Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (IGOP)
Master en Políticas Sociales y Acción Comunitaria

¿Son las radios asociativas una herramienta de transformación social?

Aproximación al tema desde la experiencia actual en Nou Barris (Barcelona)

Paulina Loyola García-Huidobro

Profesor guía: Núria Reguero J.

Barcelona, 3 de julio de 2019

ABSTRACT

El objeto de este artículo es analizar desde la experiencia en el barrio catalán de Nou Barris si las radios de corte comunitario y auto gestionado de la zona son una herramienta utilizada por los vecinos y generan transformación social, tal y como lo plantea la bibliografía existente.

La reflexión de la situación actual de las emisoras permiten reafirmar creencias y desmitificar el real rol de estos medios. Los resultados obtenidos mediante 68 encuestas y cinco entrevistas semi estructuradas nos permiten afirmar que, en el caso concreto de Nou Barris, los vecinos no conocen ni utilizan las radios asociativas, pero sí son consideradas por quienes las conforman como un semillero de agentes de transformación comunitaria.

PALABRAS CLAVE:

Medios comunitarios; medios audiovisuales, radios libres; Barcelona; Nou Barris; transformación social; comunicación; acción comunitaria.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze from the experience in the Catalan neighborhood of Nou Barris if community and self-managed radios in the area are a tool used by neighbors and generate social transformation, as stated in the existing bibliography.

The thought of the current situation of the stations allows us to reaffirm beliefs and demystify the real role of these media. The results obtained through 68 surveys and five semi-structured interviews allow us to affirm that, in the specific case of Nou Barris, the neighbors do not know or use the associative radios, but they are considered by those who make them as a hotbed of community transformation agents .

KEYWORDS:

Community media; audiovisual media, free radios; Barcelona; Nou Barris; social transformation; communication; community action.

ÍNDICE

1.- Presentación del fenómeno 5

2.- Pregunta y objetivos de investigación 9

3.- Metodología 11

3.1.- La Muestra 13

3.2.- Limitaciones de la investigación 15

4.- La radio comunitarias, comunicar para transformar 15

4.1.- El caso de España: ¿radio libre o comunitaria? 18

5.- El paisaje audiovisual en Nou Barris 20

6.- La radio libre y comunitaria en Nou Barris 21

6.1.- Puesta en práctica de valores democráticos: organización interna, financiamiento y espacio abierto 22

6.2.- Misión y valores: la defensa de los DDHH 24

6.2.a- Situación legal 26

6.3.- Vínculo con el territorio 28

6.3.a.- Participación en la producción 28

6.3.b.- Estrategias de difusión 29

6.3.c.- La radio y los colectivos sociales 31

6.3.d.- Los oyentes de la radio 32

6.3.e.- Coordinación con otras radios de corte comunitario 34

7.- Retos y dificultades 37

7.1.- Radios comunitarias y TICs 38

7.2.- Peticiones a la administración 40

8.- Conclusiones 40

9.- Algunas propuestas que se derivan de esta investigación 43

10.- Bibliografía 45

11.- Anexos 50

11.1.-Manifiesto de Villaverde 50

11.2.-Modelo encuesta presencial 51

11.3.- Modelo de encuesta digital 52

11.4.- Parrillas de las radios entrevistadas 54

11.5.- Transcripción entrevistas semi estructuradas 59

11.5.a.- Línea IV 59

11.5.b.- RSK 66

11.5.c.- Contrabanda 73

11.5.d.- Boca Ràdio 80

11.5. e.- XRCB 88

1.- PRESENTACIÓN DEL FENÓMENO

La radio ha sido de los medios preferidos para la comunicación comunitaria debido a sus relativamente bajos costos de instalación y producción; pero además por su carácter oral, que se vincula con las tradiciones rurales e indígenas latinoamericanos, así como con elementos de las culturas urbanas populares (Aguirre, 2004; Kaplún, G., 2007). Gracias a esto existió un creciente interés por levantar proyectos de este tipo.

Las primeras experiencias de radio orientadas a la transformación social las encontramos en Alemania en 1924, con la Radio Club Obrero (Arbeiter), asociación radioaficionados obreros, de carácter cultural y cuyo objetivo era favorecer los intercambios tecnológicos y de información entre los distintos clubes de radioaficionados (Pérez, 2008). Las radios religiosas, educativas y mineras en México, Colombia y Bolivia entre los años 40 y 60, fueron hitos del movimiento de radios libres o asociativas. Este potencial comunitario sería muy bien aprovechado por las agencias de cooperación internacional, las cuales también fomentarían la investigación sobre la radio comunitaria. Las primeras teorías críticas sobre el sistema de medios y el control de la comunicación local se difundirían a partir de los años 60, bebiendo de las aportaciones de Paulo Freire en obras como Pedagogía del oprimido (publicado originalmente en 1968) y ¿Comunicación o extensión? (1985).

