

INFORME URCM 2024-25

**La radiodifusión comunitaria y los jóvenes
en la Comunidad de Madrid:
composición, contenidos, formación y más**



Informe elaborado por la URCM.

Parte del proyecto “Más allá del podcast en tu habitación 2024-25”, subvencionado por subvencionado por la Dirección General de Juventud de la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid.

Madrid, septiembre de 2025

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. LA RADIO COMUNITARIA Y LA JUVENTUD	5
1.1. ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE RADIOS LIBRES Y COMUNITARIAS?	5
1.2. ¿DE QUIÉNES HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE JÓVENES?	6
1.3. RETRATO ROBOT DE UNA EMISORA COMUNITARIA DE MADRID	7
2. COMPOSICIÓN DE LAS EMISORAS DE LA URCM	9
2.1. LA EDAD DE LAS PERSONAS ASOCIADAS	10
2.2. EL GÉNERO DE LAS PERSONAS ASOCIADAS	11
2.3. SITUACIÓN EN LAS JUNTAS DIRECTIVAS	12
2.4. EL PERSONAL ASALARIADO	14
3. LAS CUESTIONES TÉCNICAS	15
4. LOS CONTENIDOS DE LAS RADIOS DE LA URCM	17
5. LA CUESTIÓN FORMATIVA	20
6. A MODO DE CONCLUSIONES: LA JUVENTUD, EL FUTURO DE LA RADIODIFUSIÓN COMUNITARIA	21

INTRODUCCIÓN

El presente informe, *La radiodifusión comunitaria y los jóvenes en la Comunidad de Madrid: composición, contenidos, formación y más*, se inserta dentro de la ejecución del proyecto formativo “Más allá del podcast en tu habitación”, subvencionado por la Dirección General de Juventud de la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid para el curso 2024/25, dentro de la temática “participación y asociacionismo juvenil”, y cuyo fin principal ha sido dotar a la población juvenil participante de herramientas y conocimientos técnicos para elaborar podcasts y programas de radio y estimular su iniciativa cultural, artística y social, a la vez que se formaban en la metodología del asociacionismo y la comunicación social, con el objetivo de que se integren en proyectos más grandes del Tercer Sector y romper, así, las barreras del individualismo imperante.

Sin embargo, creemos que los datos recogidos en el mismo nos permiten acercarnos al estado de este movimiento en la región de Madrid, casi cincuenta años después de la aparición de la primera emisora de este tipo en el Estado y a punto de cumplirse las tres décadas de existencia de la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URCM), federación que agrupa a la mayoría de estas entidades en nuestro territorio.

Así, de cara a la realización de la formación propuesta, desde la URCM se detectó la necesidad de analizar en detalle la composición de las entidades federadas para poder detectar sus necesidades reales en materia de juventud. En concreto, se intentó recopilar datos sobre las siguientes cuestiones:

- Franjas de edad de las personas integrantes de cada entidad.
- Género de las personas integrantes de cada entidad.
- Composición de los órganos de gobierno de cada entidad, atendiendo a cuestiones como la edad y el género.
- Tipos de programas producidos en cada entidad, así como los públicos a los que se dirigen.
- Actividades comunicativas, sociales y culturales que realizan las entidades asociadas y a qué sectores de población se dirigen.

El objetivo estaba claro: comprobar cuál es la presencia de la juventud en el movimiento de radios libres y comunitarias madrileño y detectar cuáles son sus necesidades concretas en este ámbito, para el medio/largo plazo. Del mismo modo, este trabajo sirvió para concretar en qué dos emisoras de la URCM debían llevarse a cabo las formaciones propuestas.

Dos fueron los métodos empleados para la recolección de los datos contenidos en el informe: una encuesta online remitida a las 11 entidades federadas y una serie de entrevistas presenciales con integrantes de las radios que componen la URCM¹.

¹ Las entidades federadas en la URCM en el momento de elaboración del informe son: ECO Leganés (Leganés), OMC Radio (Villaverde, Madrid), Radio Almenara (Ventilla, Madrid), Radio Cigüeña (Rivas Vaciamadrid), Radio El Candil (Leganés), Radio Enlace (Hortaleza, Madrid), Radio Jabato (Coslada), Radio Morata (Morata de Tajuña), Radio Moratalaz (Moratalaz, Madrid), Radio Vallekas (Puente de Vallecas, Madrid) y Radio Xata (Pinto).

Entendimos, en el diseño del informe, que el empleo de metodologías cuantitativas y cualitativas nos ayudaría a una mejor comprensión y análisis de los datos recogidos.

Así pues, empleamos la Jornada de Inicio de Curso 2024/25 celebrada en Radio Almenara el 5 de octubre de 2024 para informar a las asociadas tanto del proyecto como de la calendarización del mismo. Tras ello, la encuesta online se realizó entre noviembre de 2024 y febrero de 2025. Las entrevistas personales, que tuvieron el objeto de resolver cuestiones concretas y recoger datos puntuales, se realizaron en visitas presenciales y actividades grupales de la URCM como la Jornada de Inicio de Curso del 5 de octubre de 2024 en Radio Almenara o el Programa especial por el Día Mundial de la Radio del 13 de febrero de 2025 en Radio Enlace (Hortaleza, Madrid).

Se recogieron datos de 9 de las 11 emisoras federadas, pues tanto Radio Morata como Radio Vallekas, no respondieron a los formularios. Con la información recopilada se valoró qué dos emisoras debían recoger los dos módulos formativos y se procedió a su ejecución entre los meses de mayo y julio de 2025. Las emisoras sede de las formación fueron, finalmente, Radio Xata (Pinto) y Radio Enlace (Hortaleza), ambas con mucho arraigo en el movimiento asociativo de su comunidad.

Debemos señalar, no obstante, la dificultad encontrada en muchas ocasiones para sistematizar los datos recogidos. Desde una perspectiva histórica, las emisoras libres y comunitarias apenas sí han prestado atención a la recogida y análisis de esta información, centradas como han estado en su labor comunicativa². Entendemos que es importante que las personas que se acerquen a este informe tengan esto en cuenta, pues nos hemos basado en datos en ocasiones aproximados. Creemos, también, que esta realidad recoge el carácter diverso y espontáneo de este movimiento, así como la dificultad que entraña someterlo a parámetros científicos de carácter sociológico.

