

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS COMUNITARIOS EN EUROPA. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN REINO UNIDO, FRANCIA Y PAÍSES BAJOS

Aurora Labio Bernal, Isabel Fernández Alonso, María-Jesús Díaz-González,
Josep Àngel Guimerà i Orts y Nuria Reguero *

RECIBIDO: 20 de diciembre de 2010

ACEPTADO: 30 de diciembre de 2010

CORREO ELECTRÓNICO:

Aurora Labio Bernal: auroralabio@us.es
Isabel Fernández Alonso: mariaisabel.fernandez@uab.cat
María-Jesús Díaz-González: m.j.diaz@udc.es
Josep Àngel Guimerà i Orts: JosepAngel.Guimera@uab.cat
Nuria Reguero: Nuria.Reguero@uab.cat

* Investigadores integrantes del Observatorio de Políticas de Comunicación, Instituto de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.

PALABRAS CLAVE | Medios comunitarios, Europa, políticas públicas, Reino Unido, Francia, Países Bajos.

KEYWORDS | Community Media, Europe, Public Policy, United Kingdom, France, The Netherlands.

RESUMEN

El objeto de estudio que se considera en este artículo es de una extraordinaria complejidad tipológica y conceptual. Por este motivo, realizamos en primer lugar una introducción para aclarar qué entendemos por "medios comunitarios", término que se va imponiendo en el contexto europeo junto al de tercer sector de la comunicación. Haremos también un análisis de las políticas que en relación a este ámbito se están llevando a cabo en Reino Unido, Francia y Países Bajos. Realizamos así una aproximación histórica, para pasar después a estudiar la situación legal y real de los medios comunitarios en cada uno de ellos. Los estudios de caso se contextualizan con las políticas de la Unión Europea, cuya Comisión se muestra tibia y poco decidida a regular al respecto.

ABSTRACT

The subject matter of this article is very complex from a typological and conceptual standpoint. For this reason, we will conduct an introduction to clarify what we mean by "community media", one of the names adopted in the European context. We will also conduct an analysis of policies relating to community media that are being carried out in three states: United Kingdom, France and The Netherlands. In each of them, we make an historical approach and study the actual and legal situation of the sector. Previously we reviewed the policy sector of the European Union to understand the unenthusiastic position of the Commission to regulate the matter.

1. OBJETO DE ESTUDIO Y METODOLOGÍA

La selección de los casos que se analizan –Reino Unido, Francia y Países Bajos– obedece a varios criterios. En primer lugar, tuvimos como base el informe encargado a Peter Lewis por el Consejo de Europa en 2008. En este estudio se hace una clasificación de los países europeos en función del nivel de actividad de sus medios comunitarios a partir de diferentes cuestiones: la dimensión del sector, la regulación, el sistema de financiamiento y la existencia de asociaciones representativas de estos medios. Según dicho informe, los Estados más activos son Países Bajos, Alemania, Francia, Irlanda, Dinamarca, Reino Unido y Hungría.

En segundo lugar, también ha sido fundamental para nuestro estudio la entrevista mantenida con Bernard Dubuisson, miembro del Consejo del Audiovisual de la Comunidad Francesa de Bélgica y coordinador del grupo de trabajo sobre regulación de radio comunitaria de la European Platform of Regulatory Authorities. Esta organización celebró en Barcelona su 31ª conferencia el pasado mes de mayo de 2010. De acuerdo con los documentos de trabajo¹ de dicho encuentro –los cuales nos facilitó el propio Dubuisson– se podría establecer la siguiente tipología de países:

- Sin o con muy poco reconocimiento de las radios comunitarias. Los países que no cuentan con un marco legal específico ni con un mecanismo de apoyo o cualquier otro reconocimiento: Moldavia, Chipre, Luxemburgo, Lituania, República Checa, Bulgaria, Comunidad Flamenca de Bélgica y Rumanía.
- Países sin un marco legal específico pero con un sistema de apoyo: Austria.
- Países con un marco legal específico pero sin ayudas públicas: Malta, Suecia, Serbia, Bosnia Herzegovina y Polonia.
- Países con un marco legal específico que cuentan con un sistema de financiamiento público: Dinamarca, Francia, Comunidad Francesa de Bélgica, Países Bajos, Alemania (algunos *länder*), Hungría, Irlanda, Reino Unido, Noruega y Suiza.

En tercer lugar, hemos combinado los países con medios comunitarios más activos, según el estudio de Lewis, y aquellos que disponen simultáneamente de normativa y sistema de apoyo a estos medios. A partir de esta consideración hemos optado por analizar más a fondo un caso correspondiente a cada uno de los sistemas de medios que, de acuerdo con Hallin y Mancini (2004), permiten clasificar los Estados del ámbito occidental europeo: sistema pluralista polarizado (Francia), sistema liberal (Reino Unido) y sistema democrático corporativo (Países Bajos). Para hacer esta última selección hemos considerado el número de medios identificados en cada país, según el citado informe del Consejo de Europa.

¹ Basados en datos de las autoridades reguladoras de los diferentes Estados europeos, teniendo en cuenta las radios comunitarias más numerosas y activas que las televisoras.

La metodología de nuestro trabajo se ha basado en el análisis de referencias académicas, textos periodísticos, diferentes documentos elaborados por organismos políticos, reguladores y asociaciones del sector, así como consultas y entrevistas personales.

2. UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE MEDIOS COMUNITARIOS

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) reconocía en los años noventa que bajo la marca "medios comunitarios" operaba un amplio abanico muy diverso de realidades (Delorme, 1990: 5). Esta diversidad ha dado lugar, con el paso de los años, a una gran cantidad de nomenclaturas surgidas tanto desde el activismo como de la academia (Lewis, 2008; Jankowski y Prehn, 2002; Rodríguez, 2001).

La denominación de medios comunitarios apareció en los años sesenta del siglo XX en Canadá y en la década siguiente llegó a Europa. A partir de entonces se produjo una explosión terminológica que sólo en Europa Occidental dio lugar hasta a diez nombres diferentes (Jankowski y Prehn, 1992 y 2002; Lewis, 2008). A pesar de esto, en la Europa del año 2000 existen dos denominaciones que han ganado peso tanto dentro del sector como en la universidad y las administraciones públicas: "medios comunitarios" y "tercer sector audiovisual" (Lewis, 2008). Esto no significa que el sector se haya homogeneizado y que las diferencias hayan desaparecido. Ni siquiera quiere decir que los demás nombres se hayan dejado de usar. Como sugiere Lewis, la terminología usada en cada país responde a cada contexto político y social (2008: 12).

Los medios comunitarios se identifican por el tipo de propiedad, pues no pertenecen a los grupos de radiodifusión gubernamentales ni comerciales sino que son auto-gestionados directamente por la sociedad civil. De ahí que normalmente se registren como asociaciones. Con base en una investigación de alcance europeo, Jankowski y Prehn (2002: 7-8) ofrecen una caracterización general de los medios comunitarios. Por una parte, estos medios tienen por objetivo "proveer noticias e información relevante para las necesidades de los miembros de la comunidad, involucrar a estos miembros de la comunidad en la comunicación pública vía el medio comunitario y dar poder a quienes tienen poca capacidad de influencia política" (2002: 7). Otro rasgo común de todos estos medios sería el tipo de propiedad, que es "a menudo compartida entre residentes de la comunidad, la administración local y las organizaciones basadas en la comunidad".

Según estos dos autores (2002: 8), los medios comunitarios emiten "contenido producido localmente y dirigido también localmente" que ha sido elaborado "involucrando a no profesionales y voluntarios" y que puede ser difundido por cualquier canal tecnológico. La audiencia a la cual se dirigen está sobre todo "ubicada dentro de una región relativamente pequeña y claramente delimitada geográficamente", aunque los autores reconocen que algunos medios comunitarios –sobre todo los basados en Internet– pueden atraer una audiencia mucho más amplia y geográficamente dispersa. Respecto al financiamiento, son medios "esencialmente no comerciales, aunque el presupuesto puede incluir patrocinio, publicidad y subvenciones públicas".

La propuesta de Lewis (2008) surge de un estudio de alcance europeo encargado por el Consejo de Europa. Para Lewis, la mejor caracterización es la aportada por la AMARC: son

medios que “no deben buscar el beneficio económico sino el beneficio social, debiendo ser propiedad de y teniendo que rendir cuentas ante la comunidad a la cual quieren servir, y deben permitir la participación de la comunidad tanto en la producción de contenidos como en la gestión”.

3. LAS POLÍTICAS DE LA UNIÓN EUROPEA EN MATERIA DE MEDIOS COMUNITARIOS

La Unión Europea (UE) apenas ha desarrollado políticas específicas sobre los medios comunitarios. Ninguna de las principales disposiciones jurídicas de la Comisión Europea se refiere al sector, y sólo encontramos algunas menciones de forma tangencial y sin una definición clara. Este no es el caso del Parlamento Europeo, el cual durante la legislatura 2004-2009 impulsó la defensa de los medios comunitarios en el marco más amplio de la necesidad de una regulación para la protección del pluralismo. El Parlamento Europeo concibe a los medios comunitarios como un sector diferente y complementario al público-gubernamental y al comercial. Las demandas tan básicas que hace (reconocimiento y asignación de frecuencias, incluidas las digitales) ponen en evidencia la situación en la cual se encuentra este ámbito en el seno de la UE.