Estas experiencias contrastan con la imagen que se tiene hoy en día de los medios de comunicación masivos. Es común escuchar en conversaciones sociales la desconfianza que generan en algunas personas los medios de comunicación, especialmente desde la irrupción de internet y la posibilidad de hacer 'periodismo ciudadano', que democratiza la producción y difusión de contenidos (Almiron, 2006). En general, se les tilda de politizados, estigmatizadores y, derechamente, manipuladores al responder a poderes políticos y económicos, dejando muchas veces de lado la responsabilidad cívica (íbid). Son vistos menos como aliados y más como un mal necesario.

Los medios de comunicación son una poderosa herramienta de construcción de relato, cohesión social y sentido de pertenencia. En esa línea, pocos pueden negar el rol fundamental de una buena comunicación en todos los niveles de la vida, la política, la acción comunitaria y muy especialmente en el cambio social. "Los medios comunitarios representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel importante en la democratización, en las reivindicaciones sociales y en la generación de conocimiento, pues inciden en las dimensiones culturales y sociales del cambio" (Milán, 2006, P.2). Sin embargo, todavía hay quienes aún entienden la comunicación como un proceso monótono, unidireccional, que no considera las características de sus receptores. Esta una mirada antigua y poco usada, incluso en los medios masivos. Estudios "han demostrado que el flujo de información, o el solo hecho de incrementarlo, no necesariamente genera los cambios de comportamiento que se espera obtener (Hyman 1947 y Montecillo 1970). Por lo tanto, mientras el comunicador tradicional se plantea como central la pregunta ¿qué tan bien me comuniqué?, el comunicador para el desarrollo se interroga ¿logré los resultados deseados?" (Jamias, 1975, P. 188). Y destacado comunicador filipino va más allá al sentenciar que "a la luz de la actual teoría de la comunicación, la comunicación no intencionada es insostenible" (Jamias, 1975, p. 185).

Muchas veces se cree que la comunicación solo considera a los medios de comunicación masivos y, por lo mismo, las organizaciones comunitarias no se sienten parte ni representadas. Asimismo, algunos creen que comunicar es un proceso unidireccional en que un mensaje se "deposita" (Freire, 1970) en la gente y se espera que haga efecto. Además de ser un modelo simplista, es una teoría desmentida innumerables veces. Eso es informar, no comunicar. ¿Qué entenderemos entonces por comunicación? Diálogo, intercambio (Kaplún, 1987) bidireccional en que todos los actores juegan un rol fundamental.

A pesar de que se han ido alejando de la visión emisor-receptor de la comunicación, quienes trabajan en procesos de cambio social, en general no consideran –desconocen e

incluso sospechan- (d)el fundamental rol de la comunicación a la hora de considerar un problema, buscar soluciones, hacerle frente u omitirlo.

Los procesos de comunicación son fundamentales a la hora de pensar en transformación y cambio social. Consideraremos para esto el cambiar estructuras políticas, económicas o social en pos de mejorar realmente las condiciones de vida de un grupo o comunidad. Para esto será fundamental que sean los miembros de la comunidad (los vecinos) los que participen y se empoderen de los procesos comunicativos. Planteaba Mario Kaplún en *El comunicador popular* que "definir qué entendemos por comunicación, equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir" (1987; p. 67). Así de trascendental. Organizadores comunitarios y planificadores de políticas públicas deben considerar esto como fundamental a la hora de hacer su trabajo y no utilizar los diferentes canales de comunicación existentes solo como un transmisor. En esa línea, medios audiovisuales comunitarios que surgen desde la comunidad y son gestionadas por ellas son un excelente recurso. Lo relevante será evaluar si están realizando un trabajo competente a la hora de posicionar temas entre los vecinos de esa comunidad. En esa línea Kaplún advertía: "La verdadera comunicación –dicen- no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, si no por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian o comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria" (1987; p. 68).

