que establecía el cacique antiguamente en su feudo, sino como una compleja maraña de intereses económicos y políticos que tienen su núcleo fundamental en los partidos que sustentan a los respectivos gobiernos.

Estas relaciones clientelares entre los gobiernos y las empresas de comunicación funcionan siempre bajo la premisa del *do ut des*; es decir, se sustentan en un sucesivo intercambio de recompensas: el poder político consigue sus propósitos y los grupos de comunicación logran los suyos; son las sinergias mediático-gubernamentales, en las que los medios favorecidos por el ejecutivo se convierten en soportes publicitario-propagandísticos (Quintana y Sánchez, 2005).

La falta de transparencia y de control parlamentario y el amiguismo mostrado por todos los partidos que han otorgado concesiones radiofónicas –y televisivas– desde los años de la Transición permiten establecer un cierto paralelismo con las pautas seguidas durante el régimen franquista; como señala Bustamante, los gobiernos democráticos han caído en “las prácticas franquistas de dar licencias a sus amigos” (*La Razón*, 27-03-2008).

Como consecuencia de todo ello, la evolución de la radio andaluza entre 1982 y 2008 presenta los siguientes rasgos:

1. La multiplicación de frecuencias ha desembocado en un continuo proceso de concentración de manera que el sistema radiofónico andaluz se basa en un oligopolio dominado por las grandes cadenas nacionales.
2. El acelerado proceso de concentración se ha producido a pesar de que los gobiernos han justificado la ampliación del mapa radiofónico en la necesidad de impulsar el pluralismo y evitar la concentración.
3. Estas defensas del pluralismo no han sido más que declaraciones para enmascarar los verdaderos intereses perseguidos: el deseo de configurar cadenas ideológicamente afines. El PSOE intentó a través de los dos primeros concursos crear cadenas propias y en el tercero favoreció de manera clara a su grupo de comunicación afín: PRISA y sus socios andaluces.

240 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

4. Como consecuencia, el *holding* Unión Radio disfruta de una situación de hegemonía en el mercado andaluz donde controla más frecuencias que todas las demás empresas juntas. Esta cantidad supera largamente el límite del 40% establecido en las leyes.
5. Las empresas privadas se han valido de la misma estrategia utilizada por los partidos –testaferros, personas interpuestas o sociedades filiales– para acaparar frecuencias exhibiendo una apariencia de pluralismo y se han aprovechado de las operaciones políticas para aumentar su dominio en el mercado.
6. El carácter débil, fragmentado y poco estructurado del sistema comunicativo andaluz favorece el dominio de estas grandes cadenas que disponen de las frecuencias como meros postes repetidores de sus programaciones centrales.
7. La dependencia de la radio privada andaluza no es más que un reflejo de la estructura económica andaluza, caracterizada por su situación de marginación y dependencia de los centros políticos y económicos.
8. El impulso de la radio local es la otra razón esgrimida en las sucesivas adjudicaciones. Sin embargo, sólo funcionan 3 emisoras locales independientes porque el gobierno andaluz en ningún momento ha adoptado decisiones para impedir la concentración de emisoras; por el contrario, la ha favorecido en cada uno de los concursos.
9. En este escenario la radio local independiente se ha convertido en una figura marginal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILERA, M. de, MÉNDIZ, A. y CASTILLO, A. (coords.) (1999): *La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía*. Málaga: Universidad de Málaga.

ALMIRON, N.; y SEGOVIA, A. I.: Entrevista con Robert McChesney: “La lección de Free-Press es una lección política”, *Eptic* [en línea] vol. X, núm. 1, ene/abr. 2009. [Consulta: 10 octubre 2008].

<<http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20X,n.%201,2008/AEntrevistaMcChesney.pdf>>.

ARBOLEDAS, L. (2008): *La industria radiofónica en Andalucía. Control político y dependencia económica (1982-2008)*. Tesis doctoral inédita. Universidad de Granada.

BEAUMONT, J. F.: “De las emisoras FM a las empresas ‘multimedios’”, *Aede*, nº 6 (1982), pp. 56-62.

BONET, M. (1995): *La ràdio espanyola en el context dels grups de comunicació. Evolució de la indústria radiofónica 1924-1994*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <<http://www.tesisexarxa.net/TDX-0506108-205415/>>.

