

Desregulación y concentración en la radio española: el caso de Castilla y León

Desregulação e concentração na radio espanhola: o caso de Castilla e Leon

Deregulation and concentration in Spanish radio broadcasting: the case of Castile and Leon

Angel Badillo

Profesor titular del Departamento de Sociología y Comunicación, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca

María de la Peña Mónica Pérez Alaejos

Coordinadora de la titulación del Departamento de Sociología y Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca

Resumen

Este trabajo aborda, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, el estudio de las dinámicas desregulatorias y sus consecuencias en la radio de FM de la Comunidad Autónoma española de Castilla y León. El estudio detallado del clivaje público/privado del sistema regional de radiodifusión muestra la tendencia a la concentración empresarial y a la adjudicación de licencias por razones de afinidad política que ha modificado el paisaje radiodifusor regional reforzando a dos grandes compañías de capital local: Promecal y Edigrup.

Palabras Clave: radio, Castilla y León, España

Resumo

Este artigo analisa, na perspectiva da economia política da comunicação, o estudo das dinâmicas desreguladoras e suas consequências sobre a rádio FM na Comunidade Autónoma Espanhola de Castela e Leon. O estudo detalhado do sistema de radiodifusão e o seu clivagem público/privado mostra a tendência de concentração empresarial e à atribuição de licenças por motivos de filiação política que alterou a paisagem através do reforço de duas grandes empresas de capitais locais: Promecal e Edigrup.

Palavras-Chave: radio; Castilla e León; Espanha

Abstract

This paper examines, from the perspective of the Political Economy of Communication, the study of deregulation and its consequences on the FM radio system of the region of Castile and Leon (Spain). The detailed study of the public/private cleavage in the regional broadcasting system shows a strong tendency to concentration and a particular orientation towards the political affinity of licensees that has modified the landscape benefiting two local companies: Promecal and Edigrup.

Keywords: broadcasting; Castile and Leon; Spain

Desregulación y concentración en la radio española: el caso de Castilla y León

1. La radio en España: introducción a un modelo desregulado, concentrado y polarizado

Tras la larga dictadura fascista (1939-1975) del general Franco, en la que se había constituido un duopolio estatal-central/privado en la radiodifusión que maquillaba el monopolio informativo en la radio, vigente entre 1939 y 1977¹, el sector comienza a recomponerse en torno a un modelo mixto, una “tercera vía” (Martí, 1991) entre el sistema radiofónico europeo de coexistencia pública y privada, y el norteamericano, por el tamaño “minifundista” de los mercados locales que se permite explotar a las radios privadas. La radio pública tiene garantizada su cobertura en todo el territorio, pero las emisoras privadas reciben licencias para operar sólo mercados locales y consiguen coberturas extensas sumando, por propiedad o asociación, licencias locales.

La recomposición tras la dictadura se produce, primero, con la progresiva reestructuración de las emisoras estatales y paraestatales alrededor de RTVE; segundo, porque en 1978 se reparten las primeras 300 nuevas emisoras en FM, lo que permite romper por primera vez “el oligopolio radiofónico de la dictadura” (Bonet, 1997), sólo temporalmente, porque “las grandes empresas del sector de la comunicación inician una acción planificada que opera a través de una red de empresas filiales, destinadas a participar en los procesos de licitación y concesión de frecuencias” (Franquet, 2002a). De hecho, la mayor parte de esas primeras concesiones “se adjudica a las antiguas cadenas para que completen su red, y a nuevos grupos ligados al sector de la prensa” (Franquet, 1988), discrecionalmente, sin publicación oficial y sin control parlamentario.

Es también entonces cuando se comienza a construir el sistema radiofónico español de un modo acorde con la descentralizadora Constitución de 1978: (1) las conferencias regionales de la Unión Internacional de Telecomunicaciones autorizan el uso de frecuencias a los estados; a continuación, (2) el Estado español planifica ese uso por zonas del territorio en los llamados Planes Técnicos Nacionales (PTN); por último, (3) la administración asigna el uso a estaciones públicas y/o convoca concurso para explotar algunas o todas las frecuencias disponibles por operadores privados. En el proceso intervienen por tanto instancias internacionales (planificación), nacionales (planificación, gestión directa y concesión en Onda Media) y autonómicas (gestión directa y concesión en Frecuencia Modulada). Hasta hoy se han elaborado un primer Plan Técnico general (BOE, 1978), uno específico de Onda Media (BOE, 1993), tres de Frecuencia Modulada (BOE, 1979; 1981; 1989; 2006b) y uno de radio digital¹ (BOE, 1999).

Tabla 1. Frecuencias de FM comerciales, por Comunidades Autónomas

COMUNIDADES	PTN78	PTN79-81/FM	PLAN 1989	Mod. PLAN 1997	Total	PLAN 2006	TOTAL
Andalucía	20	56	66	26	162	54	216
Aragón	3	14	13	32	62	22	84
Asturias	3	11	10	11	34	9	43
Baleares	4	8	15	9	36	36	72
Canarias	6	13	24	46	44	156	200
Cantabria	2	5	7	10	24	20	44
Castilla La Mancha	6	15	23	17	61	22	83
Castilla y León	12	24	29	52	117	138	255
Cataluña	16	34	28	22	95	105	200
Ceuta	1	1	1	1	4	0	4
País Vasco	7	11	19	0	36	34	70
Extremadura	3	7	22	9	40	36	76
Galicia	10	20	26	46	102	76	178
La Rioja	1	4	5	8	18	11	29
Madrid	4	15	12	25	57	21	78
Melilla	1	1	1	1	4	2	6
Murcia	4	9	13	12	38	51	89
Navarra	2	5	7	8	22	42	64
Valencia	14	25	28	15	82	31	113

Frecuencias privadas disponibles para adjudicación en cada plan, por comunidades autónomas. El campo TOTAL corresponde a las emisoras existentes efectivas reconocidas por el Gobierno central en 2012. Elaboración propia sobre datos del Boletín Oficial del Estado.