De este modo, las páginas que siguen se estructuran en cinco epígrafes. Veremos, en un primer lugar y de forma somera, qué entendemos por juventud y radio comunitaria en este informe y de qué formas se relacionan. En segundo lugar, atenderemos a la composición de las emisoras que integran la URCM. Cuestiones como la edad y el género de sus personas asociadas y de sus juntas directivas y órganos de gobierno, serán a las concentren nuestra atención. A continuación, en tercer lugar, nos ocuparemos de la programación de estas radios y del papel de los jóvenes en la misma. El cuarto epígrafe lo dedicaremos al estudio de las capacidades y necesidades formativas de estos medios y, finalmente, el informe recoge unas conclusiones que nos permitirán abrir nuestra mirada hacia el futuro y plantear vías de actuación para la participación de la juventud en los procesos de comunicación comunitaria.

² Existen algunos esfuerzos previos en esta dirección. El más reseñable tal vez sea el llevado a cabo por la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) y publicado en 2015: *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*.

1. LA RADIO COMUNITARIA Y LA JUVENTUD

En el mundo de las radios libres y comunitarias, así como en el asociacionismo en general, existe una sensación de envejecimiento, de que la gente joven no se acerca a las asociaciones y/o emisoras, mientras opta por otras formas de participación ciudadana o de ocio. ¿Cuánto de cierto hay en ello? ¿Es solo una sensación o los datos confirman una realidad?

Este informe pretende responder a estas preguntas, desde los datos y no desde intuiciones o sensaciones, normalmente cargadas de subjetividad. Así, en estas páginas hemos querido analizar la presencia de las personas jóvenes en el día a día de las emisoras comunitarias madrileñas atendiendo a distintas variables y realidades:

- en su condición de asociadas individuales.
- en la producción de programas de radio, principal actividad de las radios comunitarias.
- en la composición de los órganos de gobierno de las asociaciones.
- en el personal contratado, en los pocos casos en que se da este particular.

Y, a partir de estos datos, realizar un diagnóstico sobre la situación de la juventud en el seno de estas emisoras para así poder definir la necesidad de organizar actividades, formaciones y campañas de captación específicas para este grupo de edad. Del mismo modo, y tal y como señalábamos en la introducción, la información que presentan estas páginas nos permite tener una aproximación a la realidad cotidiana de la radiodifusión libre y comunitaria madrileña. Para ello debemos clarificar dos cuestiones previas: qué es una radio libre o comunitaria y quiénes componen esa juventud a la que hacemos referencia en estas páginas.

1.1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de radios libres y comunitarias?

La radiodifusión libre y comunitaria aparece en España en los primeros compases de la Transición democrática. Se trata, por lo tanto, de una realidad con una dilatada existencia. Su evolución a lo largo de estos casi 50 años no ha sido, sin embargo, lineal. Encontramos momentos en los que este tipo de emisoras tuvieron un papel preponderante en los barrios de las grandes ciudades y en los pequeños municipios de España y otros en los que, por diversos motivos, pareció que disminuía la intensidad de su actividad comunicativa. En la actualidad podemos afirmar, con matices de carácter regional, que se trata de un fenómeno que goza de una buena salud.

Así, de cara a una mejor comprensión del contenido del presente informe, creemos que es necesario acercar al público lector a las características esenciales de este tipo de medios. Estas, [de acuerdo con la Red de Medios Comunitarios](#) —entidad que agrupa a un número importante de los proyectos de comunicación comunitaria del país— son:

- Son actores privados que tienen una finalidad social.
- Son gestionados por organizaciones sociales de diverso tipo.
- Están orientados a satisfacer las necesidades de comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la comunicación y a la información y libertad de expresión de las personas integrantes de comunidades determinadas, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses, ante las cuales son responsables.
- Están abiertos a la participación lo más amplia posible respecto la propiedad del medio y el acceso a la emisión, así como a las diversas decisiones de programación, administración, operación, financiamiento y evaluación, por parte de la comunidad a la que sirven.
- No deben tener fines de lucro.
- No deben realizar proselitismo religioso ni político.
- Deben defender la democracia y respetar la pluralidad de opiniones
- Deben permitir expresarse a los que no tienen voz, servir de portavoz de los oprimidos (se trate de una opresión racista, sexista o de clase social) y, en general, de ofrecer una herramienta para el desarrollo. abierta a la necesidad de expresión de los sectores sociales y culturales con menor posibilidad de acceso a los medios con fines exclusivamente comerciales o públicos.
- Más que hacer algo por la comunidad, deben dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, como por ejemplo, poseer el control de su propio medio de comunicación.
- Deben tener un estatus asociativo, un funcionamiento democrático y una financiación coherente con el hecho de no tener fines lucrativos.

Para concluir con esta breve aproximación, creemos necesario incluir dos detalles importantes. Por un lado, pese a que hablamos de radios, no todas las emisoras libres y comunitarias emiten en frecuencia modulada. Muchas de ellas son nativas digitales, otras han perdido la capacidad de emitir por las ondas con el tiempo y algunas otras funcionan como centros de producción sonora. Desde la URCM creemos que esta diversidad de funcionamientos, lejos de suponer un problema, enriquece enormemente la naturaleza del movimiento. Por otro lado, es importante señalar que, al menos en lo que respecta a la Comunidad de Madrid, aquellas radios comunitarias que emiten en frecuencia modulada lo hacen de forma ilegal. La histórica falta de voluntad política de las distintas administraciones ha hecho que, pese a ser un fenómeno reconocido legalmente desde 2010, el movimiento sigue esperando las prometidas concesiones administrativas que regularicen su actividad.

1.2. ¿De quiénes hablamos cuando hablamos de jóvenes?

El concepto de juventud, en tanto que construcción sociocultural, ha ido variando con el paso de los años. Es una realidad que depende de su contexto: histórico, geográfico, etcétera. Es más, tal y como recoge el [Informe Juventud en España 2024](#):

la juventud es mucho más que una palabra. Se trata de una noción polisémica, con significados diferenciados según sus usos en el sentido común, en los medios de

comunicación, en la legislación, en las políticas públicas y en las distintas disciplinas académicas (de ciencias naturales como la biología y la neurociencia, a ciencias sociales como la demografía, la sociología y la antropología, pasando por ciencias híbridas como la psicología). Lo mismo sucede con el adjetivo “juvenil”, que puede aplicarse tanto a la edad como a la generación e incluso al estilo de vida (p. 39).