El anuario de Medios de 2007: Medios de comunicación en el escenario iberoamericano, que publica la Fundación Telefónica explica que la filial latina de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) llegó a tener en su punto más álgido 467 emisoras y grupos productores afiliados en la región. "Las radios libres y comunitarias fueron pioneras y adelantaron formas de comunicación y participación ciudadana que ahora con Internet resultan naturales; apropiación de las tecnología, periodismo ciudadano, funcionamiento

horizontal. Ahora en comparación con las nuevas tecnologías han quedado obsoletas, pero siguen siendo herramientas muy valiosas para el activismo social especialmente en el ámbito local donde se han configurado como espacios que dinamizan la participación ciudadana" (Anuario, P.127).

En España ya se ve una disminución del la presencia de la radio en el día a día de los ciudadanos, "según el Estudio General de Medios (EGM) el tiempo de consumo en los últimos años está sufriendo un leve descenso con respecto a años anteriores, siendo la media de 108 minutos en el año 2014. En los años 2013 y 2014 dicho tiempo de consumo disminuyó tanto en la radio generalista como en la radio temática" (Ramos-Ruiz, 2015, p. 764). Y según un estudio realizado por l'Observatori de la Ràdio a Catalunya (l'OBS) en 2010 son los jóvenes de 14 a 24 años quienes menos radio escuchan. Un 25% de los encuestados advierten no tener ningún interés por la radio como medio de comunicación y, entre quienes sí la escuchan, lo hacen breve y desatentamente. Incluso rondando solamente los 15 minutos diarios (Gutiérrez; Ribes; Monclús, 2011).

Se escogió analizar las radios asociativas –por sobre otros medios audiovisuales de la misma línea- y muy especialmente en Nou Barris, porque este es un sector de la ciudad condal particularmente comunitario, colectivo y de lucha obrera. Durante años fue la radio el principal medio de información y entretención de los vecinos, por sobre la prensa escrita y la televisión. Sus representantes continúan priorizando la FM por sobre la transmisión digital, aún cuando podría afirmarse que este canal está en desuso. El tema se vuelve atractivo por ser un medio que existe hace décadas en la zona, que es económico y sencillo de producir –por sobre otros medios-, que no requiere profesionalización y puede hacerse de forma analógica o digital desde cualquier lugar. Estas características permitieron históricamente la proliferación de este tipo de iniciativas y la participación de las comunidades en su organización, tal como se indició anteriormente, lo que debiese facilitar el estudio de su impacto en el cambio social de un barrio. Asimismo, ha sido una historia de lucha constante por acceder al espectro radial desde la perspectiva del bien

común. Los colectivos se aferran a no dejar morir la radio, luchar por un espacio en la FM y por una legislación que les permita cierta tranquilidad. El siguiente texto quiere indagar el porqué y dar ciertas luces de la situación actual y futura de estas radios.

Si bien este texto debiese versar sobre la experiencia de Nou Barris, se quiso ampliar un poco espectro a las dos radios que, si bien están en otros barrios, se escuchan en el sector barcelonés y están permanentemente buscando formas para vincularse con las otras emisoras. De esta forma podía verse si, entre quienes hacen radio, se comparte o no experiencias y visiones de la situación actual. Efectivamente, Contrabanda (Ciutat Vella) y Boca Ràdio (Horta-El Carmel) tienen experiencias bastante similares.

Este trabajo busca plantear que no se puede pensar en Políticas Sociales y Acción Comunitaria sin pensar en realizar procesos comunicativos que permitan un impacto real. No al menos si se quiere tener una mirada integral, especialmente cuando se trabaja a nivel de proximidad.

2.- PREGUNTA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente texto busca conocer el vínculo que tienen los vecinos de Nou Barris con el mundo de las radios asociativas: ¿las utilizan? ¿Con qué fin? ¿Ocupan el mismo rol que en sus inicios? ¿Existe implicación en su programación o es una audiencia pasiva?
Esto para responder a la pregunta de investigación: **¿es la radio asociativa un agente de transformación social en Nou Barris?**

Nos enfocaremos en el rol de transformación social que ha tenido –o no- la radio en el barrio, y si su discurso parte de las prioridades de los vecinos o de quienes realizan la radio: ¿qué tanto consideran a las audiencias –en este caso los vecinos- a la hora de emitir su programación?

Tanto la asociación mundial de radios comunitarias como el Manifiesto de Villaverde (ambos se explicarán más adelante) califican a los medios como comunitarios o libres desde la vereda de su función de transformación social, comparten el objetivo, ¿pero qué entenderemos por esto? Como se mencionó en el apartado anterior será el cambio de estructuras políticas, económicas o social en pos de mejorar realmente las condiciones de vida de un grupo o comunidad. Para esto será fundamental que sean los miembros de la comunidad (los vecinos) los que participen y se empoderen de los procesos comunicativos.