El modelo mixto de radio español ha favorecido dos tendencias: la concentración y el clientelismo. Señalada por todos los análisis como una clave del sistema radiofónico español (Bonet, 1997; Franquet, 2002a; Bonet, 2005), la concentración parece inherente al modelo: “la práctica de las concesiones refuerza la lógica de la concentración y pone las bases de creación de conglomerados multimedia al dar prioridad a las empresas que ya explotan otros medios de comunicación” (Prado, 1990). Pero las concesiones son también una manifestación de control y poder, “ya que [la concesión] lleva implícita una potencia de emisión, un plazo de caducidad, la posibilidad o no de que se pueda transferir, la posibilidad o no de que participe

¹ La radio digital constituye uno de los fracasos más notables de las políticas públicas de comunicación en España. Regulada legalmente y con varios operadores con licencia, no existen receptores en el mercado, ni audiencia efectiva, y los concursos regionales han quedado paralizados (Badillo, 2006; Franquet, 2008; Bonet, Corominas *et al.*, 2009). Por esa razón, en este trabajo no se analiza la radio digital.

en ella capital extranjero, la cantidad de publicidad, medidas de control y sanción, cánones y tasas que deben pagarse al Estado, etc.” (Bonet, 1997). La relación entre concesionarios y poderes públicos ha derivado en un vínculo clientelar, estimulado por la falta de transparencia, la debilidad de una normativa inactiva, fragmentada y dispersa, y la desactivación sancionadora, como advierte Franquet: “ni desde el gobierno central ni desde los gobiernos autonómicos se hace cumplir la normativa vigente y por lo tanto las irregularidades sólo salen a la luz si se perjudica a un tercero” (Franquet, 2002b). Existe un fuerte consenso en torno al carácter arbitrario en los procesos de adjudicación de licencias radiofónicas, ya en democracia. Bustamante (2006), por ejemplo, destaca las “concesiones clientelares” o “la perpetuación” de las antiguas prácticas franquistas para conceder las licencias de forma opaca. Algunos autores establecen incluso que “el clientelismo es precisamente uno de los rasgos que distingue al sistema comunicativo de algunos países del sur de Europa, entre los que se incluye España” (Hallin e Mancini, 2008). Como detalla Franquet:

“Las acciones legislativas del Gobierno central o de los distintos gobiernos autonómicos, encaminadas a diversificar la oferta y a garantizar una mayor pluralidad, quedan neutralizadas por los acontecimientos. La falta de criterios objetivos en las últimas oleadas de concesiones levanta sospechas permanentes de “clientelismo político” y contribuyen a prefigurar un sistema mixto de radiodifusión articulado en torno a tres o cuatro grandes grupos según el periodo” (Franquet, 2008).

2. Notas de objetivos y metodología

¿Es la situación descrita común a todos los territorios del estado español? Pese a la descentralización de las competencias en comunicación derivada de la Constitución de 1978, la investigación sobre los sistemas regionales de radio en España no es abundante, y resulta particularmente escasa en ciertas regiones² (Cescyl, 2008; Díaz González, Anguita Olmedo *et al.*, 2008; Badillo e Pedrero, 2009). El trabajo que se presenta en estas páginas está encaminado a tratar de identificar concentración y clientelismo en el sistema radiofónico de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Se pretende trazar la evolución histórica de la distribución de frecuencias y la concentración empresarial producida por las mismas, para determinar en qué momento se encuentra en la actualidad y en qué medida la desregulación, la comercialización y el clientelismo conectan con los vínculos políticos y económicos que definen el sistema de medios españoles.

El análisis propuesto se enmarca dentro de la corriente científica de la economía política de la comunicación, en tanto que trata de describir las relaciones de poder, en este caso, dentro de un sistema mixto regulado democráticamente en el que conviven actores públicos y privados. El enfoque que se ha elegido es el estudio de caso, con dos fuentes principales:

- a) Análisis de políticas públicas de comunicación, a través del estudio de los diarios oficiales tanto del

estado español como de la comunidad autónoma objeto de estudio, la recuperación de los textos relevantes para la investigación y el análisis de su contenido. Se han utilizado las bases de datos del Boletín Oficial del Estado (BOE) y el Boletín Oficial de Castilla y León (BOCYL). Del mismo modo, se han revisado los diarios de sesiones del Congreso de los Diputados, el Senado –las dos cámaras legislativas estatales– y las Cortes de Castilla y León para las cuestiones autonómicas del caso de estudio.

- b) Análisis de la propiedad de las sociedades licenciatarias y sus conexiones con otras compañías privadas a través de la obtención de datos procedentes del Registro Mercantil Central, la Comisión Nacional de Competencia y la Comisión Nacional del Mercado de Valores³.

3. Estudio de caso: la radiodifusión de FM en Castilla y León

Castilla y León es una comunidad particularmente interesante en lo que se refiere a su modelo audiovisual, porque concurren en ella varios rasgos diferenciadores:

- a) Por su extensión, Castilla y León es la mayor región de España con 94.223 km² –es equivalente, en tamaño, a Portugal o Hungría, tiene el doble de territorio que Dinamarca o Países Bajos, o el triple que Bélgica. Está compuesta por 9 provincias: Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora.
- b) Sus 2,48 millones de habitantes –un 5,4% del total del país, la 6ª región de España– están distribuidos en 2.248 municipios, más de la cuarta parte del total de España, y una de las cifras más altas de la Unión Europea. Ello supone una densidad de población de 26,3 habitantes por kilómetro cuadrado. La población está concentrada en las capitales de las 9 provincias, especialmente envejecida y sometida

² En particular, el sistema comunicacional de Cataluña está extensamente estudiado por grupos de investigación de la región, particularmente el GRISS o el InCom de la Universitat Autònoma de Barcelona. En el resto del país, la investigación de este nivel del sistema es escasa y fragmentaria.