De las escasas políticas europeas, la más relevante es la *Resolución sobre los medios del tercer sector* (Parlamento Europeo, 2008a), junto con una Comunicación de la Comisión sobre la alfabetización en medios (Comisión Europea, 2007b) y un estudio que señala las potencialidades de los medios comunitarios en el fomento del pluralismo externo (Katholieke Universiteit Leuven, *et al.*, 2009). La ausencia de iniciativas en defensa de los medios comunitarios por parte de la UE se explica por la orientación economicista de su política audiovisual. Especialmente, la Comisión Europea ha venido ignorando las recomendaciones del Parlamento en relación a los medios comunitarios y el pluralismo en general (Reguero, 2010). Esta tendencia se ha intensificado con la actualización de la Directiva de Televisión Sin Fronteras (2007) y con las últimas medidas orientadas a la comercialización del espectro radioeléctrico, las cuales responden a demandas de las empresas que ofrecen servicios de banda ancha móvil.

Por su naturaleza y función,² el Parlamento Europeo, organismo de representación supranacional de los ciudadanos europeos, ha sido más abierto que la Comisión a las reivindicaciones de los medios comunitarios y ha sido la institución que ha elevado a la agenda de la Unión esta cuestión. El primer pronunciamiento del Legislativo sobre los medios comunitarios se remonta a los años ochenta, con la aceptación de una moción a favor de una resolución sobre el sector.

La *Moción para una resolución sobre las estaciones de radio comunitaria* (Parlamento Europeo, 1987) exigía a los Estados miembros de la entonces Comunidad Europea el cese de las persecuciones a las radios comunitarias hasta la votación de la moción. Estas emisoras quedaban entonces definidas como medios independientes de los objetivos políticos y comerciales, sin ánimo de lucro y gestionadas por comunidades geográficas o de intereses. Sin embargo, tendrán que pasar 20 años para que se apruebe la *Resolución del Parlamento Europeo*

² Su rol histórico ha sido aportar una agenda social que compensara las iniciativas de la Comisión Europea, guiadas por los intereses comerciales (Sarikakis, 2005). El Parlamento insta regularmente a la Comisión y al Consejo Europeo a desarrollar políticas; en virtud del *Tratado de Lisboa* (2007) ha visto aumentadas sus competencias legislativas.

de 25 de septiembre de 2008 sobre los medios del tercer sector en Europa (Parlamento Europeo, 2008a), en la cual se pide a la Comisión y a los Estados miembros que tengan en consideración los medios comunitarios como grupo específico junto a los medios de comunicación comerciales y públicos (artículos 14 y 15). Estos medios quedan definidos como organizaciones sin ánimo de lucro, independientes de los poderes públicos –incluidos los locales–, responsables ante la comunidad a la que sirven y abiertos a la participación en la producción de contenidos.

Además, los medios comunitarios son defendidos para el ejercicio de los derechos democráticos de la ciudadanía en tanto que facilitadores de la participación social, la provisión de perspectivas adicionales de información y la expresión de minorías, entre otras cuestiones. También se señala el rol de estos medios en la promoción de la diversidad cultural y la protección de la identidad de grupos minoritarios. Cabe decir que la defensa de estos medios es un tanto condicional, pues desde el Parlamento Europeo se espera que también sirvan para acercar las instituciones de la UE a los ciudadanos.

A partir de estas consideraciones, el Legislativo insta a los Estados a incorporar dicha resolución en las regulaciones nacionales. Asimismo, insiste en que se destinen licencias, tanto analógicas como digitales, y un fondo de ayudas específico. La resolución también recomienda procedimientos de evaluación *ad hoc*, donde prevalezca el valor social de los proyectos solicitantes de frecuencias y no el coste de adjudicación del espectro.

El articulado de la resolución se basa en el informe *The State of Community Media in the European Union* (Kern European Affaires, 2007). Los datos de este estudio muestran un panorama general negativo en relación a las condiciones legales en las cuales operan los medios comunitarios: los Estados miembros que han regulado el sector son una minoría y los que han garantizado la transición digital aún son menos. Los autores también afirman que ya es tarde para la aprobación de una normativa europea que garantice la migración digital de estos medios y recomiendan una regulación transparente y responsable en este ámbito.

En la misma sesión en la cual se aprobó la resolución sobre el tercer sector, el Parlamento aprobaba la *Resolución de 25 de septiembre de 2008, sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea* (Parlamento Europeo, 2008). El texto recomienda la elaboración y aplicación de normas relativas al establecimiento de ayudas estatales para garantizar que los medios comunitarios puedan cumplir su función en un entorno dinámico.

Las demandas del Parlamento para la implementación de medidas específicas sobre los medios comunitarios han sido consideradas únicamente en dos Comunicaciones de la Comisión, una sobre la alfabetización en medios (Comisión Europea, 2007b) y la otra sobre las ayudas para la radiodifusión pública (Comisión Europea, 2010). En la Comunicación *Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital* (Comisión Europea, 2007b), los medios comunitarios son puestos como ejemplo de buenas prácticas de fomento de la participación política y el desarrollo de las comunidades (Comisión Europea, 2007b). La *Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión* (Comisión Europea, 2010) apela a las recomendaciones

del Parlamento para que los Estados miembros garanticen la actividad de los medios comunitarios.³

Los medios comunitarios también son mencionados en el estudio independiente encargado por el Ejecutivo *Indicators for Media Pluralism in the Member States. Towards a Risk-Based Approach* (Katholieke Universiteit Leuven, et al., 2009), en donde se alerta que la regulación europea no pone remedio a trabas con las cuales se encuentra el sector para su desarrollo, lo que inevitablemente termina afectando el nivel de pluralismo en la UE. Así, dicho estudio hace referencia a las barreras de entrada que los operadores de cable y otros proveedores de plataformas ponen a los medios comunitarios y a la falta de apoyo público. El pluralismo queda definido como coexistencia de diferentes actores y recursos de financiamiento, representados por los medios comerciales, los comunitarios o alternativos y los de servicio público (Katholieke Universiteit Leuven, et al., 2009: 13). Sin embargo, estos autores también indican que el nivel de pluralismo dependerá de la capacidad de alcance que puedan tener los medios comunitarios. A pesar de estas alertas expresadas por el grupo de expertos en pluralismo de la propia Comisión Europea, el Ejecutivo sigue sin tomar ninguna iniciativa al respecto.

De esta forma, parece que la Unión Europea deja que sean los países los que regulen de manera particular sus políticas en relación con los medios comunitarios. En este sentido, los casos que a continuación tratamos son relevantes en cuanto a la atención que el Ejecutivo ha prestado al tercer sector en cada uno de ellos y al interés que estos medios poseen para la sociedad.

4. GRAN BRETAÑA

En este país, el origen de la comunicación comunitaria podemos situarlo en las décadas de los años sesenta y setenta. Parecía existir entonces una demanda por parte de la sociedad, la cual se mostraba descontenta respecto de la British Broadcasting Corporation (BBC) y las emisoras de radio independientes. Según Andrew Crisell (1997: 215), los contenidos estaban basados en pocas informaciones y música ligera, además de que la opción de muchas cadenas era conectar con otras estaciones cuya programación resultaba poco atractiva para los oyentes. Al mismo tiempo, existía la aspiración de que los ciudadanos tuvieran una participación mayor en los medios, ya que los grupos minoritarios o con intereses particulares no se sentían representados. En principio, las iniciativas en este ámbito cristalizaron en las llamadas radios piratas que empezaron a emitir de manera clandestina. Por este motivo, muchas de ellas terminaron desapareciendo y otras se transformaron en cadenas comerciales tras la aprobación de la *Sound Broadcasting Act*, en 1972.

Sin embargo, todavía nos encontramos en estos años con un estricto marco regulatorio que favorecerá la creación de radios comerciales pero que no dará cobertura legal a las emisoras comunitarias. Habrá que esperar la creación, en 1983, de la Community Radio

³ Cabe decir que este pronunciamiento resulta ambiguo, pues incluye los medios comunitarios en las disposiciones referidas a los servicios públicos de radiodifusión.

Association,⁴ que se articulará a partir de entonces como instrumento de presión de cara a un reconocimiento político. Hay que tener en cuenta que en esta época el sector se caracterizaba por su gran inestabilidad: el Ejecutivo parecía tener voluntad e interés por este tipo de servicios, pero no terminaba de consolidar una posición firme al respecto.

A pesar de ello, en 1987 el gobierno publicó un *Libro Verde* sobre las posibilidades y desarrollo tecnológico de este ámbito (el audiovisual), en el que se hacía referencia a cuál podía ser el futuro para los diferentes servicios de radio, incluido el comunitario (MacDonald, 1988: 28). Además, la realidad se imponía y en 1989 se autorizaron más de una veintena de estaciones que respondían a intereses de diferentes grupos étnicos o dirigidas a las preferencias musicales o locales de distintos oyentes (Crisell, 1997: 216). Así, los años posteriores serán preparatorios de lo que ocurrirá en 2002, cuando las autoridades consideran que las radios comunitarias constituyen un tercer sector que complementa los servicios público y comercial. En las mismas fechas se pone en marcha la Office of Communication (Ofcom), la cual aglutinará a todos los organismos reguladores existentes en el Reino Unido, y será la encargada de contribuir a elaborar una legislación propia para la radio comunitaria.

El reconocimiento legal de la radio comunitaria se produce en 2004 a través de la *Community Radio Order*, aunque es indudable la influencia en esta norma de textos anteriores como la *Broadcasting Act*, de 1990, y la *Communication Act*, ya en 2003. El artículo 262.2 de esta última contempla que la radio comunitaria se entiende como un servicio dirigido principalmente al bien de una comunidad por encima de razones comerciales. A este punto se añade que la regulación posterior que se desarrolle podrá incluir prohibiciones o limitaciones en relación con la publicidad o patrocinio. Además, al Secretario de Estado le corresponde desarrollar la correspondiente legislación para la radio comunitaria, que será entendida como una forma análoga de emisoras locales pero atendiendo las necesidades y características de este tipo de servicio.