BUSTAMANTE, E.; y ZALLO, R. (coords.) (1988): *Las industrias culturales en España: grupos multimedia y transnacionales*. Madrid: Akal.

BUSTAMANTE, E. (coord.) (2002): *Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

DELGADO CABEZA, M. (1981): *Dependencia y marginación de la economía andaluza*. Córdoba: Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba.

– (2003): *Economía y Estatuto*. [Consulta: 21 junio 2008].

<<http://www.nodo50.org/reformaenserio/articulos/diciembre03/delgadocab.htm>>.

DÍAZ HERRERA, J. (1992): *La rosa y el bastón*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.

DÍAZ NOSTY, B. (2002): *Los medios y la modernización de Andalucía*. Madrid: Ediciones Tiempo.

DÍAZ NOSTY, B. et al. (1999): *La comunicación en Andalucía 1999. Situación y tendencias*. Madrid: Ediciones Tiempo.

FERNÁNDEZ I.; y SANTANA, F. (2000): *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza Editorial.

FRANQUET, R. (1988): “Radio: un oligopolio en transformación”. En BUSTAMANTE, E.; y ZALLO, R. (coords.): *Las industrias culturales en España: grupos multimedia y transnacionales*. Madrid: Akal, pp. 77-108.

GALIACHO, J. L.; y BERBEL, C. E. (1995): *Filesa. Las tramas del dinero negro de la política*. Madrid: Ediciones Tema de Hoy.

HALLIN, D.; y MANCINI, P. (2007): *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer Editorial.

HESMONDHALGH, D. (2002): *The Cultural Industries*. London: Sage.

JONES, D. E.: Reseña del libro *Historia de la radio en España*, de Armand Balsebre, *Análisi*, nº 29 (2002), pp. 238-242.

–: “Pujol y la construcción de un espacio catalán de comunicación”, *Ámbitos*, nº 16 (2007), pp. 499-524.

LEWIS, P. M.; y BOOTH, J. (1992): *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Barcelona: Paidós.

MARTÍ, J. M.; y BONET, M. (2006): “Viejas tendencias, nuevos parámetros de análisis”. En DÍAZ NOSTY, B. (dir.): *Medios de comunicación/Tendencias’06*. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 185-196.

MARTÍNEZ GALLEGO, F.; y BAS PORTERO, J. J. (2000): “De la libertad de expresión a la concentración radiofónica (1978-1989)”. En VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, A. (coord.): *Historia de la radio valenciana (1925-2000)*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU, pp. 265-318.

PRADO, E. (1994): “El nuevo sistema radiofónico y la configuración del Estado: la sintonía de la radio española”. En DÍAZ NOSTY, B. (dir.): *Comunicación Social 1994/Tendencias*. Madrid: Fundesco, pp. 235-246.

242 Concentración y dependencia en la radio privada andaluza (1982-2008)

QUINTANA, N.; y SÁNCHEZ, Ó. (2005): "Las sinergias mediático-gubernamentales de la socialdemocracia española: medios informativos como soportes publicitario-propagandísticos en los gobiernos de González y Zapatero". Madrid: DVD: Actas del VII Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración: "Democracia y buen gobierno".

REIG, R. (1998): *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós.

TIJERAS, R. (1998): *Las sagas del poder*. Barcelona: Plaza y Janés.

TORRES LÓPEZ, J. (1999): "Economía y comunicación en Andalucía". En HURTADO, J. y FERNÁNDEZ, E. (eds.): *Cultura andaluza*. Sevilla: Universidad de Sevilla. [Consulta: 15 diciembre 2007].

<http://hl33.dinaser.com/hosting/juantorreslopez.com/jtl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=25>

VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, A. (coord.) (2000): *Historia de la radio valenciana (1925-2000)*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

WASKO, J.: "La economía política del cine", *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11 (2006), pp. 95-110.

Breve semblanza biográfica del autor

Luis Arboledas es periodista en RNE desde hace un par de décadas y profesor asociado en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada. Sus investigaciones giran en torno a la radio, las políticas de comunicación, la estructura de la propiedad de los medios y la profesión periodística. Es autor de *El ombligo del periodista* (2007) y *Radiofonistas, predicadores y pinchadiscos* (1995).

(Recibido el 06-04-2009, aceptado el 04-04-2010)