³ El Registro Mercantil Central es la institución oficial que permite el acceso a la información mercantil suministrada por los Registros Mercantiles Provinciales de España desde el 1 de Enero de 1990. La Comisión Nacional del Mercado de Valores, creada por la Ley 24/1988, es el organismo encargado de la supervisión e inspección de los mercados de valores españoles y de la actividad de cuantos intervienen en los mismos. La Comisión Nacional de la Competencia es un organismo público, independiente del Gobierno, encargado de preservar, garantizar y promover la existencia de una competencia efectiva en los mercados en el ámbito nacional, así como de velar por la aplicación coherente de la Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia.

durante décadas a una fuerte emigración hacia zonas económicamente más desarrolladas. Su PIB per cápita es de 23.146 euros por habitante y año, el 8º del país.

- c) Políticamente, la comunidad ha sido gobernada tanto por el Partido Socialista Obrero Español (1983-1987) como por el Partido Popular (1987-hoy). En 30 años de autonomía, ninguno de los gobiernos regionales ha creado un ente público audiovisual de radio y/o televisión. Sólo existe un operador privado de cobertura regional, Radio Televisión de Castilla y León S.A., que pese a su nombre no difunde contenidos radiofónicos, sino dos canales de televisión –uno de contenidos regionales, CyL7, y otro local en cada una de las 9 provincias de la comunidad, CyL8– gracias al concurso que ganó en febrero de 2009.

3.1 El sector radiodifusor público en Castilla y León

Tras casi dos décadas de radio privada, la radio de titularidad estatal nació con el golpe de estado de 1936. Curiosamente, la pública Radio Nacional de España (RNE) fue creada en Salamanca en 1937, ya en plena guerra civil. Recuperada la democracia y reestructurado el sector público audiovisual, RNE absorbe las redes paraestatales y queda integrada en Radio Televisión Española, convertida desde 2006 en la Corporación de Radio y Televisión Española S.A. (CRTVE) con cinco redes de cobertura estatal, una de las cuales emite sólo en Cataluña. La obligación legal de que CRTVE cuente “con la estructura territorial necesaria para atender la adecuada prestación de sus funciones de servicio público” (BOE, 2006a art. 7.4) garantiza a RNE la cobertura en OM y FM en todo el país. En Castilla y León, RNE cuenta con 119 frecuencias que difunden sus 4 señales –es decir, 30 estaciones emisoras para cada red. Las provincias orográficamente más complicadas cuentan con un mayor número de estaciones emisoras –Burgos tiene 25, Soria 28–, mientras que otras con menos accidentes en su relieve son cubiertas con sólo 4 postes emisores –Valladolid, por ejemplo.

3.2 La radio pública municipal

Fuertemente enraizada en la lucha por la recuperación de la democracia en los años 70, la radio pública local tiene en España un desarrollo muy desigual por regiones (Prado, 1980; 1983; 1984; Chaparro Escudero, 2004). En Castilla y León hay que esperar a la regulación de las radios municipales en la década de los noventa para encontrar una emergencia de esta manifestación de la comunicación de proximidad.

Hay que apuntar que en la legislación española, sólo el Estado y las Comunidades Autónomas pueden ser gestores directos de servicios audiovisuales; los municipios necesitan una licencia que reciben previa solicitud a la administración regional y tras la comprobación técnica de que las instalaciones cumplen con los requisitos fijados por el Gobierno central (BOCYL, 2008 art. 25). En la

actualidad, la región cuenta con 62 emisoras municipales concedidas, pero su funcionamiento es en la mayor parte de los casos muy irregular y discontinuo. Salamanca cuenta con 13 licencias municipales, León con 12, Ávila con 7 igual que Zamora, Valladolid y Burgos mientras que Soria y Palencia cuentan con 3 y 1 respectivamente.

3.3 El sector privado comercial

La radio privada española está estructurada a partir de licencias locales, que operan con varios estatus en relación con las cadenas: si son adjudicadas a las cadenas o sus sociedades filiales hablamos de estaciones “en propiedad”; si son adjudicadas a sociedades independientes pueden tener contratos para redifundir contenidos de las cadenas (lo que supone “asociación” fuerte o débil, en función de los compromisos adquiridos) u operar de modo completamente autónomo (estaciones independientes). En Castilla y León, el 57,7% de las estaciones son propiedad de las cadenas, y el 40% está asociado a alguna de ellas; eso deja un 3% de emisoras independientes. Las adjudicaciones de FM son realizadas por las comunidades autónomas tras el preceptivo concurso público como parte de sus competencias legislativas. Aunque como territorio accede a la autonomía en 1983 (BOE, 1983), Castilla y León no recibe la capacidad de regular los medios de comunicación hasta la Reforma de su Estatuto de Autonomía de 1994 (BOCYL, 1994; BOE, 1994). Fue después de la modificación del PTN en 1997 cuando Castilla y León llevó a cabo su primer concurso de emisoras de FM (BOCYL, 1996; 1998a; b; 1999) para entonces ya existían en la comunidad 67 estaciones de FM. La adjudicación de las 52 nuevas emisoras en 1999 supuso una revolución en el mercado radiofónico –véase la Tabla 1.