De forma concreta se utilizarán las siguientes categoría para evaluar si existe o no transformación social:

- **Vinculación con el territorio: vecinos y colectivos:**
  - Participación de los vecinos en la producción de la radio.
  - Elaboración de estrategias de difusión.
  - Programas que atiendan a necesidades o colectivos sociales
  - Consideren a los vecinos –como posibles auditores- en la elaboración de contenidos que sean relevantes para la vida en el barrio.

- **Puesta en práctica de valores democráticos:**
  - Estructura y organización del trabajo.
  - Priorización de la misión ante el lucro.
  - La radio como espacio de educación popular –abierto- en medios y otras temáticas.
  - Priorización de los procesos antes que en la perfección del resultado.

- **Propicien la defensa de los Derechos Humanos y todo lo que conlleva:**
  - Normas básicas relativas a la libertad de expresión
  - Lobby político para el reconocimiento de las radios.

- **Trabajo con otras radios o redes.**

Voluntariamente se ha dejado de lado a los medios comunitarios ciento por ciento digitales por ampliar demasiado el análisis. Conscientes de su importancia, creemos que hoy puede estudiarse de mejor manera a las radios del sector.

3.- METODOLOGÍA

Luego de una extensiva revisión bibliográfica sobre la materia, se utilizó para responder a estas interrogantes un método de investigación mixto: se realizaron deducciones cuantitativas gracias a encuestas físicas y digitales que se hicieron a vecinos de Nou Barris. Las primeras fueron encuestas presenciales, aleatorias y callejeras, a miembros del barrio, para evaluar sus preocupaciones, temas de interés y medios de comunicación utilizados para informarse o entretenerse. Asimismo, se realizaron encuestas digitales que versaron sobre las mismas preocupaciones a participantes de redes sociales propias de Nou Barris. Las respuestas permitieron dilucidar tendencias de audiencia y de impacto entre los vecinos participantes.

Habiendo escuchado a los vecinos se quiso conocer la mirada y versión de quienes hacen las radios que se escuchan en Nou Barris. Ya sea porque son levantadas desde el barrio o porque abarcan a toda Barcelona. Se entrevistó a las siguientes cuatro radios. Los apartados a continuación responden a extractos y análisis de lo con ellos conversado (ver transcripción de entrevistas completas en la sección de Anexos).

Distrito de Nou Barris

Línea IV
Vocero entrevista: Francisco Fernández, 7 años en la radio. 103.9 FM Prosperitat. Joaquim Valls, 82. Parte del Casal de Joves del barrio. 5 personas. Música, cine y crítica literaria. https://twitter.com/radiolinea4 - Tienen el sitio web caído.

RSK
Vocero entrevista: David "Pitu" Rodríguez, más de 20 años en la radio. 107.1 FM El Turó de la Peira. Centro cívico Can Basté (Passeig de Fabra i Puig, 274-276). Creado en 1985. 6 personas activas y 6 colaboradores. Mundo literario, música, conversación, actualidad. http://www.radiorsk.info/

La Horta

Boca Ràdio
Vocero entrevista: Carles Sánchez, 8 años en la radio. 90.1 FM Carmel. Asociación juvenil Boca Ràdio (Carrer dels Agudells, 37). Creado en 2005. 15-20 programas en la actualidad. Música, jóvenes, salud mental, economía social. http://www.bocaradio.org/

Ciudad de Barcelona

Contrabanda
Vocero entrevista: Ernest "Ernesto Che Majaras" Ponce, 22 años en la radio. 91.4 FM Plaça Reial (Passatge Madoz, 6). Creado en 1990. 15-20 programas en la actualidad. Música, estigmatización frente a diagnósticos mentales, sindicatos autobuseros, actualidad. http://www.contrabanda.org/

De esta forma podemos enunciar –de manera simplificada- las fases de la investigación en: lectura de bibliografía existente, elaboración de cuestionario, aplicación del cuestionario, elaboración y realización de las entrevistas y triangulación de datos.