Teniendo esto en cuenta, y asumiendo las dificultades que implica trabajar con un colectivo tan complejo, en este informe nos apoyamos en los criterios que utiliza la propia Dirección General de Juventud de la Consejería de Familia, Juventud y Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid en la convocatoria de la subvención que enmarca este proyecto. Así, cuando hablamos de juventud y jóvenes, hacemos referencia a personas con una edad comprendida entre los 12 y los 35 años.

Creemos importante señalar aquí que el interés de la URCM por la juventud ha sido una constante de su creación. Así, dentro de la labor de las emisoras comunitarias, ha sido habitual el trabajo con este colectivo en áreas tan diversas como la promoción del tiempo libre, el deporte de base o la prevención de adicciones y de la violencia de género, entre otras cuestiones. Ha sido común, también, el desarrollo de labores de intervención sociocomunitaria con jóvenes en riesgo de exclusión social o con aquellos que provienen del ámbito de la salud mental, con el objeto de romper el estigma social que habitualmente les rodea. Del mismo modo, es histórica, también, la colaboración de las emisoras comunitarias en centros de educación reglada de diversos niveles (CEIP e IES, principalmente) a través de actividades de diversa índole y talleres de educomunicación.

La radio ha tenido siempre un especial atractivo para las personas jóvenes, que en ocasiones la descubren como una alternativa al ocio mercantilizado imperante. El ejercicio de comunicar ha sido, históricamente, una actividad empoderadora. En los últimos años, de hecho, se ha producido un importante crecimiento en la producción de contenidos sonoros realizados por y para la población juvenil.

Al calor de la digitalización y la democratización tecnológica que esta ha traído consigo, han proliferado los podcasts y los contenidos audiovisuales dirigidos a las redes sociales. Proyectos que, en la mayoría de los casos, tienen un importante carácter individual, poco arraigo e implicación en su entorno y, normalmente, recorridos muy breves. La intención de la URCM es mantener su línea de trabajo con la juventud y, en la medida de lo posible, revertir esa tendencia individualista, aprovechar el empuje que la comunicación tienen entre los jóvenes y redirigirla hacia formas que redunden en la conexión de este colectivo con sus comunidades más cercanas y el tejido asociativo que en ellas se inserta.

1.3. Retrato robot de una emisora comunitaria de Madrid

La emisora promedio de la URCM responde, de acuerdo con los datos disponibles, al siguiente perfil:

- se fundó hace 26 años (1999)
- tiene 33 personas asociadas, con una media de edad aproximada de 44 años

- un 55% de las personas asociadas se identifican con el género masculino, un 41,25% con el femenino y un 0,63% con ninguno de estos
- emite 19 programas propios y 8 de producción externa
- en ella, cada programa autogestiona su control técnico
- la mayoría de asociadas tiene un nivel bajo de formación técnica, tarea que recae en un grupo de trabajo de entre 2 y 5 personas.

El socio medio de una emisora de la URCM es un hombre de 44 años.

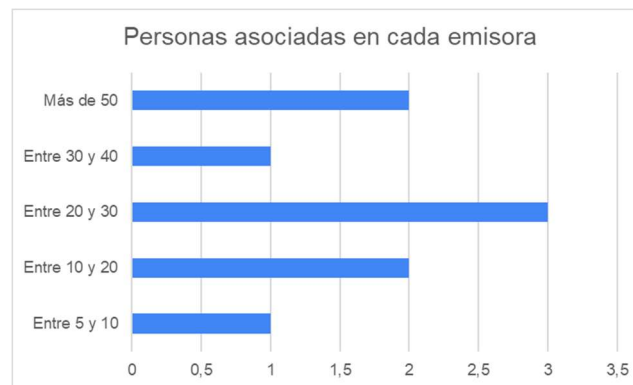
2. COMPOSICIÓN DE LAS EMISORAS DE LA URCM

El modelo de comunicación comunitaria se basa, tal y como hemos visto en el epígrafe anterior, en la participación de las personas que componen la comunidad a la que sirven, que normalmente son las que se asocian a estos medios y, en consecuencia, los integran. Cabe preguntarse, por tanto, ¿cuántas personas participan del movimiento de la radiodifusión libre y comunitaria madrileño dentro de la URCM? Para responder a esta pregunta hemos trabajado con las horquillas 5-10 personas asociadas, 10-20, 20-30, 30-40, 40-50 y más de 50 y con unos números que, en la mayoría de casos, han sido aproximados (tan solo tres emisoras dieron datos exactos: 26, 75 y 98 personas). La diversidad de respuestas queda recogida en la figura 1. De este modo, si tomamos en consideración los valores medios de cada una de las horquillas y los datos exactos, nos encontramos con que las emisoras de la URCM cuentan con un total aproximado de 300 personas asociadas (una media de unas 33 socias en cada una de las 9 emisoras que respondieron al cuestionario).

En la disparidad de los datos recogidos se evidencia la heterogeneidad del movimiento y los distintos niveles de implantación y desarrollo de los medios en sus territorios. Esto responde, desde nuestro punto de vista, a un condicionamiento multifactorial: el propio devenir de las entidades, su longevidad, los cambios sociales y culturales operados en nuestras sociedades, las transformaciones demográficas de sus comunidades, etcétera.

Figura 1. Número de personas asociadas por emisora

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)



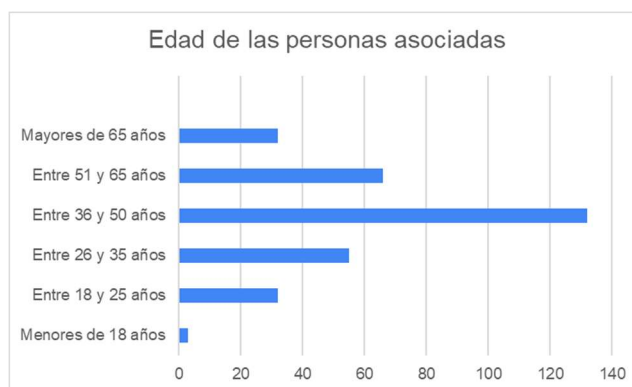
Debe tenerse en cuenta, también, a la hora de valorar estos resultados que no necesariamente todas las personas asociadas en cada uno de estos medios participan en todas y cada una de sus facetas, ni todas las personas que participan en estos medios están asociadas a los mismos. Tanto el funcionamiento como la forma de relacionarse con estas emisoras son realidades complejas, pues son flexibles y adaptables a cada contexto. Esto implica que sea complejo determinar el número de personas que orbitan, con mayor o menor intensidad, alrededor de estas radios.