En España, cinco grupos de comunicación dominan la radio. El más importante es Prisa Radio, propiedad del grupo Prisa, que gestiona 7 cadenas (Cadena SER, Ona, 40 Principales, Dial, M80, Máxima y Radiolé) y tiene una importante división en América Latina. Planeta controla el Grupo Antena 3, que gestiona a través de Uniprex dos cadenas (Onda Cero y EuropaFM). La iglesia católica es la propietaria de COPE, que gestiona tres cadenas (COPE, Cadena100 y RockFM). Por último, el grupo Vocento es el propietario de la cadena ABC Punto Radio, y Blas Herrero de Kiss Radio. Esos grupos y cadenas constituyen, entre emisoras propias y asociadas, el 93,4% de la oferta radiofónica privada en la región –como volveremos a analizar en la Tabla 3. Dado que la radio pública estatal no emite publicidad –y que la radio municipal es tan irregular como insignificante en términos comerciales–, los operadores comerciales se reparten la totalidad de la inversión publicitaria de 37,6 millones de euros, el 17,36% del total de la “tarta” publicitaria regional (Fernández, Alameda et al., 2011).

Los dos grupos regionales privados dominantes en el sector comunicacional castellanoleonés son empresas originadas en el sector de la construcción (Badillo, 2009). El primero, el Grupo Begar de la familia Ulibarri, ha terminado controlando una red de 9 emisoras de radio,

Castilla y León Radio, asociada a la cadena nacional ABC Punto Radio –de la que es accionista minoritario– y tres diarios de cobertura provincial en León, Burgos y Soria a través de la sociedad Edigrup –véase el Gráfico 1. El segundo, Promecal, tiene 5 diarios provinciales en la región –y otros cuatro fuera de ella– y varias empresas más vinculadas, además de 6 estaciones de radio asociadas a la cadena nacional Onda Cero (del Grupo Antena 3). Al tiempo, Edigrup/Begar y Promecal son accionistas, al 50%, del licenciatario regional de televisión regional Radio Televisión de Castilla y León S.A. –véase Gráfico 1.

4. El sistema radiofónico castellanoleonés: desregulación, concentración y afinidad política

4.1 Los procesos nacionales de adjudicación de frecuencias y las afinidades políticas

En el Gráfico 2 se explica de manera visual cómo dependiendo del Gobierno al cargo de las adjudicaciones, las concesiones de licencias en cada periodo se realizaron a grupos editorialmente afines al partido político que gobernaba. Así, mientras que en la etapa anterior a 1997, en la que todavía las Comunidades Autónomas no tenían transferidas las competencias⁴, el gobierno central de UCD había adjudicado el mayor número de estaciones a Unión Radio –propiedad entonces del estado en un 25%– y a Antena 3 –integrada en 1993 en Prisa Radio. La llegada del PSOE al gobierno central en 1982 no modifica la situación. En 1989, las concesiones otorgadas a la Organización Nacional de Ciegos (ONCE), muy próxima entonces al PSOE, le permiten crear la cadena nacional Onda Cero –y desarrollar una intensa actividad en el terreno de los medios. El Partido Popular corregirá esa situación en 1997 dirigiendo una operación que termina con Onda Cero en manos del Grupo Antena 3 Televisión. El empresario Blas Herrero fue otro de los mayores beneficiarios de las concesiones de emisoras de FM que realizó el gobierno de Felipe González de 1989 a 1992. En Castilla y León, el Gobierno central del PSOE concedió a Onda Cero 12 licencias y 9 a Blas Herrero –que planeaba crear una cadena vinculada al PSOE.

4.2 El cambio del sistema competencial y las adjudicaciones del Gobierno regional

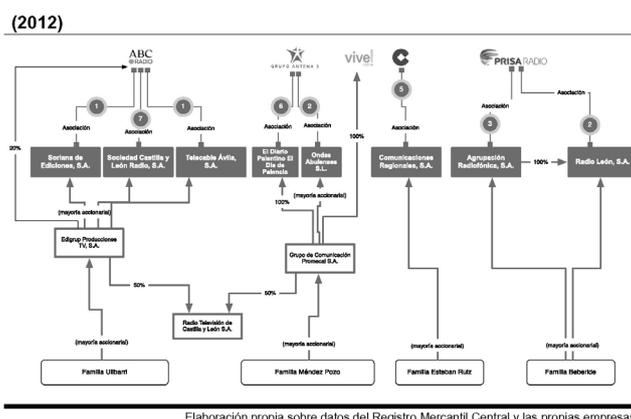
Como consecuencia del aumento de frecuencias de 1997, Castilla y León realiza por primera vez el proceso de adjudicación de emisoras de FM bajo el mandato del gobierno regional del Partido Popular. La COPE, propiedad de la iglesia católica, se desmarcó con hasta 6 concesiones, seguida de varios medios regionales y Vocento. De las 49 nuevas licencias, la SER y sus asociados tan sólo recibieron 3.

El último PTN es el que el Gobierno presidido por José Luis Rodríguez Zapatero aprobó en 2006 (BOE, 2006b), ampliando en 866 el número de licencias en el sector privado, que antes ya contaba con 1038 concesiones –es decir, un incremento del 83%, véase Tabla 1. El Gobierno justificó el elevado número en la necesidad de atender las

demandas de las Comunidades Autónomas⁵, de hecho en el caso de Castilla y León supone que las estaciones comerciales en la región pasarían de 117 a 255, lo que supondría que la región se convertiría en la que mayor número de radios comerciales de FM tendría en todo el Estado, superando a Andalucía. El concurso convocado por el Gobierno regional (BOCYL, 2011) aún no ha sido resuelto pero ofrece, efectivamente, las 138 frecuencias disponibles.