3.1.- La muestra

Nou Barris es un distrito de más de 800 hectáreas en las que viven unos 168 mil habitantes, según cifras del Ayuntamiento[1]. Debido a su gran tamaño, con esta muestra no se buscó particularmente conseguir representatividad, si no que descubrir y apuntar tendencias entre los vecinos. Se recorrió diversas zonas del barrio durante fines de semana, fiestas populares y días laborales, para consultar sobre su conocimiento y vínculo con los medios audiovisuales y, particularmente, con las radios libres, comunitarias o asociativas. Durante la realización de las mismas hubo algunos desafíos: la falta de conocimiento del idioma castellano por parte de muchos migrantes, la desconfianza de algunos vecinos frente a la posibilidad de que se les solicite alguna identificación, la soledad de la población mayor (que implicó un mayor tiempo de atención, extendiendo entrevistas que debían durar cinco minutos, por sobre la media hora) y el cuidado que los

[1] https://ajuntament.barcelona.cat/noubarris/ca/el-districte-i-els-seus-barris/el-districte-i-els-seus-

vecinos hacen del poco tiempo libre que tienen, dificultando el llevar a cabo con éxito las encuestas.

En total se entrevistó a 68 personas (29 hombres y 39 mujeres), de los cuales nueve eran extranjeros. De los participantes, casi la mitad (33) han vivido toda su vida en Nou Barris. Y el rango de edad va desde los 14 a los 75 años, siendo los 40-50 la edad que más se repite. Una parte de los resultados se obtuvo mediante encuestas físicas, y otra mediante un cuestionario digital. Por lo que respecta a la encuesta presencial, en total se conversó con más de 200 vecinos, de los cuáles solo 34 aceptaron ser encuestados, una de ellas sin entregar su nombre u ocupación. La muestra fueron 18 hombres y 16 mujeres, de 14 a 75 años; 8 de ellos eran extranjeros y de los 26 españoles restantes, la mitad ha vivido toda su vida en Nou Barris. Y respecto a la encuesta virtual, también fue contestada por 34 personas: 11 hombres y 23 mujeres, de 30 a 70 años, aunque el grueso estaba en el rango 40-60 años; solo 1 de ellos era extranjero, una profesora argentina que lleva 18 años en el barrio. Del resto de los encuestados digitalmente 19 habían vivido toda su vida en el barrio y solo uno ha vivido menos de 10 años en la zona. Si bien la muestra es pequeña deja en evidencia claras tendencias, que debiesen ser desarrolladas e investigaciones más exhaustivas.

Las consultas digitales se realizaron a través de grupos y páginas en Facebook (Somos de Nou Barris; Arxiu Històric de Roquetes-Nou Barris; Nou Barris Compra Venta Trueque; Nou Barris, Gent del Barri y alrededores…; El Escaparate de Nou Barris), buscando acceder a vecinos que si bien no necesariamente participan del entramado asociativo del barrio, sí son orgullosos residentes y se sienten parte de la vida de Nou Barris.

3.2.- Limitaciones de la investigación

Como se mencionó anteriormente, se ha dejado de lado a los medios comunitarios digitales, de forma consciente, por ampliar demasiado el análisis, el que no podría haberse llevado a cabo en los pocos meses disponibles para realizar esta investigación.

Además del tamaño de la muestra, que invita a una investigación más profunda de la materia en el futuro, la principal limitación de la investigadora fue la falta de manejo del idioma catalán, lo que impidió entender muchos de los programas de radio que se transmiten en la lengua vehicular de Cataluña, así como leer muchos de los textos que versan sobre la materia. Se intentó, pero el conocimiento de esta lengua es muy rudimentario y no permitió hacer un análisis cabal de muchos contenidos. Asimismo, el ser una investigación universitaria fue más dificultoso encontrar gente dispuesta a conversar: ya fuese en la calle o entre los participantes de las radios, que al ser voluntarios no cuentan con excesivo tiempo libre para responder a este tipo de solicitudes.

4.- LA RADIO COMUNITARIA, COMUNICAR PARA TRANSFORMAR

Nacidas como herramientas para la educación, evangelización o reivindicación de derechos, ha sido América Latina una de las cunas de las radios comunitarias. Medios auto gestionados, levantados y elaborados por asociaciones o colectivos que buscan transmitir sus mensajes de forma directa, gracias a una representación que muchas veces no tienen en los medios de comunicación tradicionales. Un claro ejemplo es el que sucedió a mediado de los años sesenta del siglo pasado en Bolivia. Los sindicatos obreros crean sus propias emisoras para fortalecer el movimiento. Las radios La voz del minero y Radio 21 fueron las primeras, pero a poco andar se contabilizaban dieciocho radios, creadas por los sindicatos y mantenidas con el aporte voluntario de los obreros. En el país andino, sindicatos fabriles y ferroviarios también contaron con sus emisoras. Como este hay ejemplos en México, Ecuador, Cuba y Guatemala, por nombrar algunas que se han convertido en ejemplo durante dictaduras y épocas de inestabilidad política (López V,