La regulación del sector siempre estuvo en la agenda de los políticos, tal y como vuelve a poner de manifiesto la concesión en 2001 de 16 licencias para emitir durante un año con carácter experimental (Peissl y Tremetzberger, 2010: 125). Bajo la denominación de Access Radio, la radio comunitaria salía de la ilegalidad y empezaba a consolidarse como un "tercer ámbito" dentro del audiovisual del país. Las comunidades que participaron en la iniciativa representaban intereses tan distintos como los de la tercera edad, ciudadanos asiáticos y áfrico-caribeños, músicos y artistas radiofónicos, menores o el pueblo punjabi, entre otros. Este proyecto tenía además el objetivo de proporcionar información a la Ofcom sobre cómo introducir en el futuro el sistema de licencias, la regulación, la viabilidad y el mantenimiento de estas emisoras.

Poco tiempo después, el gobierno encargó a Anthony Everitt la evaluación de la experiencia piloto, la cual fue plasmada en los informes *New Voices*, en marzo y octubre de 2003. En el primero de ellos, Everitt ofreció una serie de conclusiones sobre el cumplimiento de los beneficios sociales que el proyecto de radio comunitaria estaba dando. Además, el profesor se refería a la necesidad de dirigir el presupuesto de las radios comunitarias a través de una Access Radio Fund, que se encargara de gestionar las cantidades destinadas a la puesta en marcha y mantenimiento de las emisoras. En este sentido, recomendó que el financiamiento

⁴ En la actualidad se ha transformado en la Community Media Association (Asociación de Medios Comunitarios).

fuera asumido no sólo por el Estado, sino que se recaudaran fondos de instituciones públicas, como la Unión Europea, o privadas, ya sean en forma de donaciones, patrocinio o publicidad.

Todas estas consideraciones fueron fundamentales para que finalmente se aprobara la *Community Radio Order* en 2004. La norma considera las radios comunitarias como servicios locales que se dirigen a una parte de la sociedad o a determinadas comunidades y que tienen como finalidad conseguir un beneficio social, en lugar de mercantil. En este sentido, se aclara que dicho logro implica la consecución de los siguientes objetivos: proveer del servicio radiofónico a aquellos que carezcan del mismo; facilitar la discusión y expresión de opiniones; promover la formación de los desempleados a quienes se dirija el servicio y mejorar la comprensión de una comunidad fortaleciendo sus vínculos internos.

Sobre el sistema de concesiones, la *Community Radio Order* incluye cuáles son las restricciones para los dueños. Así, el titular de una licencia tiene que ser una corporación que no puede poseer más de una emisora y que en ningún caso puede ser la BBC, el Channel Four o la compañía S4C, ni poseer otra autorización de radio o televisión. Sobre la posibilidad de conseguir dichas licencias, se establecen algunos requisitos que intentan, sobre todo, proteger los intereses publicitarios de las emisoras comerciales.

Aunque de manera específica no se incluye un apartado sobre el financiamiento, el anteproyecto de la *Community Radio Order* sí hace referencia a la cantidad anunciada por el gobierno para la radio comunitaria desde 2004 a 2006, y que estaba cifrada en medio millón de libras por año. Este dato contrasta con la recomendación hecha por Everitt en su informe (30 mil libras por emisora), ya que muy pronto se comprobará que el crecimiento del sector necesita de un montante mayor que el estipulado por las autoridades. En apenas cinco años, se multiplicará por diez el número de estaciones mientras que el financiamiento se mantendrá intacto.

En septiembre de 2004, el gobierno iniciará la primera ronda de peticiones de licencias que acabará en mayo de 2006, aunque en noviembre de 2005 se pone en marcha la primera radio comunitaria con cobertura legal. Cuando, a comienzos de 2009, la Ofcom publica su primer informe sobre la cuestión, registra un total de 191 peticiones, de las cuales 131 ya estaban emitiendo, mientras que el resto se encontraba en proceso de revisión o consideración.

A finales de 2006, en la que será la segunda ronda de licencias, el gobierno llega a las 214, de las cuales 170 se encuentran en Inglaterra, 14 en Irlanda del Norte, 20 en Escocia y diez en Gales. Los principales grupos que cubren son públicos del ámbito rural, urbano, minorías étnicas, jóvenes, comunidades religiosas, militares y, en menor medida, tercera edad, artistas, personas con discapacidad, iniciativas de promoción de la salud, colectivos de lesbianas, homosexuales, bisexuales y transexuales y cadenas dedicadas a música escocesa y urbana. En total, la Ofcom calculaba que hasta 9.4 millones de personas podían recibir el servicio de radio comunitaria en FM o AM.

El desarrollo y buena marcha del sector hizo que en enero de 2010 se aprobara la *Community Radio (Amendment) Order 2010*, que vino a corregir algunos aspectos de la ley de 2004. En concreto, se levantaba la prohibición de que la Ofcom no pudiera otorgar licencias a radios comunitarias que coincidieran con estaciones comerciales que cubran menos de cincuenta mil receptores. Sin embargo, establece que una emisora comunitaria que se solape con una comercial no podrá conseguir ingresos por publicidad o patrocinio en aquellos casos en los cuales la audiencia potencial sea inferior a los 150 mil oyentes.

Durante el período 2008/2009, el Community Radio Fund, dependiente de la Ofcom, en nombre del Ministerio de Medios, Cultura y Deportes, volvió a subvencionar con quinientas mil libras los gastos de organización de los servicios de radio comunitaria. Resultaba evidente que no podía ser el único modo de financiamiento, por lo que otras autoridades locales, otros ministerios e instituciones públicas también han respaldado al sector, que además ha obtenido ingresos por publicidad. A pesar de ello, hasta un 40 por ciento de las emisoras fueron deficitarias. Precisamente, la cuestión del financiamiento saltó al debate público, ya que resultaba insuficiente, sobre todo si se comparaba con el presupuesto destinado a otras radios, como la pública, o a los propios medios comunitarios en otros países, como Francia.

De cara al apagón analógico radiofónico previsto para 2015, el informe *Digital Report* no prevé cómo se producirá la transformación a la tecnología digital para las radios comunitarias pero sí contempla los "beneficios" que puede reportar al sector. De esta forma, las estaciones nacionales y muchas locales pasarán al nuevo sistema, lo que dejará espacio vacío en FM que podrá ser ocupado por pequeñas emisoras comerciales y comunitarias. También se incluyen algunas recomendaciones sobre las posibilidades de cambiar aspectos de la legislación vigente para permitir la concesión de licencias comunitarias con tecnología digital.

En relación con la televisión comunitaria, tenemos que afirmar que el gobierno no ha regulado ni ha articulado un sistema oficial de licencias. La única vía posible para estas cadenas es conseguir una Restricted Service License (RSL) para un período de cuatro años renovables, pero el modelo funciona de forma parecida a una iniciativa comercial privada. Los motivos por los cuales la televisión comunitaria se encuentra más atrasada que la radio se basan, fundamentalmente, en los mayores costes que necesita para su funcionamiento. De esta manera, parece más difícil conseguir financiamiento para el sector así como publicidad adecuada y patrocinios.

También resultan problemáticas las posibilidades de distribución, ya que aunque la mayoría de las cadenas locales con RSL lo hacen a través de UHF, existen otras que utilizan el cable y la tecnología digital. Según el informe *Community Television Policies and Practices Around the World* (2009), aunque estas estaciones emiten en *streaming* no se lo plantean como única plataforma. Hay que tener en cuenta que entre 20 y 30 por ciento de los británicos no posee ordenadores y que, además, existen zonas en las cuales el ancho de banda no permite conseguir una buena calidad de imagen o resulta muy caro. Esto contribuiría a explicar que, aunque en la última década se han desarrollado proyectos de televisión comunitaria en la red, muchos de ellos no han sobrevivido.

Con el apagón analógico previsto para 2012, las expectativas para este tipo de televisión no han despejado las dudas. Mientras los operadores públicos y comerciales tienen garantizado su espacio en los multiplex, las televisoras locales y las comunitarias no han conseguido saber hasta el momento cuál será su futuro en el nuevo contexto digital.

Sin embargo, la voluntad por parte del poder político parece dirigida a proporcionar la cobertura necesaria para el desarrollo de este ámbito. A finales de septiembre de 2010, Jeremy Hunt, secretario de Estado para Cultura, Juegos Olímpicos, Medios y Deportes, dirigió un discurso ante la Royal Television Society en el cual se comprometía a impulsar el sector de la televisión local con una finalidad público-social y no sólo comercial. Cabe apreciar, sin embargo, que a lo largo de todo el documento no se hace mención de manera directa a la televisión comunitaria, como tampoco a los recursos económicos aportados por el Estado. Pero

al mismo tiempo, es interesante que públicamente Jeremy Hunt anunciara la disolución de normas sobre propiedad cruzada a nivel local, así como el interés por los contenidos con una finalidad cultural o social.

El discurso del Secretario de Estado constituye una información importante para la Community Media Association (CMA), en lo que podemos apreciar un interés por vincular la desregulación y el impulso de la televisión local con el desarrollo de la comunitaria. No es ajeno este planteamiento a la herencia dejada por la consideración que los anteriores organismos reguladores tenían sobre qué eran los medios comunitarios, entendidos, sobre todo, como aquellos que poseían connotaciones sobre unidad y localismo (Tsagarousianou, 2002: 215-216).

En todo caso, estamos ante una nueva reordenación del panorama audiovisual en el Reino Unido, que impulsará las nuevas tecnologías y podrá ampliar el número de operadores, aunque la televisión comunitaria sigue esperando un marco legal propio. Hasta que éste se produzca, los poderes públicos y privados y la Community Media Association buscan fórmulas que les permita seguir avanzando en el impulso de iniciativas audiovisuales de carácter comunitario.