A la luz de los datos analizados, podemos decir que el modelo actual de cadenas y frecuencias se orienta hacia la adjudicación de licencias a compañías regionales que firman contratos de asociación con las cadenas nacionales para la redifusión de sus contenidos. En la actualidad, cuatro grandes cadenas privadas de radio españolas operan así en la región:

- Prisa Radio tiene varias estaciones propias, pero también cuatro asociados fuertes en la región: Segovia (Radio Segovia), Salamanca (Grupo 34), Zamora (Radio Zamora) y, sobre todo, León (Agrupación Radiofónica, una compañía esencial para la cadena en otros mercados del país).
- COPE tiene garantizada la cobertura con sus licencias, completadas a través de las 5 asociadas fuertes de la sociedad Comunicaciones Regionales.
- El Grupo Antena 3 Televisión tiene un acuerdo con Promecal –controlado por la familia Méndez Pozo, que aporta 6 frecuencias en asociación fuerte.
- ABC Punto Radio cuenta en su accionariado con Edigrup –de la familia Ulibarri, que aporta 9 frecuencias en asociación fuerte.



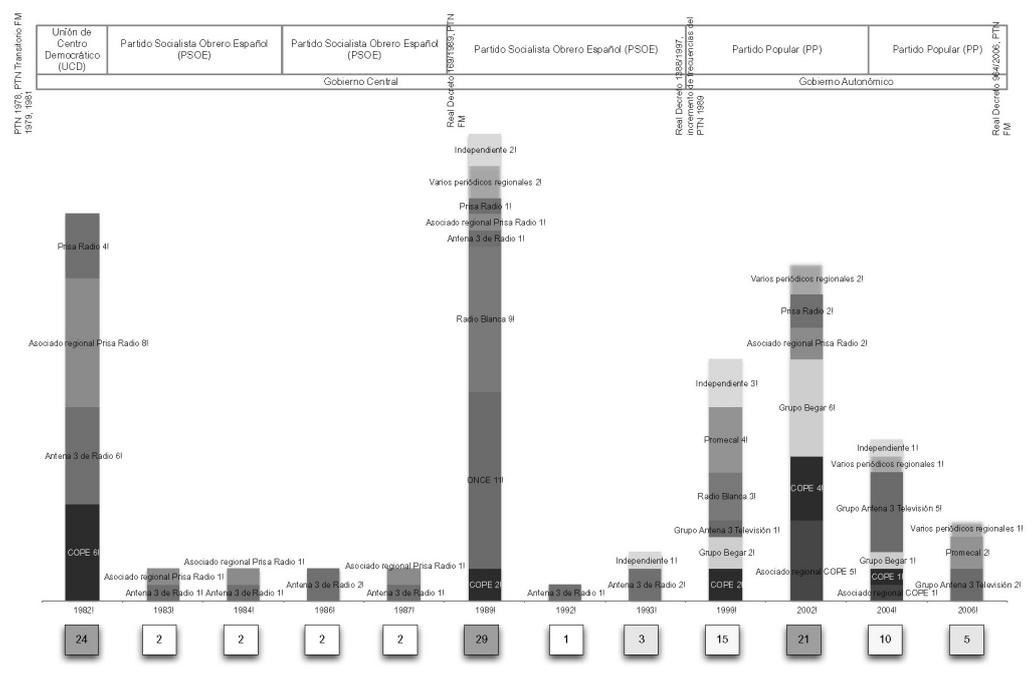
⁴ Sólo las comunidades autónomas históricas (Andalucía, Cataluña, Galicia y País Vasco) realizaron desde el principio las adjudicaciones de FM; en todas las demás, las competencias se asumieron como consecuencia del proceso de descentralización administrativa entre finales de la década de los 80 y los 90.

⁵ El País, 02/09/2006.

Hasta el rediseño del mercado regional castellanoleonés de radio con la resolución del concurso de 2011, la distribución de los operadores privados muestra el dominio de las cadenas nacionales: de las 116 estaciones existentes, sólo el 3% no emite contenidos de cadenas. Prisa Radio difunde en 40 (22 propias, 18 asociadas) de las licencias privadas concedidas, mientras que su más inmediato competidor, Grupo Antena 3 alcanza las 26

licencias (19 propias, 7 asociadas). Les sigue la COPE, con 22 (15 propias, 7 asociadas) y Kiss Media con 12 (10 propias, 2 asociadas). Como consecuencia, existe un amplio dominio de las cadenas nacionales y se confirma que la radio local independiente se ha convertido en un conjunto de experiencias marginales dentro del sistema radiofónico castellanoleonés.

Gráfico 1. Concesiones por grupos radiofónicos, años y partidos políticos en Castilla y León (1982-2006)



Elaboración propia.

La revisión del modelo radiodifusor de la región nos permite ahora identificar tres de sus rasgos: desregulación, concentración y clientelismo.

4.3 Desregulación

La apuesta por el sector privado en detrimento del público y el tercer sector en la radiodifusión regional es más que evidente. Aunque la legislación de la radio en la región reconoce la existencia de emisoras “comerciales, culturales y municipales” (BOCYL, 2008, art. 3), no existen licencias concedidas a estaciones en la categoría de culturales, y en el último concurso convocado (BOCYL, 2011) no se hace referencia alguna a este tipo de estaciones. En cuanto a las públicas, la tendencia a reducir el peso proporcional de RNE es abrumadora, como resumimos en la Tabla 2.

Tabla 2. Clivaje público/privado en la radiodifusión castellanoleonés (2012)

	Antes de la resolución del concurso 2011	Después de la resolución del concurso 2011
Sector público estatal (RNE)	119 39,93%	119 27,29% (-13%)
Sector público municipal	63 21,1%	63 14,45% (-7%)
Culturales	0 0%	s.d. 0%
Privadas	116 38,93%	254 58,26% (+19%)
Total	298 100%	436 100%

Elaboración propia.