2.1. La edad de las personas asociadas

Tal y como señalamos más arriba, uno de los objetivos principales del presente informe es comprobar si la sensación de envejecimiento relativo de la base social de las emisoras asociadas a la URCM tiene base real o, por el contrario, responde a un percepción errónea. Así, rigiéndonos por la caracterización que da la propia Comunidad de Madrid de una persona “joven”, hemos decidido recoger datos aproximados correspondientes a las siguientes franjas de edad: menores de 18 años, entre 19 y 25 años, entre 26 y 35 años, entre 36 y 50 años, de 51 a 65 años y, finalmente, mayores de 65.

Figura 2. Edad de las personas asociada en cada emisora

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)



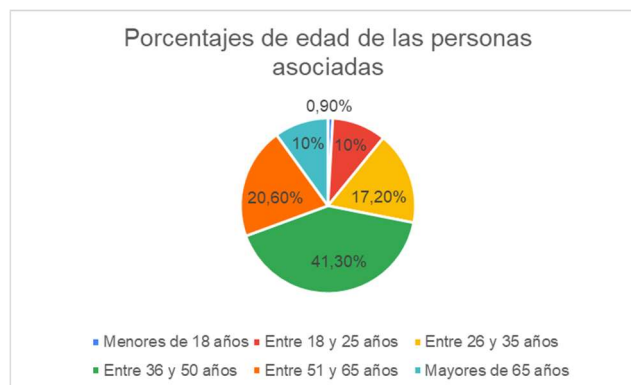
Si atendemos a los datos recogidos en las figuras 2 y 3, podemos destacar lo siguiente:

- El grupo de edad mayoritario en las emisoras está entre 36 y 50 años y representa al 41,30% de las personas asociadas.
- El grupo de edad minoritario es el de menores de 18, que no alcanza el 1% de las integrantes de la URCM.
- Las personas mayores de 65 años constituyen el 10% del total de las asociadas de la URCM.
- La media de edad de las personas asociadas en las emisoras de la URCM es de 43,76 años³.
- Las personas menores de 35 años asociadas a las radios libres y comunitarias de la URCM suponen un 28% del total de las personas socias.

³ Para este cálculo hemos considerado la edad media de cada uno de los tramos, a excepción de los extremos inferior y exterior, para los que se ha tenido en cuenta el valor mínimo (18) y máximo (65) de edad contemplados.

Figura 3. Edad de las personas asociadas en cada emisora, porcentajes sobre el total

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)



Podemos señalar, también, que en la emisora en la que el porcentaje de menores de 35 años es más importante, este supone un 58% de sus asociadas. En paralelo, debemos destacar que existe, dentro de la URCM, una emisora en la que no participa ninguna persona menor de 35 años. Asimismo, tan solo en una de las radios participantes en este estudio, la juventud, lo menos menores de 35 años, es el grupo mayoritario. Pese a esta diversidad de situaciones, el hecho de que el porcentaje de personas jóvenes asociadas a las emisoras libres y comunitarias madrileñas se sitúe en el 28%, hace que sea un grupo con un peso relativo importante.

2.2. El género de las personas asociadas

Al igual que en los epígrafes anteriores, los datos empleados para este análisis son también aproximados en ocasiones. Se preguntó, a cada una de las entidades federadas en la URCM, con qué género se identificaban sus personas asociadas: masculino, femenino u otros géneros diferentes. Se agruparon las respuestas en las siguientes franjas: entre 0-5 personas, de 6 a 10 personas, entre 11 y 15, de 16 a 20, de 21 a 30 y, finalmente, más de 30, aunque algunas de las emisoras consultadas dieron datos concretos.

Así, tomando en consideración las cifras exactas y las aproximadas, obtenemos que, tal y como recogen las figuras 4 y 5, alrededor del 56% de las personas asociadas en las emisoras de la URCM se identifican con el género masculino, un 42% lo hacen con el género femenino y, finalmente, un 0,65% no se identifican con los géneros masculino o femenino⁴.

⁴ La mayoría de las emisoras marcaron la respuesta que contenía el rango de 0 a 5 personas. Tan solo una de ellas dio un dato concreto: 2. Sin embargo, debemos tener en cuenta que esta entidad reconoce la figura de la "asociada colectiva" y que las dos respuestas recogidas son de este tipo (por lo que incluyen a más de una persona). Así, con el objetivo de dar una fotografía fija lo más fiable posible, hemos considerado las respuestas afirmativa como individuales y en el resto se ha decidido optar por el 0, de forma que el total de la URCM pueda detectar un debe a este respecto y profundizar en los motivos que puedan explicar la poca presencia de personas que escapan a las lógicas del cisheteropatriarcado.

Figura 4. Número de personas asociadas por género

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)

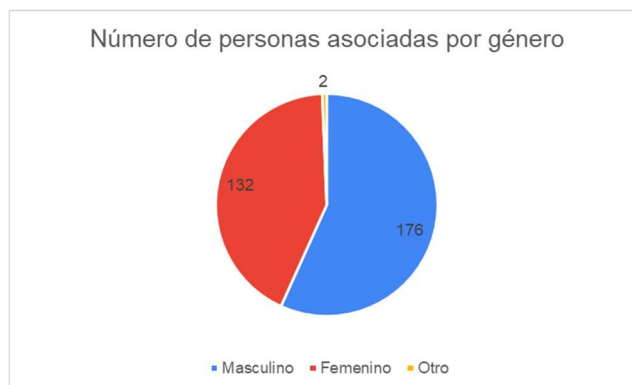
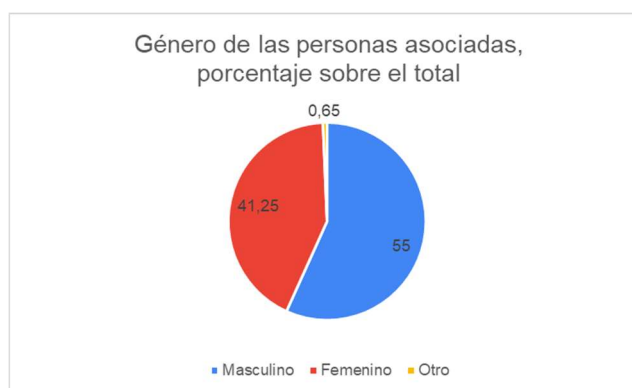


Figura 5. Género de las personas asociadas, porcentaje sobre el total

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)



A la luz de los datos aquí recogidos, y partiendo de la base de que las entidades asociadas en la URCM se ven atravesadas por las dinámicas heteropatriarcales que imperan en nuestra sociedad, todavía queda camino que andar en la igualdad de género. Del mismo modo, los datos recogidos en este informe nos invitan a pensar que las radios libres y comunitarias deben avanzar en convertirse en espacios seguros para las personas de géneros no normativos.