Como última cuestión de interés en Gran Bretaña, cabe resaltar el papel que la BBC tiene en el ámbito comunitario. Así, en los informes *New Voices*, Anthony Everitt hacía referencia a que el surgimiento de la radio comunitaria podría ser una oportunidad para que la BBC presentara propuestas de colaboración. Este apoyo se justifica desde el momento en que parece existir cierta coincidencia entre los intereses que impulsan los proyectos comunitarios y los que cubren las emisoras locales públicas. Todo ello permitiría una retroalimentación; la radio comunitaria puede, por su parte, proporcionar información y otros contenidos locales de interés a los cuales la BBC no tiene un fácil acceso.

La recomendación de Everitt enlaza con la función social atribuida a la radio y televisión pública británica. Basándose en su *Estatuto* (renovado en 2007), la British Broadcasting Corporation tiene como finalidad servir al interés público (Prosser, 2007: 104). Además, los artículos 26 y 39 (Prosser, 2007: 109) reconocen que la BBC, a través de sus órganos corporativos, debe establecer vínculos con "las diversas comunidades, entre las que se incluyen las geográficas pero también otras con intereses diversos en el seno de Gran Bretaña". Esto es lo que, por ejemplo, ha llevado a crear diversos servicios que responden a minorías lingüísticas, como es el caso de sus contribuciones al canal galés S4C, o los servicios en lengua gaélica para Escocia tanto en radio como en televisión.

Esta nueva consideración coincide en el tiempo con una efervescencia del ámbito local y comunitario. Por este motivo, la Community Media Association y la BBC han decidido colaborar, tal y como reconocían en el documento firmado por ambas organizaciones en diciembre de 2009. Bajo el nombre de *Memorandum of Understanding. Community Media Association and BBC English Region*, el texto recogía la voluntad de estimular el mutuo apoyo, la innovación, la creatividad y el espíritu de cooperación.

Gran parte de este memorándum está centrado en la colaboración con emisoras, aunque no tiene un carácter vinculante. El espíritu fundamental del texto aboga porque aquellas radios comunitarias que vayan a ponerse en marcha se sientan estimuladas para contactar con el editor de la radio local de la BBC y perfilen sus objetivos y aspiraciones en orden de trabajar de manera conjunta. Para la radiotelevisión pública británica, el acuerdo debería servir para llegar

hasta voces y perspectivas cada vez más amplias, compartir contenidos y mejorar el desarrollo de sus trabajadores en las radios locales. Para los proyectos comunitarios, este compromiso implicaría una mejora del grupo, que puede ser a través de la formación en talleres y cursos, reciclaje del equipo técnico, financiamiento para sus contenidos y acceso a los servicios de noticias de la BBC.

De manera concisa, el memorándum dedica también un apartado a contenidos filmicos y de video. Según se explica, la industria hoy es multimedia, por lo cual los productores comunitarios también hacen películas u otros géneros de distribución limitada que, sin embargo, pueden salir a la luz a través de las páginas web de la BBC local. Por su parte, aquellas informaciones emitidas por la BBC que sean de interés para las comunidades locales, pueden estar accesibles a través del sitio web de la CMA. Así, se trataría de una colaboración que permitiría el trabajo en equipo para reforzar la democracia desde sus bases.

5. FRANCIA⁵

Al igual que en el caso británico, en Francia se han desarrollado mucho más las políticas relativas a las radios que las de las televisoras del tercer sector. De hecho, las radios reciben cobertura legal veinte años antes y cuentan con un importante fondo de ayuda, del cual no disponen las televisoras y que es considerablemente superior al existente en los países del entorno.

Asimismo, cabe subrayar la relevancia de las asociaciones de radios comunitarias existentes en Francia –la Confederación Nacional de Radios Asociativas (CNRA) y el Sindicato Nacional de Radios Libres (SNRL)–, que aúnan a un gran número de operadores y participan activamente en los debates sobre políticas de comunicación, como es el caso del proceso de digitalización de la radio hertziana, actualmente en curso. La CNRA es la organización histórica, creada en 1991, que agrupa a más de 250 radios mientras que el SNRL, con sólo seis años de existencia, es el sindicato de radios no comerciales más numeroso de Europa con unos 600 asociados. La CNRA experimenta con el instituto de sondeo Mediamétrie desde 2004 un estudio específico sobre las audiencias de las radios asociativas, radiodifusoras que ocupan un tercio del espectro reservado para la FM y cuentan en Francia con unos 3 mil asalariados, aproximadamente 12 mil voluntarios y una audiencia en torno al 3 por ciento.

Aunque la primera experiencia en el ámbito universitario data de 1969, en Lille (Radio-Campus), hasta finales de los años setenta el movimiento de las radios entonces denominadas libres no adquiere verdadera fuerza en Francia. Un número importante de ellas es impulsado por movimientos ecologistas (Radio Verte Fessenheim, Radio Cornouaille 101 o Radio 44) implicados en las luchas antinucleares de la época. Se trata, como apunta Cheval (1997), de “radios de contestación del monopolio, radios de reivindicaciones políticas y sociales, que se posicionan con frecuencia, aunque no siempre, a la izquierda”. Ante su despegue, el gobierno liberal de Giscard d’Estaing impulsa la Ley Lecat (1978) que establece hasta penas de prisión por emitir sin autorización. Al año siguiente (1979) irrumpen los sindicatos y los propios partidos en el campo

⁵ Además de las fuentes académicas que se citan, para la elaboración de este epígrafe se han obtenido datos de las páginas web del Consejo Superior del Audiovisual, de la Dirección General de Medios e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura y Comunicación, de la Confederación Nacional de Radios Asociativas, del Sindicato Nacional de Radios Libres, de Acrimed, de MediasCitoyens y de la Federación de Radios Asociativas no Comerciales de Languedoc Rousillon.

de las radios libres. Así, el Partido Socialista crea su propia estación, Radio Riposte, que es clausurada de inmediato con una intervención policial bastante violenta. Además, el entonces secretario general del partido, François Mitterrand, junto con otros dirigentes socialistas, fue inculcado por infringir el monopolio, lo que le llevó a formular, al comparecer en el Palacio de Justicia, unas declaraciones que en adelante serían muy repetidas: "En la historia de Francia, siempre ha habido momentos en que los hombres han tenido que asumir riesgos por la libertad. Ahora asistimos (...) a un fraude permanente del servicio público de radiodifusión y lo digo con fuerza: los responsables son el Presidente de la República y su gobierno". Se trata de un episodio que posiciona al Partido Socialista de lado de las radios libres cuyo reconocimiento se convierte en uno de los compromisos electorales de Mitterrand, aunque entonces se hable de autorizarlas en el marco del servicio público. Se debe matizar que en aquel momento tanto los socialistas como los comunistas preferían hablar de una reordenación del servicio público –que consideraban desnaturalizado y colocado al servicio del poder– más que de un abandono del monopolio (Cheval, 1997: 74-78).

Finalmente, el reconocimiento legal de las radios libres llegará con el ascenso de los socialistas al poder. Así, en noviembre de 1981 se rompe el referido monopolio público de la radiodifusión y se autorizan las primeras radios locales privadas (asociativas), limitando su potencia de emisión y prohibiéndoles emitir publicidad (si bien se prevé que las asociaciones titulares de autorizaciones perciban algunos ingresos procedentes de un impuesto calculado sobre los ingresos publicitarios de la radiotelevisión pública) (Pinaeu, 2005). Pero la generalización de fuentes de financiamiento "ocultas" (publirreportajes, publicidad clandestina, radios municipales o estaciones creadas y sostenidas por diarios regionales...) lleva a que en 1984 se autoricen las inserciones publicitarias, de modo que las radios ya no están obligadas a adoptar un estatuto asociativo, pudiendo optar por tres vías: conservar este estatuto y recurrir o no a los ingresos publicitarios o convertirse en sociedades comerciales.

Entonces, la mayor parte de las emisoras opta por recurrir al financiamiento publicitario, que alcanza muy diversos niveles. En ese momento, precisamente, la subvención anual se mantiene sólo para las estaciones asociativas que renuncian a la publicidad. Para las demás, persiste la prohibición de emitir en cadena y de recibir financiamiento municipal, así como la obligatoriedad de difundir 80 por ciento de producción propia y en un círculo máximo de 30 kilómetros a la redonda (previsiones de la ley de 1981). No obstante, esta nueva reglamentación tampoco se respeta y el Ejecutivo socialista opta por no aplicar las sanciones que corresponderían, lo cual permite que se vayan configurando las primeras cadenas comerciales (caso de NRJ), iniciándose así un proceso desregulador que se acelera en 1986 –al iniciarse la primera cohabitación cuando el centro derecha gana las elecciones que convierten a Chirac en primer ministro, permaneciendo Mitterrand como presidente de la República–, pero que nunca acabará con las radios asociativas (Cheval, 1997: 81-86).

Actualmente, estas radios están reconocidas explícitamente en una de las cinco categorías de emisoras radiofónicas que maneja el Consejo Superior del Audiovisual francés (CSA) a la hora de otorgar licencias de emisión:

Categoría A. Servicios asociativos que se pueden beneficiar de un fondo de ayuda.

Categoría B. Servicios locales o regionales independientes que no difunden programación nacional identificada.

Categoría C. Servicios locales o regionales que difunden programación de una cadena temática de vocación nacional.

Categoría D. Servicios temáticos de vocación nacional

Categoría E. Servicios generalistas de vocación nacional.

Las radios de la categoría A pueden difundir publicidad hasta un límite de 20 por ciento de su cifra total de negocio. Estas radios tienen como vocación ser radios de proximidad, radios comunitarias, culturales o escolares. Su programación de interés local, al margen de la publicidad, debe comprender, al menos, cuatro horas diarias entre las 6 y las 22 horas.