2008). Si bien en América Latina fue –como se mencionó anteriormente- durante las dictaduras la época de gloria de los medios comunitarios como herramientas de lucha, en España el fenómeno llegó tras el fin de la dictadura franquista, con su consecuente libertad de prensa y apertura a de las frecuencias radiofónicas. Con esto, además de abrirse una serie de radios comerciales y públicas surgió en el FM la presencia de emisoras comunitarias. Cataluña fue pionera en el Estado español (lo que profundizaremos más adelante), por lo que cabe analizar si su rol social se ha mantiene hasta nuestros días, cuáles son las necesidades, luchas e incentivos de este tipo de medio de comunicación.

"Estamos en una etapa donde se está reconfigurando el Tercer Sector Audiovisual[2]. Cada vez su configuración es más compleja y más multimedia. Con Internet ha aumentado el número de medios existentes pero también su fragmentación (muchos, pequeños y precarios) lo que no impide que en momentos cruciales, como los que están por llegar, este caótico sistema mediático ciudadano pueda tener un papel muy relevante" (García G, 2013; p.128). Consideraremos del Tercer Sector Audiovisual a todos aquellos medios que no tienen fines comerciales ni corresponden al sector público. De esta forma, podrán englobar a medios libres, comunitarios, asociativos o fomentados desde Organizaciones No Gubernamentales (ONG). Actualmente, el exceso de medios y de plataformas que promueven la selección de contenidos 'a la carta', para ser consumidos en cualquier momento y lugar y la falta de tiempo, por estudios, trabajo o vida familiar, ha impactado en las audiencias de los medios de comunicación. Cada vez menos gente ve televisión o escucha radio para acceder a contenidos multimedia desde sus aparatos electrónicos (Gallego, 2012).

[2] García G., separa los medios de comunicación entre público, privado mercantil y privado no lucrativo. Esto último es lo que conocemos como Tercer Sector Audiovisual. Este concepto es utilizado como sinónimo de radios libres, comunitarias o asociativas; a pesar de que su categorización no refleja a muchas emisoras de esta línea por no recoger sus especificidades y agruparlas con otras emisoras de las que se sienten distintas.

Los teóricos advierten que la radio fomenta la presencia de "comunicación dialógica, donde cada vez más puedan ser también emisores o *emirecs* (Kaplún, M., 1998), emisores y receptores a la vez, interlocutores". Participar no significa necesariamente que todos los vecinos son presentadores o locutores de radio, pero sí que –de acuerdo a la modalidad de radio- tienen la posibilidad de plantear sus preocupaciones e intereses. Pueden participar de los mensajes que se presentar, de la planificación de la radio, de la producción e incluso de la gestión de los medios, especificó Gabriel Kaplún.

Según el sitio web de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc), en su filial latinoamericana, las radios comunitarias – también llamadas populares, educativas, alternativas, ciudadanas, participativas, asociativas, del Tercer Sector, rurales, locales y/o libres- "se identifican por sus objetivos políticos de transformación social" (amarcalc.org, 2019).

Se puede definir los medios de asociativos de acuerdo a diversos factores: si tienen o no fines de lucro o publicidad; si son o no legales, por nombrar algunos. Tomaremos la precisión que hizo José López V. en la revista Chasqui en 1995 como la más certera y será esta la guía la investigación: "¿Cuándo se puede decir que una radio es comunitaria? (…) Basta con mirar los objetivos de esa radio. ¿Qué busca, cuáles son sus fines? El carácter social del medio de comunicación es el elemento determinante en el tema que nos ocupa". Además, se separa de otros comunicadores al establecer lo que la radio comunitaria no es: ni de bajo alcance o potencia (si fuera así las condenaríamos a no crecer); no se define por frecuencia AM/FM; no pasa por si se tiene o no frecuencia para transmitir; no depende de quién es su propietario (a priori); tampoco depende de la inspiración al proyecto; o de la calidad o tipo de producción; ni si venden publicidad (se necesitan recursos para salarios, discos, etcétera); tampoco se reduce a la metodología abierta (hay radios comerciales que lo hacen bien y momentos en que las radios comunitarias han tenido que "cerrarse", explica) (López V., 1995).