2.3. Situación en las juntas directivas

Si bien es cierto que las emisoras libres y comunitarias promueven la horizontalidad asamblearia como método preferente para la toma de decisiones y gestión del medio, dado que su inmensa mayoría son asociaciones de distintos signo tienen juntas directivas, que ejercen distintos niveles de gobierno. Hemos considerado de interés recoger de forma aproximada y en la medida de lo posible, la composición de estos

órganos. Creemos que analizarlos nos puede permitir comprender un poco más en profundidad las formas en las que nuestras emisoras se relacionan con la juventud⁵.

Así, de acuerdo con los datos recolectados, la junta directiva promedio de una emisora de la URCM está compuesta por una media de 6 personas (3,22 hombres y 2,67 mujeres), de casi 50 años y que llevan, aproximadamente, 7 años en puestos de gestión. Encontramos entidades que presentan juntas amplias, de hasta 12 personas, y otras en las que existen figuras alternativas como las de los coordinadores. Vemos, también, que las entidades cubren las figuras requeridas por la legislación (presidencia, secretaría y tesorería) y en ocasiones se añaden figuras complementarias como la vicepresidencia o vocalías (con o sin responsabilidades concretas).

Si nos centramos en la cuestión de la edad promedio de las juntas directivas, veremos que esta es de 49,73 años, algo alejada de la edad límite considerada para la juventud (35 años). Asimismo, podemos comprobar cómo el órgano más joven tiene una edad media de 41 años y el más veterano está compuesto íntegramente por mayores de 65 años. Debemos señalar que no encontramos ninguna persona menor de 39 años las juntas directivas de las emisoras de la URCM.

Con respecto a la cuestión de género, en 4 de las emisoras consultadas existe paridad en la junta directiva, en 2 hay mayoría de mujeres y en las tres restantes mayoría de hombres. En ninguno de los casos ha habido personas que se identificaran con géneros distintos del masculino y el femenino. Si atendemos al detalle a los cargos, vemos que, en términos globales, existe paridad. Así, salvo una emisora en la que no tienen presidencia, nos encontramos con que hay 4 presidentas y 4 presidentes dentro de las emisoras de la URCM.

Otro aspecto a tener en cuenta a la hora de acercarnos a las juntas directivas de las emisoras de la URCM es el tiempo de permanencia de las personas en las mismas. Dado que dentro de la Unión encontramos emisoras con cuatro décadas de existencia y otras con apenas tres años de vida, los resultados obtenidos son dispares. Lejos de ser negativo, entendemos que es una muestra más de la diversidad de nuestro movimiento.

De este modo, las personas integrantes de los órganos de gobierno de las emisoras de la URCM llevan un promedio de 7 años en el cargo⁶. El dato medio de permanencia más alto es de 18 años y el menor de 2,5 años. La emisora en la que menos tiempo llevan las personas en puestos de gestión es la que acaba de cumplir sus tres años

⁵ Del mismo modo, la composición de las juntas directivas de las asociaciones es una cuestión a tener en cuenta a la hora de concurrir a determinadas convocatorias.

⁶ Es importante tener en cuenta que es habitual que las personas integrantes de las juntas directivas vayan saltando de un puesto a otro.

de vida, mientras que en otras más longevas, encontramos personas en sus juntas directivas desde 1989⁷.

Varias son la cuestiones que suscita la composición de los grupos que gestionan las distintas emisoras de la URCM. Debemos resaltar como algo a tener en cuenta, por un lado, la ausencia de personas menores de 35 años en los mismos y, por otro, lo dilatado de las experiencias en este campo, pues pueden ser cuestiones que estén íntimamente relacionadas. Cabe preguntarse si existen barreras —conscientes o inconscientes, visibles o invisibles— para que las personas jóvenes pasen a ocupar puestos de responsabilidad en sus emisoras o si, por el contrario, la imposibilidad de encontrar relevos hace que las mismas personas tengan que ir rotando en posiciones de gestión. Asimismo, el carácter voluntario de las entidades que componen la URCM hace que la experiencia adquirida tras años de gestión se convierta en un recurso necesario para la supervivencia de las mismas, lo que plantea la necesidad de poder atesorarla y transmitirla.

2.4. El personal asalariado

A diferencia de otras experiencias de radiodifusión alternativa, las emisoras que componen la URCM sí contemplan la posibilidad de tener personal asalariado. La cada vez mayor complejidad de algunas de las entidades ha hecho que, con el tiempo, contraten personal para su gestión. Pese a ello, y debido a la precariedad económica que rodea al sector, el personal asalariado no es una figura habitual hoy en día.

De entre las 9 entidades que respondieron a la encuesta propuesta, tan solo 2 tienen la actualidad personal en plantilla: 2 en uno de los casos y 6 en el otro. Esta realidad es una muestra más de la diversidad de los proyectos que componen la federación.

Dado lo reducido de los números es complejo retratar este perfil. Sin embargo, en base a los casos existentes, podemos decir que en la actualidad, una persona trabajadora en una emisora comunitaria madrileña es un hombre o una mujer (se reparten equitativamente entre las 6 personas contratadas) de unos 48,5 años de edad centrada, principalmente, en las tareas de gestión de su medio: coordinación de proyectos, asistencia técnica y labores administrativas son sus ocupaciones cotidianas⁸.

Nos encontramos, de nuevo, con una realidad de nuestros medios en la que apenas hay presencia de personas jóvenes. Las preguntas que suscitan son similares a las que planteaba la cuestión de las juntas directivas: ¿las personas jóvenes evitan dar el paso en este sentido? ¿La necesidad de conocimientos previos ejerce como barrera invisible? Constituye, de cualquier modo, otro aspecto en el que los medios comunitarios deben profundizar.