Las mencionadas radios de categoría A son las que pueden beneficiarse de las ayudas que anualmente otorga el Fondo de Apoyo a la Expresión Radiofónica Local (FSER). El funcionamiento del fondo, creado en 1982, está regulado por el Decreto 2006-1067 del 25 de agosto de 2006, el cual cumple el mandato del artículo 80 de la Ley 86-1067, del 30 de septiembre de 1986.

El mencionado decreto establece que la ayuda financiera que se otorga a las radios de categoría A presenta diversas modalidades: tres de carácter automático (subvenciones de instalación, de equipamiento y de explotación) y una subvención selectiva (que otorga más margen a quien la concede para su distribución) a la acción radiofónica (artículo 2). Las subvenciones de explotación y las selectivas tienen carácter de subvenciones de funcionamiento. Las ayudas del Fondo de Apoyo a la Expresión Radiofónica Local son gestionadas por la Dirección General de Medios e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura y Comunicación. La asignación de las subvenciones selectivas se realiza a partir de la propuesta de una comisión formada por once miembros designados para un periodo de tres años, por el ministro encargado de la Comunicación.

Según el decreto que venimos comentando, anualmente se remite al ministro encargado de la Comunicación un informe sobre el funcionamiento del FSER (artículo 19). El último de estos informes hecho público hasta el momento (noviembre de 2010) es el correspondiente a 2008, el segundo año de aplicación de la reforma aprobada en 2006. Según este documento, el montante de las subvenciones a las radios de categoría A ascendió ese año a 25.8 millones de euros, 1.6 por ciento más que en 2007.

De cara a 2011, el ministro de Cultura y Comunicación, Frédéric Mitterrand, anunciaba el 29 de septiembre de 2010 que el presupuesto para estas radios en FM se elevaría a 29 millones de euros, al incorporar una partida de dos millones que en 2010 se había reservado para facilitar el proceso de digitalización, actualmente estancado. Según el ministro, con esta medida se pretende dar respuesta al notable incremento de autorizaciones de FM otorgadas por el CSA en los últimos años.

Cabe matizar que en Francia también se otorgan subvenciones a las radios asociativas en la región Languedoc Rousillon, particularmente sensible a estas iniciativas del tercer sector audiovisual, que suponen en la zona 120 empleos permanentes y mil 200 voluntarios activos.

Mientras todo este proceso ocurre en el ámbito de la radio, tenemos que hablar de una situación distinta para la televisión. Las cadenas locales comerciales son autorizadas en Francia por una ley del 13 de diciembre de 1985, pero las asociativas no contarán con cobertura legal

hasta quince años después, pese a que las primeras iniciativas piratas surgen a principios de los años ochenta. Estas primeras experiencias, muy heterogéneas, según Dudignac (2010: 96), “no se inscriben en la línea de los movimientos a favor de una apropiación popular de los medios y, aunque emergen a continuación del movimiento de las radios libres, están lejos, muy lejos, de la filosofía política del derecho a la comunicación”.

La posibilidad de que las asociaciones obtengan una autorización para prestar servicios de televisión hertziana de cobertura nacional, regional o local se concreta en la ley del 1º de agosto de 2000, gracias a una enmienda del Partido Verde (Pineau, 2010). Pero esta disposición no ha ido acompañada de un mecanismo de apoyo financiero (tipo FSER), de un régimen fiscal adaptado, de obligaciones *must carry* ni de un tratamiento particular de la responsabilidad editorial, tal como reclamaban los actores del sector. Un primer informe gubernamental que sí recogía estas previsiones fue bloqueado antes del cambio político de 2002, que supuso un giro conservador en Francia y, por tanto, el fin del tercer periodo de cohabitación (Pineau, 2003).

Al año siguiente, en 2003, se hace público un segundo informe que fija las prioridades del nuevo Ejecutivo en materia de televisión local, entre las que claramente no se encuentran estos operadores sin ánimo de lucro. Según este documento –*Quelles perspectives de développement pour les télévisions locales?*–, las asociaciones tienen muchas más dificultades para presentar planes de financiamiento creíbles que les permitan obtener una autorización del CSA, ya que disponen de presupuestos muy limitados. El mismo informe señala que

los montantes financieros necesarios para prestar servicios de televisión hacen bastante improbable la generalización de proyectos asociativos capaces de difundir emisiones de calidad y de producir al menos una hora al día de contenidos. Por razones evidentes de costes de difusión y de elaboración de programas, el modelo de las radios asociativas no es trasladable a la televisión. La creación de un fondo de apoyo a las cadenas asociativas, reclamado por ciertos actores del ‘tercer sector audiovisual’, no parece una solución realista, tal como ha indicado el ministro de Cultura y Comunicación en la Asamblea Nacional al hilo del debate sobre el presupuesto de comunicación para 2003.

El documento concluye, en la misma línea economicista, aunque en términos generales, “que si se tienen en cuenta los medios necesarios para la edición de un servicio de televisión, parece más operativo priorizar la apertura de ‘ventanas asociativas’ en las parrillas de las televisiones locales comerciales”.

Ante la pasividad gubernamental en relación con las reivindicaciones de las televisoras asociativas, éstas realizaron en 2006 un llamamiento “en favor de un verdadero pluralismo audiovisual”, que se traducía en diversas demandas, como la extensión a las televisoras asociativas del Fondo de Apoyo a las Radios Asociativas mediante un incremento del impuesto sobre la publicidad.

Desde entonces, y contrario a lo que sucede en el caso de la radio, en Francia se ha ido avanzando en el proceso de transición digital, de modo que ya no se otorgan autorizaciones para prestar servicios de televisión hertziana con tecnología analógica. No obstante, si bien desde 2007 se han abierto –y se continúan abriendo– concursos para la adjudicación de

licencias de televisión digital terrestre (TDT) local, lo cierto es que, para el tema que nos ocupa, sólo cabe mencionar la asignación de un programa de múltiplex que cubre la Île-de-France (región de París, que cuenta con más de 10 millones de habitantes) a cuatro entidades asociativas que han de organizarse para emitir todas ellas por la misma frecuencia (en la línea de las recomendaciones del mencionado informe de 2003).

Otra cuestión clave desde una óptica política es el cambio de actitud del Partido Socialista con respecto a los medios comunitarios puesto que, frente al apoyo claro a las radios asociativas a principios de los años ochenta, se advierte un evidente desinterés hacia las televisiones del tercer sector dos décadas más tarde. Según Dudignac (2010: 112-115), "las televisiones asociativas serían demasiado amateurs para ser verdaderamente serias, demasiado confidenciales para ser realmente útiles (conferir un prestigio social o una visibilidad política a sus impulsores) y probablemente demasiado 'a la izquierda' para ser oportunas".

La digitalización (o no) de las emisiones de radio hertziana es probablemente la cuestión más relevante de las políticas audiovisuales que se están desplegando actualmente en Francia. El Consejo Superior del Audiovisual abrió en marzo de 2008 un concurso para adjudicar en 19 zonas del país (30% de la población) licencias para emitir con tecnología digital a las cinco categorías de radios existentes. El 26 de mayo de 2009, el CSA realizó una preselección de candidatos para las zonas de París, Marsella y Niza, apreciándose en el listado de beneficiarios un importante número de radios asociativas. No obstante, este proceso se ha estancado, fundamentalmente por el desinterés de las grandes cadenas comerciales, inicialmente partidarias del despliegue de la nueva tecnología.

Tal como afirma MediasCitoyens, una asociación que agrupa a medios asociativos-participativos-alternativos de la región Rhône-Alpes, "si los grandes grupos dan hoy marcha atrás no es tanto porque no quieran asumir los costes derivados de la implantación de la radio digital en el contexto de la crisis (las radios comerciales han obtenido resultados muy positivos en este comienzo de año) sino porque vislumbran en Internet, el *podcast* y la tecnología de la telefonía móvil un *El dorado* mucho más atrayente". Esta misma asociación reconoce que estas tecnologías son tentadoras "no sólo en términos comerciales sino también en términos de información, compartición de saberes, interactividad", pero matizan que "el *podcast* Internet no es neutro. No es gratuito, no asegura ningún acceso democrático. Su difusión depende de operadores privados y su tutela no tardaría en condicionar el contenido editorial de las radios".

Las radios asociativas, que en un principio se habían mostrado recelosas con la digitalización, se están manifestando ahora muy combativas para que el proceso despegue. Cuando cerrábamos este artículo, en octubre de 2010, estaban a punto de hacerse públicas las conclusiones de una "misión" sobre esta cuestión encargada por el Primer Ministro a David Kessler, consejero de Estado, antiguo director de France Culture, consejero de Cultura del Ayuntamiento de París y antiguo consejero de Jospin. En la carta en la cual se formula el encargo se solicita a Kessler que se posicione sobre cuál sería el modelo económico sostenible que garantice el éxito del lanzamiento de la radio digital: sistema de despliegue, grado de cobertura territorial y norma tecnológica (en Francia se ha optado inicialmente por el T-DMB, un estándar utilizado únicamente en China y Corea para servicios de televisión móvil). También se le pide a Kessler que valore la oportunidad de recurrir a las otras dos formas de distribución, alternativas o complementarias a la radio digital terrestre: por un lado, la vía satelital y, por otro, el sistema IP, en particular sobre redes móviles de tercera y cuarta generación.