Hay otro aspecto importante de la desregulación: la desactivación sancionadora, que permite numerosas ocupaciones irregulares de espectro, tanto de estaciones comerciales como de comunitarias sin licencia. Es imposible determinar cuántas emisoras ilegales existen, pero el tema ha sido objeto de discusión permanente por parte de los operadores privados y la administración. En 2004 la asociación de radios comerciales estimaba en 2.928 el número de estaciones ilegales en España⁶; en 2010, llevaba esa cifra hasta las 2.279, de las que 68 están en Castilla y León⁷.

4.4 Concentración

Si la actual legislación (BOE, 2010, art. 37) admite una concentración de hasta el 50% en la propiedad de las frecuencias en mercados de 10 frecuencias o menos (lo que supondría, en términos cuantitativos, un $C2=100\%$)⁸, no es extraño que el mercado castellanoleonés de radio aparezca fuertemente concentrado, más si pensamos que la regulación regional no establece ningún límite adicional a la propiedad (BOCYL, 2008) y reproduce en el último concurso los mismos límites de la ley general (BOCYL, 2011).

Dado que las asociaciones no están reguladas por las normas anticoncentración, hemos medido esta variable de dos modos: por cadenas y por concesionarios. En la Tabla 3 puede verse el resultado agrupado por cadenas y por licenciarios. Utilizando los indicadores C2 y C4 nos encontramos un mercado extraordinariamente concentrado en la gestión por cadenas (92% en el indicador C4) y algo menos en la propiedad (72% en el C4). Los casos extremos se producen en Zamora, Palencia o Salamanca, donde no existe ninguna emisora que no esté vinculada (en propiedad o asociación) a alguno de los cuatro grupos radiofónicos dominantes (C4=100).

Tabla 3. Concentración del mercado privado radiofónico en Castilla y León (2012)

Provincias	Por cadenas (agregación de asociadas y propias)		Concesionarios (sólo emisoras en propiedad)	
	C2	C4	C2	C4
Ávila	44,44%	88,89%	44,44%	66,67%
Burgos	61,11%	88,89%	38,89%	61,11%
León	47,37%	78,95%	36,84%	68,42%
Palencia	81,82%	100,00%	63,64%	81,82%
Salamanca	53,85%	100,00%	46,15%	69,23%
Segovia	63,64%	90,91%	45,45%	81,82%
Soria	55,56%	100,00%	44,44%	66,67%
Valladolid	68,75%	93,75%	56,25%	75,00%
Zamora	80,00%	100,00%	40,00%	80,00%
Media regional	61,84%	93,49%	46,23%	72,30%

Elaboración propia.

4.5 De la afinidad política en las adjudicaciones al clientelismo

La fuerte desregulación, la desactivación sancionadora y la constatación de la investigación del campo en torno a la falta de transparencia ayudan a comprender de qué modo

se construye el paralelismo del sistema comunicacional con el sistema político en el modelo radiofónico castellanoleonés. La "rentabilidad política" en el mercado radiofónico es tan importante como la económica (Bonet, 1997), y como consecuencia, las adjudicaciones de licencias parecen responder más a los intereses políticos que a los industriales, a la diversificación de actores o al pluralismo (Arboledas Martínez, 2009).

Es abundante la investigación que, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, explica en términos de instrumentalización y clientelismo la configuración histórica del sistema comunicacional español (véanse, por ejemplo, Reig, 1998; Bustamante, 2006; Zallo, 2010), señalándolos como características esenciales de los sistemas mediáticos del sur de Europa (Hallin e Papathanassopoulos, 2002; Hallin e Mancini, 2008). El clientelismo se concibe como un "modelo de organización social en el cual el acceso a los recursos sociales está controlado por patrocinadores y permitido a los clientes a cambio de deferencia y varias formas de apoyo" (Hallin e Mancini, 2008). Casero explica esta relación clientelar en términos de una "negociación constante" (Casero Ripollés, 2008), formada por una red de interacciones multidireccional y extraordinariamente compleja que se manifiestan en "el establecimiento de acuerdos, más o menos estables y más o menos duraderos, para la promoción y defensa de ciertos intereses específicos sobre los que existe un alto grado de coincidencia" (2009). Para De Miguel y Pozas, el fenómeno se vuelve aún más complicado en el nivel autonómico que en el nacional, porque "los actores mediáticos son otros, y el panorama está mucho más fragmentado" (De Miguel e Pozas, 2009).

Sin embargo, en Castilla y León, parece particularmente sencillo encontrar la conexión clientelar entre el partido en el gobierno regional desde 1987 y los grupos Promecal y Edigrup, que han vivido su hegemonía comunicacional en paralelo a la del Partido Popular al frente de la administración autonómica, y ello con varios indicadores:

- a) La opción de ambos grupos regionales por asociarse con dos grupos ideológicamente muy cercanos al Partido Popular: Edigrup forma parte del capital de ABC Punto Radio y es asociada regional de esa red; Promecal es el socio regional del Grupo Antena 3 Televisión, propiedad de Planeta.
- b) La implicación de las sociedades matrices de los dos principales grupos, Promecal y Edigrup, en una actividad, la construcción pública y privada, fuertemente determinada por decisiones políticas.

⁶ El País, 1/07/2004.

⁷ El País, 11/01/2010.

⁸ Los índices C2 y C4, extensamente utilizados en los estudios de concentración, sintetizan la parte del mercado controlado por los dos (C2) o cuatro (C4) mayores operadores de un sector

- c) La asociación de los dos grupos regionales dominantes en el operador Radio Televisión de Castilla y León, que recibió la adjudicación para la única licencia de televisión regional privada, que explota en exclusivo el mercado publicitario televisivo regional y recibe una subvención anual del Gobierno autonómico.