⁷ La actual junta directiva de la URCM es, de hecho, un fiel reflejo de las dinámicas de sus emisoras. Está compuesta por 5 hombres y 2 mujeres, con una media de edad de 51,8 años y una dilatada experiencia en gestión (bien en la propia URCM, bien en las entidades a las que representan).

⁸ En la encuesta no se preguntó específicamente por tipos de contrato, ni jornada. Tampoco hemos contabilizado contabilizado el personal eventual a cargo de proyectos específicos.

3. LAS CUESTIONES TÉCNICAS

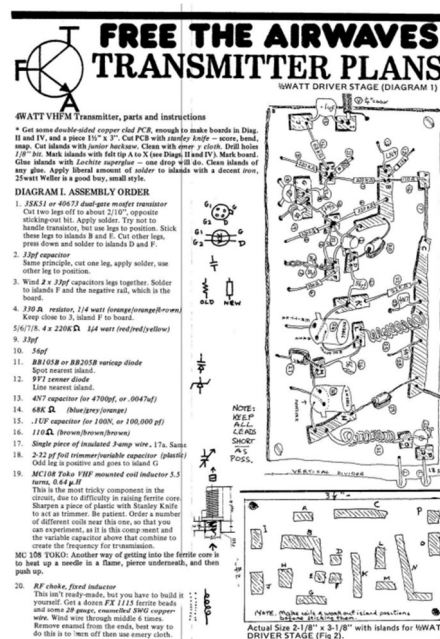
Una de las claves del modelo de comunicación libre y comunitaria es la democratización al acceso a las herramientas para ejercerla y ahí es fundamental la parte técnica. ¿Hasta qué punto el uso de una mesa de mezclas, los micrófonos, el software de grabación, edición y emisión, etcétera, suponen una barrera para la participación de las personas en la vida de las emisoras de la URCM?

El carácter no profesional de las radios comunitarias hace que estas intenten que todos sus integrantes puedan participar en cada uno de los pasos del proceso productivo de la comunicación. En consecuencia, históricamente se ha puesto el énfasis en que cada uno de sus programas sea independiente dentro del estudio y sea capaz de autogestionar su sonido. Esto se consigue a través de figuras como el *amadrinaje* —un programa amadrina a otro recién incorporado hasta que este segundo es independiente— o de formaciones concretas sobre la materia. Así, el 89% de las emisoras consultadas apuestan por este modelo, mientras que tan solo una menciona la figura del técnico de la emisora voluntario.

Sin embargo, en las cuestiones técnicas relativas a la emisión y difusión de los contenidos—FM y/o *streaming*, continuidad, web...—, así como a la instalación y mantenimiento de equipos, la sensación entre las asociadas es que el nivel de formación técnica general es bajo. Es habitual, sucede en el 77,78% de las emisoras, que estas cuestiones dependan de un grupo concreto y reducido de personas asociadas, mientras que en el 22,22% de ellas, las tareas recaen sobre una única persona.

Figura 6. Instrucciones y diagramas para construir un transmisor de FM

Fuente: *Radio is my bomb*, fanzine inglés de 1987



Las carencias detectadas suponen, por un lado, una merma en la independencia de las emisoras comunitarias, al depender para cuestiones clave de un grupo reducido de personas, mientras que, por otro, plantean un horizonte de cuestiones formativas que puede ser interesante para las asociadas más jóvenes. Se conocen experiencias positivas en otras latitudes en las que talleres dedicados a la reparación de aparatos emisores o de soldado de cables han resultado un éxito en el afianzamiento y extensión de la base social de las radios, pues avanzan en la difusión de conocimientos técnicos y se convierten en espacios de convivencia, necesarios para estrechar lazos entre las personas que componen las radios.

4. LOS CONTENIDOS DE LAS RADIOS DE LA URCM

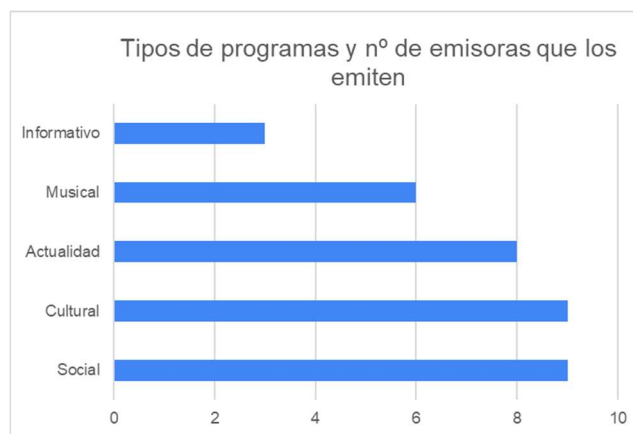
La actividad principal de las emisoras que componen la URCM es la producción y difusión de contenidos sonoros, bien en formato de programa de radio, bien en formato podcast. A este respecto, el estado de salud del total de las entidades federadas es muy bueno.

De acuerdo con los datos recogidos, entre programas propios y externos, en las parrillas de las emisoras de la URCM podemos encontrar más de 245 espacios distintos. Así, 172 de estos se producen en el seno de las entidades federadas, con una media de 19 programas por emisora, mientras que 74 de estos espacios son producidos por emisoras afines, no necesariamente pertenecientes a las propia URCM.

Al igual que en ítems anteriores, en la cuestión de la programación es posible observar la diversidad existente dentro de las emisoras madrileñas. De este modo, la emisora con la parrilla más amplia tiene 76 programas de producción propia, mientras que la que menos tiene tan solo dos. Por lo que respecta a la redifusión de producciones ajenas, la emisora que más espacios reemite tiene 22 en parrilla y la que menos uno solo.