Cabe matizar que este encargo se produce justo al concluir la asamblea anual del Sindicato Nacional de Radios Libres, celebrada en Nantes el pasado mes de mayo. Precisamente, este sindicato se reunía con David Kessler el 9 de julio para exponerle su postura ante la misión relativa a la digitalización de la radio, transmitiéndole diversas recomendaciones al respecto, entre las que se encontraban reservar a las bandas I, II y III para la radio digital terrestre; iniciar un despliegue progresivo en las metrópolis con el objetivo de analizar el comportamiento de los oyentes y adaptarse a sus demandas; firmar los convenios con los editores que así lo deseen e iniciar las emisiones de radio digital en París, Niza y Marsella, así como relanzar inmediatamente los concursos en las otras 16 zonas urbanas previstas inicialmente.

En esta línea se manifiesta la otra agrupación de radios asociativas francesa, la CNRA, que reclama, entre otras cuestiones relativas a la radio digital, que se garantice la continuidad de los operadores que actualmente prestan el servicio en FM, que no se fije una fecha para el apagón analógico, que se opte por una única norma técnica (preferiblemente el DAB+) y que se mantenga un sistema de financiamiento público específico y claro para las radios asociativas.

En todo caso, los contactos entre el gobierno y el Consejo Superior del Audiovisual, por un lado, y las organizaciones que agrupan a las radios asociativas, por el otro, son frecuentes. Está por verse qué conclusiones resultan de la “misión Kessler” y cómo se concretan. Por el momento, parece que existe una clara voluntad del CSA para digitalizar las emisiones de radio por ondas, garantizando con las nuevas autorizaciones digitales la pervivencia de las radios asociativas; asimismo, también existe una intención del gobierno de mantener el fondo de ayudas existente, adaptándolo a las nuevas necesidades que surjan en el posible proceso de transición digital. No está claro, por el contrario, que los grandes operadores comerciales modifiquen su posición, si bien podrían lograr que, en este contexto, el regulador ceda a otra de sus peticiones: flexibilizar la normativa sobre concentración.

6. PAÍSES BAJOS

Por su diversidad e implantación, el sector de medios comunitarios holandés es uno de los más desarrollados de Europa. Se contabilizan aproximadamente 300 licencias para radios comunitarias,⁶ unas 123 televisoras y unos 284 servicios en Internet considerados como medios comunitarios (European Parliament, 2007: 11). Sus servicios llegan a más del 90 por ciento de la población de los Países Bajos. El caso holandés muestra el potencial del tercer sector audiovisual cuando éste se puede desarrollar en un marco político, legal y económico “acogedor” (Peissl y Tremetzberger, 2010: 124).

El sistema de medios de comunicación de los Países Bajos tiene unas peculiaridades que es necesario recordar para entender correctamente el estatus y las características que tienen los medios comunitarios en este país. Por este motivo, en primer lugar, explicaremos qué se entiende allí por medios de comunicación de servicio público y, en segundo lugar, señalaremos la importancia de la distribución por cable de las señales de televisión y radio.

⁶ Respuesta de los Países Bajos al cuestionario sobre radios comunitarias, solicitado para la 31ª Reunión de la European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) (Barcelona, 12-14 de mayo 2010). Facilitado por el Commissariaat voor de Media. Comunicación personal, 10 de mayo de 2010.

La denominación que se otorga a los medios comunitarios es la de *lokale omroep* (radiotelevisiónes locales-emisoras locales) y aquí se incluyen las radios, las televisoras y otros servicios de medios de comunicación (Peissl y Tremetzberger, 2010: 127). Por tanto, los medios comunitarios holandeses son necesariamente medios locales, que se difunden por ondas hertzianas (sólo radios), cable y/o satélite (radios y televisoras).⁷

Además, también es muy importante señalar que estos medios locales comunitarios son denominados medios de servicio público. El concepto de medios públicos en Holanda se concibe, desde sus orígenes, como una radiotelevisión (nacional, regional y después local) construida con la participación de todos los movimientos sociales, tanto en la gestión como en la elaboración de contenidos.

En la segunda mitad del siglo XIX, los católicos y los protestantes calvinistas, y más tarde también los socialistas, se opusieron a la hegemonía del estamento conservador-liberal de aquel momento. Sus esfuerzos por conseguir libertad para sus seguidores llevaron a la creación de "pilares": compartimentos cerrados y paralelos para cada creencia o ideología en la sociedad, los cuales aplicaron su propia forma de pensar y vivir en todos los ámbitos. Esto llevó a un *apartheid* sociocultural que se plasmó en sus partidos políticos y sindicatos pero también en las escuelas, hospitales y asociaciones de ocio.

Cuando comenzó la radio en la década de 1920, los movimientos que apoyaban la "pilarización" se dieron cuenta del potencial de este medio para convertirse en el vehículo ideal para llegar a sus respectivos grupos. En pocos años, las asociaciones NCRV (protestantes), KRO (católicos), VARA (socialistas) y VPRO (protestantes liberales) se establecieron y emitían a través de dos radios, Hilversum 1 e Hilversum 2. La publicidad no estaba permitida y los miembros de estas organizaciones cubrían los gastos de las emisoras.

En 1951, este sistema se aplicó también en la televisión y, aunque adaptado a la nueva realidad social, todavía está hoy vigente para las organizaciones públicas de radiotelevisión. Queremos insistir en que este modelo de organización es único, en el sentido de que nace en manos, no de corporaciones públicas, sino de asociaciones de oyentes y telespectadores, enraizadas en las ideologías de la sociedad de este país, y basadas en el histórico proceso que se ha denominado "pilarización". Nos atreveríamos a afirmar que, de alguna manera, en todos los medios públicos holandeses existe una presencia de contenidos comunitarios.

Por ejemplo, hoy en día, entidades privadas (asociaciones del ámbito civil y confesiones religiosas) que representan las diferentes sensibilidades y tradiciones de la sociedad holandesa,⁸ comparten el tiempo de emisión de los tres canales públicos de televisión de cobertura nacional y de las siete programaciones de radio. Respecto de las asociaciones de ámbito civil, el sistema público de radiotelevisión quiere garantizar que cualquier colectivo que esté organizado legalmente como asociación pueda obtener un tiempo de emisión en la *Nederlandse Publieke Omroep* (NPO), el organismo público de radiotelevisión de alcance nacional. Las confesiones

⁷ La mayor parte de las emisoras de radio tienen acceso a un canal en cable y a una frecuencia de FM en cada municipio. Sólo en las grandes ciudades es posible el acceso a más de un canal a través de cable (seis en Ámsterdam, cuatro en Rotterdam, dos en La Haya y dos en Utrecht), como resultado de la negociación entre el ayuntamiento y el operador local de cable (Huizenga, 2002: 11).

⁸ Una lista completa de estas asociaciones con licencia para producir contenidos audiovisuales se puede consultar en: <http://en.publiekeomroep.nl/page/organisatie/omroepen>

religiosas (protestantes, católicos, musulmanes, hindúes, etcétera) cuentan igualmente con un tiempo de emisión según su representatividad social.

Para entender que el 90 por ciento de la población holandesa reciba algún medio de este tipo, hay que tener en cuenta que las redes locales de cable tienen la obligación de incorporar en su oferta los medios comunitarios que operan en su área (*must carry*). Junto con esto, no podemos olvidar que el cable ha dominado históricamente el mercado holandés de televisión. El servicio de televisión por cable analógica está disponible desde 1971. Desde entonces, cada vez más hogares han adoptado este sistema, hasta alcanzar 89 por ciento en 2003. Los Países Bajos son uno de los Estados más cableados del mundo. La mencionada obligación *must carry* no tendría la misma repercusión en otros países con una estructura distinta de distribución de señales de televisión y radio.

El origen de esta unión entre medios de servicio público local y redes de cable se encuentra en las décadas de 1970 y 1980 cuando fueron instaladas las redes locales de cable, que en muchos casos eran propiedad y estaban explotadas por los ayuntamientos; mientras que la empresa de Correos, Telégrafos y Teléfonos de los Países Bajos (Dutch PTT Posterijen, Telegrafie en Telefonie) no se ocupaba con suficiente rapidez de la implantación de una red nacional. Por tanto, las licencias de cable se concedieron sólo para sistemas locales y la interconexión entre ellas se prohibió, de modo que el sistema holandés de cable se convirtió en un sistema de alcance local. De la misma manera, los primeros experimentos de televisión de proximidad se realizaron a nivel municipal (Huizenga, 2002: 3), y necesariamente por cable pues no había espectro radioeléctrico disponible para estas televisoras, tal como continúa ocurriendo actualmente.

Por otro lado, ha existido una política de medios restrictiva hacia las iniciativas de empresas privadas de televisión por cable. El gobierno holandés temía que la competencia comercial a los medios de servicio público viniera no sólo vía televisoras extranjeras por satélite sino también vía televisión local. En efecto, las empresas privadas consideraban la radiotelevisión local como un camino para entrar en el cerrado mercado del sistema de radiotelevisión pública nacional y expandir su negocio publicitario. Para evitar lo anterior, los experimentos de televisión local se permitieron sólo a pequeña escala y sin ánimo de lucro. Esta política continuó cuando la radio y la televisión local se legalizaron en 1984. De hecho, hasta 1992 no se permitió la difusión de publicidad en los medios locales, y hasta 1995 no aparecen las primeras empresas comerciales de radiotelevisión local (Huizenga, 2002: 3).

A partir de 1995 el sistema de cable experimentó cambios profundos, en la propiedad y en la explotación de sus redes. Ese año, la mayor parte de las redes seguían en manos de los ayuntamientos; sin embargo, seis años más tarde (2001), tres grandes empresas (UPC, Casema y Essent) poseían 70 por ciento de todo el sistema, incluidas las grandes ciudades. La empresa tradicional de cable local, organizado su funcionamiento como un servicio de utilidad pública, se convirtió en una empresa (inter)regional de "servicios integrados" (telefonía, televisión e Internet), e hizo grandes inversiones para actualizar las redes, producir y explotar sus propios contenidos y servicios interactivos (Huizenga, 2002: 11).