Con los movimientos provocados por las concesiones nacionales y, más tarde, regionales se aprecia la conexión entre la evolución de la desregulación y los vínculos políticos y económicos que definen el modelo regional de radio. Sin embargo, la elaboración de este trabajo nos ha ayudado también a comprender las dificultades de comprobar la hipótesis clientelar, que precisaría de una investigación que combinara al menos tres factores:

- 1) El análisis de los contenidos programacionales y, particularmente, informativos que constatará la identidad de objetivos entre el partido político responsable de la resolución de los concursos y los grupos comunicacionales, tanto antes –en el caso de que se dispusiera de otros medios– como después de recibir las adjudicaciones de licencias.
- 2) El estudio de las candidaturas de los concursos, los baremos aplicados por las comisiones y los resultados de las adjudicaciones, para determinar hasta qué punto existe competencia en las ofertas presentadas, en qué medida y con qué criterios se privilegian unas propuestas sobre otras.
- 3) El análisis de todas las redes de implicaciones entre las empresas del sector de la comunicación y sus matrices y la administración pública, para determinar si existen otras ventajas adicionales en la estructura clientelar que permitan a los grupos recibir compensaciones económicas adicionales a su apoyo político a las administraciones de las que reciben las concesiones. Como resulta evidente, estas conexiones pueden ser imputables penalmente, con lo que entendemos que, en el caso de existir, deben ser extremadamente difíciles de probar.

5. Conclusiones

Los datos presentados a lo largo de este trabajo muestran que el sistema de radiodifusión de FM en Castilla y

León se ha ido desarrollando al amparo de estrategias guiadas por lógicas económico-políticas y no escapa a la concentración empresarial que ha marcado el modelo radiodifusor español a lo largo de su historia.

La radio pública ha ido perdiendo peso frente a las cadenas comerciales como consecuencia del aumento de las licencias privadas habilitado por el proceso desregulador, combinada con la inestabilidad del tejido radiofónico público municipal. La desregulación y las concesiones a los grupos mediáticos políticamente afines han producido un modelo radiofónico regional fuertemente concentrado en dos niveles y en dos etapas: cuando la administración competente en las adjudicaciones era la nacional, la mayor parte de las licencias se concedieron en propiedad a las cadenas; al recibir las competencias el gobierno regional, el modelo se ha transformado en otro en el que las cadenas necesitan de acuerdos de asociación con grupos regionales –en el caso de estudio, Promecal y Edigrup– para acceder al mercado radiofónico castellanoleonés. Esta estrategia se justifica con el refuerzo del tejido empresarial regional, pero tiene además una justificación política: adjudicando licencias a socios regionales de las cadenas –con vínculos más complejos y diversificados con el Gobierno regional– se consigue una influencia más directa que sobre los operadores nacionales, que quedan así obligados a pactar con los concesionarios regionales que se convierten en mediadores del acceso al mercado publicitario regional. Las licencias audiovisuales se transforman en un capital político-económico que sirve a los grupos de comunicación para disponer de acceso directo a la esfera pública local y explotar –en colaboración con las cadenas– su mercado publicitario, y al tiempo son herramientas en manos afines que garantizan a las administraciones un significativo grado de control indirecto de la agenda pública.

En un contexto marcado por la fuerte crisis económica, la Junta de Castilla y León sigue sin resolver el concurso para la concesión de nuevas frecuencias de radio en la Comunidad Autónoma, mientras la proliferación de estaciones comerciales ilegales debilita a las legales. Este modelo inestable, que hemos comprobado como fuertemente desregulado y concentrado, y probablemente basado en lazos clientelares, necesitará con seguridad de estudios periódicos y que combinen diversas metodologías científicas para comprobar en todas sus dimensiones los ejes de su diseño, funcionamiento y proyección futura.