Figura 7. Tipos de programas y número de emisoras que los emiten

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)



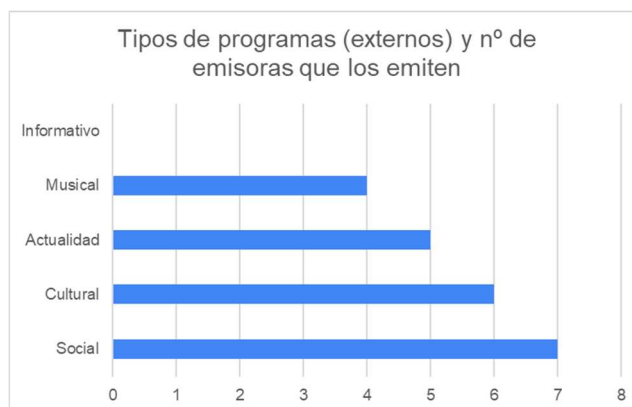
Con respecto a las temáticas abordadas por los programas de producción propia, seleccionamos, a la hora de elaborar la encuesta remitida, las siguientes tipologías: social y cultural, de actualidad, musicales e informativos. Así, tal y como recoge la figura 6, nos encontramos con que todas las emisoras tienen en sus parrillas programas de temática social y cultural (9 emisoras sobre 9), prácticamente todas tienen espacios de actualidad (8/9), algo más de la mitad espacios musicales (6/9) y tan solo un tercio (3/3) emiten informativos regulares.

De entre los programas externos en redifusión, observamos que la mayoría de las emisoras de la URCM tienen preferencia por los espacios de temática social (7 asociadas de 9 reemiten estos programas, seguidos de los culturales (6/9), los de

actualidad (5/9) y, finalmente, los musicales (4/9), tal y como recoge la figura 7. La ausencia de programas informativos de producción externa debemos entenderla debido al carácter local que suelen tener este tipo de espacios en las emisoras libres y comunitarias. A la luz de este hecho, es razonable que a las emisoras que componen la URCM no les resulte atractivo reemitir un programa de noticias sobre comunidades (barrios, municipios, regiones) ajenas a la suya.

Figura 8. Tipos de programas (externos) y número de emisoras que los emiten

Elaboración propia a partir de datos recogidos mediante encuesta online (2024/25)



Con respecto a la programación realizada por jóvenes, hemos querido poner el foco en aquellos menores de 18 años y los resultados en este sentido han sido poco alentadores. De entre todos los espacios emitidos por las 9 emisoras que respondieron a la encuesta tan solo uno es realizado por menores de edad.

Este vacío suscita, de nuevo, una serie de preguntas de difícil respuesta. El trabajo con adolescentes presenta una serie de características que vienen de la mano de sus edades: se necesita, en ocasiones, de una instancia intermedia —otra entidad, centro educativo...— para poder acercarlos a las emisoras, su disponibilidad horaria es limitada, etcétera. Es por esto que es comprensible su escasa presencia en las radios de la URCM. Sin embargo, esta misma realidad invita a pensar en la necesidad de reforzar nuestra presencia en los centros educativos y asociaciones juveniles de nuestros barrios y localidades, con el objeto de convertir la radio comunitaria en una realidad para los adolescentes que los habitan.

Figura 9. Logotipo de “Libres & Comunitarias. El boletín de la URCM”



Finalmente, con respecto a los contenidos de las emisoras comunitarias madrileñas, debemos señalar que la propia URCM produce dos programas: “[Boletín de Amnistía Internacional](#)” (figura 9) y “[Libres & Comunitarias. El boletín de la URCM](#)” (figura 8). Ambos espacios son de carácter informativo: el primero es de carácter internacional y se realiza en colaboración con Amnistía Internacional (AI), que facilita los contenidos; mientras que el segundo es una elaboración colectiva entre todas las emisoras de la URCM y se centra en la actualidad de la Comunidad Autónoma de Madrid.

Figura 10. Captura de pantalla del episodio del Boletín de Amnistía Internacional correspondiente al 1 de agosto de 2025

Conferencia de Naciones Unidas para debatir la cuestión de Palestina y otras noticias de derechos humanos

Esta semana en nuestro boletín informativo destacamos las siguientes noticias: no podemos olvidarnos de lo que está sucediendo en Gaza, en una semana donde la ONU ha celebrado una conferencia de alto nivel para debatir un arreglo a la solución de los dos estados. Pero también miramos a Siria, donde se ha producido una oleada de violencia en Suwayda que ha dejado cientos de víctimas, y donde hemos denunciado los secuestros y otras violaciones de derechos humanos a mujeres y niñas alauies. También pasamos por Irán, donde la escalada de hostilidades con Israel ha intensificado la represión, también a través del aumento de las ejecuciones. Y nos detenemos por último en España, porque el caso Juana Rivas sigue preocupando: debe primar el interés superior del menor.

1ro de agosto de 2025 | Producción: URCM | Colectivo: Amnistía Internacional | Duración: 00:04:40
Sommaire

- Gaza: La ONU celebra conferencia de alto nivel para debatir un arreglo a la solución de los dos (...), p2
- En Siria oleada de violencia deja cientos de víctimas, secuestros y otras violaciones de (...), p3
- En Irán la escalada de hostilidades con Israel ha intensificado la represión, p4
- En España el caso Juana Rivas sigue preocupando: debe primar el interés superior del menor, p5

La práctica totalidad de las emisoras de la URCM tienen estos programas en sus parrillas: 6 reemiten ambos, una solo el de AI y otra solamente “Libres & Comunitarias”. Al tratarse de producciones en formato podcast y no emitirse en directo, cada una de las integrantes de la URCM hacen redifusión en una franja horaria y en un día diferente.

Los dos espacios reflejan el compromiso de las emisoras comunitarias con la información alternativa. Por un lado, el boletín de AI recoge contenidos relacionados con la vulneración de derechos humanos a nivel global que no suelen tener cabida en los medios generalistas. Por otro lado, “Libres & Comunitarias” es una firme apuesta por la producción colectiva de información de carácter local, un tipo de contenido que es muy difícil de encontrar en los noticiarios de los grandes medios. Cabe plantearse, como horizonte deseable y forma de acercarse a ella, la posibilidad de poner en marcha producciones sonoras propias de la URCM dedicadas a una audiencia joven.

5. LA CUESTIÓN FORMATIVA

Dado que el informe nace en el contexto del desarrollo de una serie de actividades formativas, parecía importante preguntar a las emisoras que integran la URCM por sus necesidades y capacidades en este campo. Debemos tener en cuenta que la formación y la capacitación en cuestiones de comunicación comunitaria y producción radiofónica han sido una constante a lo largo de las décadas de vida del movimiento de radio libre y comunitaria. En este sentido, es clave señalar que son años de experiencia, cientos de cursos y talleres y miles de alumnos los que avalan la capacidad formativa de las emisoras de la URCM.