Los primeros experimentos de radio y televisión local tuvieron lugar en la década de 1970, subvencionados por el gobierno holandés, y también, en cierto modo, dirigidos ideológicamente. Durante ese periodo, al igual que en toda Europa, los científicos sociales y las organizaciones de base abogaban por una mayor democratización y participación ciudadana en

las instituciones (gobiernos, universidades y organizaciones públicas de radiotelevisión). Esto llevó a cambios en la posición monopolística de las organizaciones de radiotelevisión pública y al desarrollo de radios y televisoras descentralizadas, alternativas y pequeñas, también denominadas medios comunitarios.

El modo de organización de los medios locales públicos en la legislación holandesa fue formulado desde el principio exigiendo que las emisoras fuesen representativas de la sociedad y de la vida cultural de su comunidad y que no tuviesen ánimo de lucro. El principio de participación todavía hoy se puede observar en el hecho de que las personas que trabajan en la radiotelevisión local son normalmente voluntarios, procedentes de la localidad donde ese operador emite. Este aspecto todavía es más llamativo en las grandes ciudades de los Países Bajos, donde las minorías emiten programas en su propia lengua a través de canales en abierto.

Pero el carácter alternativo de estos medios resultó ser más un ideal que una realidad. La presunta necesidad de los ciudadanos de la comunidad de participar activamente en la radiotelevisión local fue de hecho bastante limitada, y las personas que normalmente participaban no pertenecían a grupos que estuvieran excluidos en los medios reconocidos. Además, la mayor parte de los voluntarios tendían automáticamente a adoptar una actitud semi-profesional en la producción de los programas, y eran menos flexibles hacia nuevos participantes. Finalmente, la continua falta de dinero obligaba a estas emisoras a aplicar principios más pragmáticos, como los índices de audiencia. Por tanto, el carácter de participación democrática de los medios locales se erosionó rápido después de los primeros experimentos.

El servicio público local de radiotelevisión holandés fue adaptando muchas de las características propias de un sistema de servicio público, sobre todo porque empezó a centrarse en la información local y también en el entretenimiento. Una década después (en 1983) estos operadores fueron legalizados.

Durante ese periodo de diez años, cientos de radios locales piratas se pusieron en funcionamiento, centradas principalmente en la música. Más tarde, bastantes de ellas participaron en la radiotelevisión pública y manifestaron otras prioridades antes que el "desarrollo comunitario". Por otra parte, la legislación sobre medios locales exigía que la programación local contuviera una proporción sustancial de noticias locales. De acuerdo con esto, a comienzos de los años noventa la misión de proporcionar información local era todavía dominante respecto a otras, como la de funcionar como un instrumento de comunicación para los grupos de especial interés (especialmente minorías) y la función de ser un *hobby* para sus animadores. Por tanto, las noticias locales y la música se convirtieron en los elementos clave de la mayor parte de las programaciones de las emisoras locales (Huizenga, 2002: 3-5). En 1981, 15 emisoras de radio local formaron Lokale Organisatie van Omroepen in Nederland (OLON), una asociación que desde entonces representa al sector, y de la que hablaremos más adelante.

La actual regulación sobre medios comunitarios se recoge en la Ley de medios de comunicación de 2008 (*Mediawet*, 2008), título 2.3: servicios públicos regionales y locales de medios de comunicación, artículos 2.61-2.71. Es muy significativo que la autoridad reguladora en materia de medios de comunicación (Commissariaat voor de Media), al ser preguntada por el actual debate sobre los medios comunitarios y las reformas previstas, responda que en Holanda no existe ninguna discusión prevista, a nivel político, sobre el sector y no se tiene pendiente ninguna reforma que le afecte. Se concluye que este es un ámbito reconocido, maduro, limitado

en su expansión (sólo se concede licencia para un servicio de radio y televisión en cada localidad), y que en los Países Bajos han quedado atrás las etapas en las cuales se encuentran ahora otros países europeos. Sin embargo, el importante aspecto del modo de financiamiento del sector sí que ha sido objeto, casi permanente, de debates y cambios, como veremos a continuación.

La radio y televisión comunitarias se definen como servicio público local de radiotelevisión (*lokale omroep*), orientado a la satisfacción de las necesidades sociales que puedan surgir en el ámbito municipal. Deben de contar con un órgano de gobierno que determine-regule la política de oferta de contenidos, y que sea representativo de las corrientes sociales, culturales, religiosas y filosóficas más importantes de la zona donde opera (*Mediawet*, 2008, artículo 2.61). Sólo entidades legales, como asociaciones o fundaciones, pueden presentar solicitudes.

A los adjudicatarios se les permite la difusión de programas de radio vía ondas terrestres, cable o satélite, la difusión de programas de televisión vía cable o satélite, así como teletexto y *Kabelkrant* ("screen magazines") por un periodo de cinco años. Todos los municipios holandeses tienen derecho a una licencia (Peissl y Tremetzberger, 2010: 124). Como ya hemos explicado, la obligación *must carry* que tienen las redes locales de cable es un factor muy importante para entender por qué 90 por ciento de la población holandesa recibe algún medio de este tipo.

La regulación de los contenidos constituye una diferencia esencial entre los medios comunitarios y los medios comerciales. Sus programas –al igual que los de los servicios públicos regionales– deben de dedicar, entre las 7 y las 11 de la noche, un mínimo de 50 por ciento del tiempo de emisión a la información, la cultura y la educación, todas ellas referidas a su ámbito de cobertura. Asimismo, un porcentaje de estos contenidos, que se determinará por decreto del Consejo Regional para los Medios, debe ser de producción propia (*Mediawet*, 2008, artículo 2.70).

En esta línea, se advierte que mientras que la presión económica sobre los operadores comerciales y regionales tiende a hacer desaparecer de la programación el contenido local, los emisores de servicio público local se han definido y posicionado primordialmente como difusores de información de proximidad (Peissl y Tremetzberger, 2010: 124).

Los medios comunitarios no pueden tener ánimo de lucro y se basan en el trabajo de voluntarios. OLON estima que aproximadamente 22 mil personas participan en la actividad de los medios comunitarios cada semana. Unas 500 personas tienen trabajos remunerados (tiempo parcial y tiempo completo) (European Parliament, 2007: 20). Asimismo, tienen la obligación de informar al Commissariaat voor de Media sobre el funcionamiento del órgano de gobierno del medio (que decide sobre los programas), el financiamiento y el calendario de programación. A su vez, la autoridad reguladora hace un seguimiento del contenido de los medios comunitarios: los supervisa al azar, por propia iniciativa o tras haber recibido quejas y teniendo en cuenta las previsiones antes apuntadas. También lleva a cabo una supervisión basada en una aproximación temática, por ejemplo, para tener una visión precisa de los acuerdos de *esponsorización*.

Desde el 1º de enero de 2010 las autoridades municipales están obligadas a contribuir al financiamiento de la implantación y desarrollo de los medios comunitarios; se ha comenzado por imponer que destinen a este fin 1.30 euros al año por cada hogar. Como se aprecia, este financiamiento no proviene, como sucede en otros países, de la redistribución de una parte de

los ingresos publicitarios de los medios privados. También se benefician de no tener que pagar una compensación por la frecuencia terrestre o por la emisión a través de una red de cable. Pueden obtener ingresos comerciales, pero tienen muchas restricciones para la emisión de publicidad (solo 12 minutos por hora, 15 por ciento% por día y 10% por año), que además no puede interrumpir los programas.

En cuanto a la proporción que el financiamiento público supone en el presupuesto típico de los medios comunitarios –aproximadamente del 50 por ciento–, no existen grandes diferencias entre los grandes medios como los que emiten en Ámsterdam y otras grandes ciudades, y los que emiten en pequeños pueblos.


Hasta 2010, y al contrario de lo que ocurría con los servicios públicos nacionales y regionales de radiotelevisión, el financiamiento de los operadores locales no era obligado por ley. OLON se manifestó desde su constitución a favor de un sistema central de financiamiento público. En 1997, el gobierno autorizó la posibilidad de añadir un recargo de 0.90 euros por hogar en el canon anual de radiotelevisión para financiar las emisoras locales. Después de esto, la situación económica de estos medios pareció mejorar durante un tiempo, hasta que en 2000 el canon fue eliminado y los medios públicos pasaron a ser financiados directamente vía presupuestos estatales. Desde ese momento, los medios públicos locales (comunitarios) volvieron a tener problemas. Aunque el gobierno central estableció un fondo de compensación para la radiotelevisión local (de 6.4 millones de euros al año para todo el sector, aproximadamente un euro por hogar), este dinero llegaba directamente a los ayuntamientos y no era siempre destinado a los medios comunitarios. Por ejemplo, en 2001, 38 por ciento de los ayuntamientos usaron ese dinero para otros fines; en sólo 5 por ciento de ellos, esa cantidad se destinó íntegra para las organizaciones de medios comunitarios. OLON criticó esa situación donde el financiamiento dependía con frecuencia de las arbitrariedades de la política local. Pidió el establecimiento de un fondo central, con 5 euros por hogar donados cada año (Peissl y Tremetzberger, 2010: 124; Huizenga, 2002: 5-6), pero esta medida nunca se llegó a aceptar.

Como señalamos más arriba, la solución adoptada (plasmada en el artículo 2.170 de la Ley de medios de comunicación) es que los ayuntamientos sostengan financieramente a los medios comunitarios, con una contribución que complemente los ingresos que obtienen por otras vías (publicidad, donativos), si es que los obtienen. El Commissariaat voor de Media manifiesta que aún no se puede valorar la eficiencia de esta medida, ya que está vigente desde enero de 2010.