Estos medios de, para y por la comunidad, contribuyen a dar voz a los vecinos sobre sus preocupaciones, necesidades y alegrías, pasando a ser un canal simbólico. Al mismo tiempo, es un importante canal simbólico, de empoderamiento. "Al dar a la gente la capacidad de generar iniciativas en la escala local, muestra que el cambio es posible (…) Lo que comienza como una experiencia individual se vuelve una experiencia colectiva, a través del filtro de los medios comunitarios. La comunidad crea significados compartidos e interpretaciones de la realidad, y al mismo tiempo empieza a vislumbrar oportunidades de cambio" (Milan, 2006). Esta explicación sobre el rol transformador de los medios comunitarias permite entender su carácter comunitario y reforzar aún más la idea de que cooperativas, organizaciones del Tercer Sector y propias de las comunidades no pueden dejar de lado la comunicación y debiesen valorarla y resignificarla como herramienta de empoderamiento y construcción social.

La intención fuerte, clara y consciente de generar un cambio positivo en la comunidad y que esta tenga voz propia es la esencia de la comunicación para el cambio social. En ella la intencionalidad es la clave. "La mera multiplicación de mensajes y canales no es suficiente" (Schramm, 1964; p. 81)). "Mientras el comunicador tradicional se plantea como central la pregunta ¿qué tan bien me comuniqué?, el comunicador para el desarrollo se interroga ¿logré los resultados deseados?" (Jamias, 1975; p.188). La doctora en Comunicación Stefanía Milan decía en 2006 que "una de las mayores contribuciones de los medios comunitarios al desarrollo (es) en la acción de reforzamiento de los lazos sociales como una base simbólica para el cambio" (2006; p.4).

4.1.- El caso de España: ¿radio libre o comunitaria?

Las radios comunitarias comenzaron en España en Cataluña a fines de la década del setenta y desde ahí se extendieron al resto de las comunidades autónomas. Aunque el nacimiento de las emisoras se produjera de manera casi simultánea, recién en 1982 Madrid tuvo una radio libre funcional y completamente operativa.

En un primer momento en el país Ibérico, las radios comunitarias se vincularon a las agencias de desarrollo y a los poderes locales; por lo que rápidamente se dieron dos tendencias paralelas: las ya mencionadas radios comunitarias y otras, que buscaban la autogestión y se inclinaban por ideas libertarias, estas son las llamadas radios libres. De identidad muy marcada, las radios libres buscan distanciarse de cualquier vinculación con el poder; y de instancias de control no asamblearias. Esto especialmente por presiones y agresiones que sufrieron algunas radios en sus inicios de parte de la ultra derecha, descontenta con las actividades y programa ideológico, propio de izquierdas, desplegado por el movimiento (Ortiz, 2014).

Debido a esta necesidad de diferenciarse y reivindicar su identidad particular, en 1983 se realizó en la capital nacional el sexto encuentro de la Coordinadora Estatal de Radios Libres, el que se convertiría en un hito dentro de la historia de las radioemisoras porque de este encuentro se produjo el Manifiesto de Villaverde (Ver anexo), que se convertiría en el primer intento de definición de la radio libre española, el que las separaría de otros tipos de medios del Tercer Sector, señalando como las principales características del movimiento: su carácter no profesional, su funcionamiento auto gestionado, su autonomía, su carácter participativo, su lucha contra el monopolio informativo y su labor contra informativa. “Las radios libres surgen ante la necesidad y el derecho de toda persona individual o colectiva a expresar libremente sus opiniones y criticar y ofrecer alternativas en todo aquello que le afecta directa e indirectamente”, plantea el texto que se mantiene hasta hoy.

Aunque existen muchas investigaciones y artículos que hacen referencia a las radios comunitarias, libres, asociativas o del Tercer Sector, la bibliografía local existente, abarca sobre todo el Estado Español y se enfocan principalmente a las dificultades que enfrentan y al marco regulador que las condiciona. Hoy las radios comunitarias en Cataluña son alegales. Según el diccionario jurídico de la Real Academia de la Lengua Española (RAE)

alegal es aquello "que carece de reglamentación o prohibición"[3]. Es decir, no es legal, pero tampoco es ilegal, relegándolo a una especie de limbo. Son medios que no pueden acceder a subvenciones públicas en las líneas estructurales dirigidas a medios audiovisuales, carecen de cualquier seguridad jurídica y, hasta la fecha, solo un acuerdo tácito les permite funcionar sin que las multen.