Figura 11. Carteles de acciones formativas desarrolladas por emisoras integrantes de la URCM



De este modo, el 55,6% de las emisoras consultadas están interesadas en acoger u organizar cursos propuestos por la propia URCM. Esto conectaría, en muchos casos, con la labor formativa que realizan cotidianamente y supondría un añadido beneficioso en su nivel de actividad.

Es reseñable el hecho de que todas las emisoras interesadas en la promoción de la actividad formativa de la URCM disponen de un espacio propio en el que desarrollar los talleres o facilidades para conseguir uno. Si tenemos en cuenta que, tradicionalmente, los talleres de capacitación radiofónico han sido una de las puertas de entrada de la ciudadanía a este tipo de entidades, no es de extrañar que la cuestión de las infraestructuras sea algo a lo que se le presta una especial atención.

Sin embargo, pese a la centralidad de lo formativo en los proyectos de radiodifusión comunitaria, si centramos nuestra atención en la formación dirigida a jóvenes, vemos que tan solo el 25% de las emisoras interesadas en acoger cursos promovidos por la URCM se ve con capacidad de garantiza un cupo mínimo de menores de 35 años. Este dato apunta a una dificultad compartida por conectar, en ocasiones, con la juventud de nuestras comunidades y redunda en la problemática que venimos analizando a lo largo de estas páginas.

6. A MODO DE CONCLUSIONES: LA JUVENTUD, EL FUTURO DE LA RADIODIFUSIÓN COMUNITARIA

Debemos comenzar este epígrafe de conclusiones, reconociendo las limitaciones del presente informe. En la elaboración del mismo hemos detectado una serie de cuestiones problemáticas y omisiones, tanto en el diseño de la encuesta y en su ejecución, como en la perspectiva adoptada para acercarse a algunas cuestiones. Esto, lejos de suponer una merma en el valor de estas páginas nos anima a repetir la experiencia en años venideros, desde la autocrítica y gracias a los aprendizajes que de este trabajo se derivan. Una primera conclusión, por lo tanto, es la importancia que tiene seguir profundizando en los temas tratados en el informe.

El acercamiento a la realidad de las emisoras que componen la URCM que hemos realizado a lo largo de las páginas anteriores nos permite constatar que el movimiento de la radiodifusión comunitaria madrileña es una realidad heterogénea y compleja que sigue llegando, hoy en día, a una parte importante de las personas que componen sus comunidades. Hemos podido ver que las entidades que componen la URCM cuentan con un promedio de 33 asociadas, pero son muchas más las personas que pasan por sus estudios y a las que les llegan sus mensajes. Las radios comunitarias avanzan, paso a paso, hacia la igualdad de género, pero que son conscientes de que les queda mucho camino por andar. Son proyectos diversos en tamaño, implantación y complejidad, pero que hacen del trabajo colectivo y la coordinación una de sus fortalezas. Las cuestiones sociales y culturales copan sus contenidos, lo que incide en su valor como herramientas de transformación social, sin dar la espalda a la información local, centrada en la comunidad en la que se insertan, que es otra de sus razones de ser.

Con respecto al papel de la juventud en estas emisoras, a la luz de los datos recogidos en el informe podemos afirmar que la sensación de envejecimiento es real, pero no tan dramática como pudiera parecerlo a simple vista. Si bien es cierto que la edad media de la persona participante en una emisora comunitaria está en la cuarentena, los menores de 35 suponen el 28% de sus asociadas totales. Este número implica que, si lo tomamos como punto de partida, cualquier evolución en términos positivos nos llevaría a una situación en la que una de cada tres personas asociada a una radio de la URCM será menor de 35. Del mismo modo, estos datos deben entenderse dentro de la tendencia generalizada hacia el envejecimiento de la sociedad española. Las radios comunitarias, como ya hemos señalado en diversos puntos del informe, no constituyen una realidad ajena al contexto en el que se insertan y se ven atravesadas por las mismas dinámicas y realidades que el resto de la sociedad.

Para llevar a cabo la evolución señalada en el párrafo anterior, será necesario que las integrantes de la URCM pongan en común las experiencias exitosas que a este respecto estén desarrollando en su seno y que desarrollen una línea de trabajo colectiva apoyándose en los resultados de este informe, que pueden servir como indicios de los pasos a dar. Incidir en la cuestión formativa, ampliar el número de cursos dedicados a este segmento de población, crear contenidos que los interpelen

directamente y animar a aquellos jóvenes que ya se encuentran en las emisoras a implicarse en la gestión de las mismas pueden ser las claves que faciliten el trabajo en este sentido.

Los resultados de las acciones formativas apuntan en este sentido. Se recibieron un total de 40 solicitudes de inscripción, de las que se terminaron materializando 30. El alumnado fue de diversa procedencia —Madrid, Pinto, Fuenlabrada, Getafe, Colmenar Viejo y Torrejón de Ardoz—, en un 70% menor de 35 años —tal y como recogía la convocatoria— y rozando la paridad en cuestiones de género (14 mujeres y 16 hombres). En su mayoría se trataba de personas interesadas en el mundo de la radio comunitaria, sin experiencia previa en el asociacionismo. La valoración de las formaciones ha sido muy positiva, con una calificación media de 8,9 sobre un total de 10. El profesorado fue calificado con un 9,76 y los ponentes invitados con un 9,17. Asimismo, el 88,2% del alumnado consideró que el curso había cumplido sus expectativas y el 100% recomendaba formarse en el seno de la URCM.

Así, parece que una actualización en la terminología —la inclusión del fenómeno del podcasting apela al universo de significados de la juventud— y un mayor énfasis en dicho formato —que vienen practicándose en el seno de la URCM desde hace décadas—, podrían ser herramientas para acercar la comunicación comunitaria a la juventud madrileña. Acciones formativas como las desarrolladas en el contexto de la subvención que ha dado lugar a este informe plantean, por tanto, dos escenarios en relación a la radio comunitaria y los jóvenes: al terminar el curso deciden incorporarse a su emisora de referencia y desplegar los conocimientos adquiridos dentro de ella o animados por el curso, producen sus contenidos sonoros de forma independiente, pero imbuidos ya de las lógicas de lo comunitario. Ambos casos son, de cualquier modo, beneficiosos tanto para la juventud como para la sociedad madrileña.