OLON ha sido financiada desde 1984 como organización representativa de los medios comunitarios. A finales de 2007, 98 por ciento de todos los adjudicatarios de licencias locales eran miembros. El reconocimiento legal de estos medios como un servicio público ha permitido la legitimación y el reconocimiento público de OLON. Es tenida en cuenta en todas las consultas y cuestiones esenciales que se refieren al sector y ofrece a sus miembros diversos servicios y asesoramiento (a veces, pagando por ello). Tiene un presupuesto anual de 1.66 millones de euros y es una de las mayores y más influyentes organizaciones en el campo de la radio comunitaria (Peissl y Tremetzberger, 2010: 124 y 127).

7. A MODO DE CONCLUSIÓN

De todo lo apuntado en el presente artículo consideramos que cabe subrayar el interés de las experiencias en las cuales se advierten mecanismos de colaboración entre los medios públicos y los comunitarios. Así, en el caso de los Países Bajos, los medios comunitarios son considerados servicios públicos locales y, desde enero de 2010, las autoridades municipales están obligadas a financiarlos. Además, los colectivos sociales tienen la posibilidad de elaborar contenidos comunicativos para todas las radios y televisiones de servicio público, incluidas las de cobertura nacional, y de participar en su gestión. Se trata de un modelo único en Europa, resultado del comentado proceso de "pilarización" vivido en el país durante el siglo XIX. Este modelo puede resultar oportuno para el desarrollo del sector, al igual que la colaboración que se plantea en el Reino Unido entre la BBC y la Community Media Association, que implica la colaboración y la optimización de recursos para ambas organizaciones.

Dejando al margen la opción de Internet, que siempre implica un coste de acceso para los usuarios, parece claro que en los medios públicos –que en Europa aún cuentan con audiencias muy notables– se puede reservar un espacio para que las iniciativas comunicativas del tercer sector puedan tener un cierto eco. Obviamente, una apuesta de este tipo debería estar acompañada de las irrenunciables garantías de independencia de funcionamiento con la que debe contar cualquier proyecto comunicativo. 

BIBLIOGRAFÍA

Analysys Mason (2010). *Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale*. Documento consultado el 16 de noviembre de 2010. Disponible en: http://www.csa.fr/upload/publication/analysysmason_rapportfinal_tvlocale.pdf

Cammaerts, B. (2009). Community Radio in the West. *The International Communication Gazette*, 71, núm. 8, pp. 635-654.

Cheval, J. J. (1997). *Les radios en France. Histoire, état et enjeux*. Rennes, Éditions Apogée.

Comisión Europea (2007b). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions of 20 December 2007. A European approach to media literacy in the digital environment (COM(2007) 833). Documento consultado el 23 de noviembre de 2010. Disponible en: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/com/en.pdf

Comisión Europea (2009a). Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión. Documento consultado el 20 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:257:0001:0014:ES:PDF>

Comisión Europea (2009b). Recomendación de la Comisión de 28 de octubre de 2009 para facilitar la obtención del dividendo digital en la Unión Europea (2009/848/CE). Documento consultado el 20 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:308:0024:0026:ES:PDF>

Comisión Europea (2010). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones Una Agenda Digital para Europa. Documento consultado el 21 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:ES:PDF>

Crisell, A. (1997). *An introductory history of British Broadcasting*. Londres, Routledge.

- Daalmeijer, J. (2004). Public Service Broadcasting in The Netherlands, Trends in Communication, 12 (1). Lawrence Erlbaum Associates, Inc., pp. 33-45.
- Dudignac, C. (2010). "Le tiers secteur audiovisuel face à la gauche: là où l'histoire se répète", en Cailler, B.; Pineau, G. y Pradié, C. La longue marche des télévisions associatives. París, L'Harmattan.
- Delorme, M. (1990). AMARC: A plan for action. AMARC 4th Report. Dublín, AMARC.
- European Parliament (2007). The State of Community Media in the European Union. Documento consultado el 11 de noviembre de 2010. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/dv/691/691771/691771en.pdf
- Everit, A. (2003). New Voices. An evaluation of 15 Access Radios Projects. Londres, Radio Authority y Galousted Gulbekian Foundation.
- Everit, A. (2003). New Voices. An update-october 2003. Londres, Radio Authority y Galousted Gulbekian Foundation.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004). Comparing Media Systems: three models of media and politics. Cambridge, Cambridge University Press.
- Huizenga, M. (2002). Convergence and Public Local Broadcasting in The Netherlands: opportunities and threats. Documento consultado el 19 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/huizenga.pdf>
- Humphreys, P. (2008). "The principal axes of the European Union's Audiovisual Policy", en Fernández Alonso, I. y Moragas, M. (eds.). Communication and cultural policies in Europe. Barcelona, Lexicon.
- Jankowski, N. W.; Prehn, O. y Stappers, J. (1992). The people's voice. Londres, John Libbey.
- Jankowski, N. W. y Schoorlemmer, M.K.H. (1999). "Holanda: la televisión regional alcanza la mayoría de edad", en Moragas, M., Garitaonandía, C. y López, B. Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital. Bellaterra, Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Jankowski, Nicholas W. (2002). "Conceptualizing community media", en Nicholas W. Jankowski y Ole Prehn (ed.). Community media in the information age. Perspective and prospects, pp. 3-16. Cresskill, Hampton Press.

Jankowski, N. W. y Prehn, O. (2002). Community media in the information age. Perspective and prospects. Cresskill, Hampton Press.

Katholieke Universiteit Leuven (ICRI) (et al.) (2009). Indicators for Media Pluralism in the Member States. Towards a Risk-Based Approach. Documento consultado el 20 de noviembre de 2010. Disponible en:

http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm

Kern European Affaires, KEA (2007). The state of community media in the European Union. Documento consultado el 19 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN>

Lewis, P. "Community radio: encouraging the involvement of citizens in public spheres", en Peñafiel Saiz, Carmen (ed.) (2007). Transformaciones de la radio y la televisión en Europa, pp.75-82. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

MacDonald, B. (1988). Broadcasting in the United Kingdom. A guide to information source. London, Mansell Publishing Limited.

McKay, G. (2010). "Community Arts and Music, Community Media". en Howley, K. (Ed.). Understanding Community Media, pp. 41-52. California, Sage Publications.

Oliver, M. (1989). "Radio deregulation in the UK", en Veljanovski, C. (ed.). Freedom in Broadcasting, pp.165-117. Londres, Institute of Economic Affairs.

Ministere de la Culture et de la Communication (2003), Quelles perspectives de développement pour les télévisions locales? Documento consultado el 16 de noviembre de 2010. Disponible en:

<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/rapporttelelocales.pdf>

Parlamento Europeo (1987). Moción para una resolución sobre las estaciones de radio comunitaria (1987) (fuente: Fédération Européenne des Radios Libres, FERL (1988). Euro radio. Forcalquier, F.E.R.L.).

Parlamento Europeo (2008a). Resolución del Parlamento Europeo de 25 de septiembre de 2008 sobre los medios del tercer sector en Europa (2008/2011(INI)). Documento consultado el 12 de noviembre de 2010. Disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:008E:0075:0079:ES:PDF>

Parlamento Europeo (2008b). Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea (2007/2253(INI)). Documento consultado el 10 de noviembre de 2010. Disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:008E:0085:0094:ES:PDF>

Peissl, H. y Tremetzberger, O. (2010). "The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland". *Telematics and Informatics*, 27, pp. 122-130.

Pérez Tornero, J. M. (dir.) (2007). *Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Documento disponible el 17 de noviembre de 2010. Disponible en:

http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/study.pdf.

Pinaeu, G. (2003). *Télévisions associatives: Une si longue attente pour un si triste rapport*. Documento consultado el 11 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.acrimed.org/article1380.html>.

Pineau, G. (2005). *Les médias associatifs audiovisuels: bref historique et état des lieux*. Documento consultado el 11 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.acrimed.org/article1900.html>.

Pineau, G. (2010). "Télévisions associatives: une longue marche inachevée", en Cailler, Bruno; Pineau, Guy y Pradié, Christian. *La longue marche des télévisions associatives*. París, L'Harmattan.

Prosser, T. (2007). "United Kindgom", en *The Public Service Broadcasting Culture*, pp.103-113. Hoenheim, European Audiovisual Observatory.

Reguero, N. (2010). *Les polítiques de la Unió Europea en matèria de 'mitjans de la societat civil' 1987-2009. Els casos francès, britànic i espanyol*. Bellaterra, tesina de doctorado presentado en el Departament de Mitjans, Cultura i Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Reguero, N. y Scifo, S. (2010). "Community media in the context of European media policies". *Telematics & Informatics*. Documento consultado el 11 de noviembre de 2010. Disponible en: http://www.sciencedirect.com/science_ob=ArticleURL&_udi=B6V1H-4WK43SJ-3&_user=1517286&_coverDate=06%2F21%2F2009&_alid=1005955418&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_cdi=5675&_sort=r&_docanchor=&view=c&_ct=1&_acct=C000053449&_version=1&_urlVersion=0&_userid=1517286&md5=7fb55121f1bbba7e1dc845dbee73fb2.

Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Cresskill, Hampton Press.

Sarikakis, K. (2005). "Defending Communicative Spaces: the Remits and Limits of the European Parliament", *Gazette*, 67. Documento consultado el 7 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/67/2/155>

TimeScape Productions (2009). *Políticas de televisión comunitaria y prácticas alrededor del mundo*. Documento consultado el 12 de noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.vcn.bc.ca/cmcs/1pages/Community-Television-Around-the-World.htm#toc11>

Tsagarousianou, R. (2002). "Ethnic Community Media, Community Identity and Citizenship in Contemporary Britain", en Jankowski, Nicholas W. y Prenh, Ole (eds.). *Community Media in the Information Age. Perspectives and Prospects*, pp. 209-230. Cresskill, Hampton Press.