6. Referências

- ARBOLEDAS MARTÍNEZ, Luis. Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, v. 12, n. 64, p. 909-925, San Cristóbal de La Laguna (Tenerife), 2009.
- BADILLO, Ángel. Políticas públicas y la transición al audiovisual digital en España: el caso de la radio. Eptic – *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*, v. VIII, n. 1, p. 1-16, São Cristóvão, enero/abril, 2006.
- _____. La concentración del audiovisual en Castilla y León. In: BADILLO MATOS, Ángel; PEDRERO, Luis Miguel & FUERTES MARTÍNEZ, Marta (Eds.). *La industria audiovisual y publicitaria en Castilla y León*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2009. p. 15-28.
- BADILLO, Ángel & PEDRERO, Luis Miguel. La radiodifusión en Castilla y León. In: BADILLO MATOS, Ángel; PEDRERO, Luis Miguel & FUERTES MARTÍNEZ, Marta (Eds.). *La industria audiovisual y publicitaria en Castilla y León*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2009. p. 29-104.
- BOLETÍN OFICIAL DE CASTILLA Y LEÓN – BOCYL. *Decreto 259/1994*. Bocyl-D-29111994-3. Consejería de Fomento. Valladolid, 1994.
- _____. *Decreto 1/1996*. Bocyl-D-19011996-2. Consejería de Fomento. Valladolid, 1996.
- _____. *Decreto 12/1998*. Bocyl-D-28011998-1. Consejería de Fomento. Valladolid, 1998a.
- _____. *Orden de 24 de marzo de 1998*. Bocyl-D-27031998-1. Consejería de Fomento. Valladolid, 1998b.
- _____. *Resolución de 10 de noviembre de 1999*. Bocyl-D-18111999-32. Consejería de Fomento. Valladolid, 1999.
- _____. *Decreto 71/2008*. Bocyl-D-16102008-2. Consejería de Fomento. Valladolid, 2008.
- _____. *Orden FOM/372/2011*. Bocyl-D-08042011-16. Consejería de Fomento. Valladolid, 2011.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO – BOE. *Real Decreto 2.648/1978*. BOE-A-1978-27.959. Presidencia del Gobierno. Madrid, 1978.
- _____. *Real Decreto 1.433/1979*. BOE-A-1979-14.372. Presidencia del Gobierno. Madrid, 1979.
- _____. *Orden de 25 de marzo de 1981*. BOE-A-1981-7.108. Presidencia del Gobierno. Madrid, 1981.
- _____. *Real Decreto 1.956/1983*. BOE-A-1983-19.998. Ministerio de Administración Territorial. Madrid, 1983.
- _____. *Real Decreto 169/1989*. BOE-A-1989-4.070. Ministerio de Transportes, T. Y. C. Madrid, 1989.
- _____. *Real Decreto 765/1993*. BOE-A-1993-15.065. Ministerio de Obras Públicas y Transportes. Madrid, 1993.
- _____. *Ley Orgánica 11/1994*. BOE-A-1994-6.950. Jefatura del Estado. Madrid, 1994.
- _____. *Real Decreto 1.287/1999*. BOE-A-1999-16.218. Ministerio de Fomento. Madrid, 1999.
- _____. *Ley 17/2006*. BOE-A-2006-9.958. Jefatura del Estado. Madrid, 2006a.
- _____. *Real Decreto 964/2006*. BOE-A-2006-16.285. Ministerio de Industria, T. Y. C. Madrid, 2006b.
- _____. *Ley 7/2010*. BOE-A-2010-5.292. Jefatura del Estado. Madrid, 2010.
- BONET, Montse. La neo-regulación radiofónica en España. Un proceso de transformación abierto al futuro. *Telos*, v. 48, p. 13-22, Madrid, diciembre, 1996/febrero, 1997.
- _____. La radio española 1994-2004: una década de consolidación y desencanto. *Sphera Publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, n. 5, p. 59-70, Murcia, 2005.
- BONET, Montse; COROMINAS, Maria; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel & DÍEZ, Mercè. Keys to the failure of DAB in Spain. *Journal of Radio & Audio Media*, v. 16, n. 1, p. 83-101, 2009.
- BUSTAMANTE, Enrique. *Radio y televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, 2006.
- CASERO RIPOLLÉS, Andreu. Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n. 14, p. 111-128, Madrid, 2008.
- _____. El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, v. 12, n. 64, p. 354-366, San Cristóbal de La Laguna (Tenerife), 2009.
- CHAPARRO ESCUDERO, Manuel. La radio asociativa y comunitaria. In: MARTÍNEZ COSTA, María del Pilar & MORENO MORENO, Elsa (Eds.). *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y la audiencia*. Barcelona: Ariel, 2004. p. 293-320.
- CONSEJO ECONOMICO Y SOCIAL DE CASTILLA Y LEÓN – CESCYL. *La relevancia de los medios de comunicación en Castilla y León*. Valladolid: Cescyl, 2008.
- DE MIGUEL, Juan Carlos & POZAS, Víctor Santiago. ¿Polarización ideológica o económica?: relaciones entre los medios y el poder político y corporativo. *Viento Sur: Por una Izquierda Alternativa*, n. 103, p. 43-52, Madrid, mayo, 2009.
- DÍAZ GONZÁLEZ, María Jesús; ANGUITA OLMEDO, Concepción & CORNEJO AYMAT, F. Ignacio. La radio en Castilla y León: política y estructura desde el Estatuto de Autonomía. In: I+C INVESTIGAR A COMUNICACIÓN: CONGRESO INTERNACIONAL FUNDACIONAL AE- IC. *Actas y memoria final*. Santiago de Compostela: AE-IC, 2008.
- FERNÁNDEZ BLANCO, Elena; ALAMEDA, David; MARTÍN, Irene; VIÑUELA, Sonia & PINAR, Luisa. *La*

publicidad en Castilla y León. *Informe profesional del sector*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2011.

FRANQUET, Rosa. Radio: un oligopolio en transformación. In: BUSTAMANTE, Enrique & ZALLO, Ramón (Eds.). *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal, 1988.

_____. La radio en el umbral digital: concentración versus diversificación. In: BUSTAMANTE, Enrique (Coord.). *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002a (Serie Multimedia). p. 179-213.

_____. Los radiodifusores ante la zozobra digital: renovarse para nuevos escenarios. *Telos*, v. 53, p. 74-79, Madrid, octubre/diciembre, 2002b.

_____. *Radio digital en España: incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo*. Madrid: Fundación Alternativas, 2008.

HALLIN, Daniel C. & MANCINI, Paolo. *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer, 2008. XXI, 298p.

HALLIN, Daniel C. & PAPATHANASSOPOULOS, Stylianos. Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, v. 24, n. 2, p. 175-195, march, 2002. Disponible em: <<http://mcs.sagepub.com/content/24/2/175.abstract>>.

MARTÍ, Josep M. Radio española: los parámetros de la transformación. In: MARTÍN BERNAL, Obdulio & DÍAZ NOSTY, Bernardo (Eds.). *Comunicación social 1992/Tendencias*. Madrid: Fundesco, 1991. p. 213-222.

PRADO, Ernili. El desenvolupament de les ràdios lliures a Espanya. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, v. 1, n. 1, p. 155-167, Barcelona, 1980.

_____. Las radios municipales: entre la alternativa y el tedio. In: CARRILLO, Marc (Ed.). *Informació i política*. Barcelona: Diputació de Barcelona Institut de Ciències Socials, 1983.

_____. Radios municipales: una experiencia de comunicación popular. *Alfoz*, v. 11, p. 43-47, Madrid, diciembre, 1984.

_____. La radio española ante el desafío del futuro. In: DÍAZ NOSTY, Bernardo (Ed.). *Comunicación Social 1989/Tendencias*. Madrid: Fundesco, 1990. p. 120-139.

REIG, Ramón. *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*. 1. ed. Barcelona: Paidós, 1998.

ZALLO, Ramón. La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 65, p. 14-29, San Cristóbal de La Laguna (Tenerife), 2010.