DEFINICIÓN OPERATIVA DE LA RADIO COMUNITARIA (Y LIBRE)
Si bien los conceptos de comunitarias y libres se utilizan muchas veces como sinónimos, ya que en varios casos ambos tipos de radios adscriben a los postulados del Manifiesto de Villaverde, el que plantea el carácter no profesional de las radio y su aversión por el lucro; la participación de la comunidad donde se encuentra, con énfasis en unificar la emisión/recepción; luchar contra el monopolio y la centralización de la comunicación; y la autogestión basado en la toma de decisiones (normalmente son asamblearias). En la actualidad, la principal diferencia es la postulación o no a fondos públicos, en este texto vamos a diferenciarlas y solo utilizar como sinónimos de este tipo de medios los conceptos de asociativo y ciudadano, entendiendo que son las radios que se autodenominan libres, aquellas que son auténticamente comunitarias por ser creadas desde abajo, con independencia de poderes públicos y agencias de cooperación internacional.

5.- EL PAISAJE AUDIOVISUAL EN NOU BARRIS

Como se mencionó anteriormente, Nou Barris es un distrito de más de 800 hectáreas en las que viven unos 168 mil habitantes[4]. Se encuentra en el extremo norte de Barcelona y destaca por la diversidad de su población, desde los andaluces que llegaron en las décadas del cincuenta y sesenta del siglo pasado, hasta las olas migratorias –principalmente latinoamericanas- que comenzaron a inicios del 2000 y continúan hasta hoy. Nou Barris es uno de los distritos más vulnerables y segregados de Barcelona, que está formado por 13 barrios que algunos vecinos definen como "la periferia de la periferia". "Se trata de un

[3] https://dej.rae.es/lema/alegal

[4] https://ajuntament.barcelona.cat/noubarris/ca/el-districte-i-els-seus-barris/el-districte-i-els-seus-barris

rosario de barrios dispuestos a ambos márgenes del río Besòs (…) en el distrito barcelonés de Nou Barris, los barrios de Ciutat Meridiana, Torre-Baró, Trinitat Nova" (Blanco y Nel-lo, 2018; p.92).

En Barcelona existen hoy 29 radios que se definen como asociativas. Eso si contamos solamente aquellas que están involucradas en algún tipo de red –o al menos son reconocidas por alguna- y no son piratas (aquellas que "roban" señal o espacio radial a emisoras establecidas, interfiriendo con sus transmisiones con fines meramente lucrativos). 20 de ellas forman parte de la recién formada Xarxa Ràdios Comunitàries Barcelona (XRCB), que se autodefine como una radio de radios y cuya existencia retomaremos más adelante. En esta xarxa solo participa una de las radios comunitarias de mayor tamaño de la ciudad, que también es parte de las emisoras que conforman la Coordinadora de Ràdios Libres de Catalunya. Esta organización también reconoce a otras cinco radios que no están organizadas .

El paisaje de medios audiovisuales en Nou Barris se divide en los medios de la Generalitat de Catalunya (TV3 y Catalunya Ràdio), las televisiones y radios comerciales (entre ellas, La Sexta, Antena 3, 40 Principales, Radio Marca, Cadena Dial) y los medios audiovisuales de corte comunitario. Aquí encontramos la televisión comunitaria La Mosca TV (lamosca.tv) y las radios comunitarias FM Línea IV (103.9) y Radio RSK (107.1). Hasta hace dos años emitía también Radio Bronka, que está aseguran en su sitio web que se encuentra en un periodo de pausa y reestructuración. En el distrito también llega la señal de Boca Ràdio (104.5, Horta) y Contrabanda (91.4, emite para toda Barcelona).

6.- LA RADIO LIBRE Y COMUNITARIA EN NOU BARRIS

En el siguiente apartado se intentará acercar al lector a la situación actual de las radios de corte comunitario en Nou Barris y de aquellas que provienen de otras zonas de la ciudad pero se escuchan también en el barrio. Asimismo, y como se mencionó anteriormente, se

analizarán las siguientes variables para evaluar si existe o no transformación social como resultado del trabajo de estas radios asociativas:

- **Puesta en práctica de valores democráticos:**
  - Estructura y organización del trabajo.
  - Priorización de la misión ante el lucro.
  - La radio como espacio de educación popular –abierto- en medios y otras temáticas.
  - Priorización de los procesos antes que en la perfección del resultado.

- **Propicien la defensa de los Derechos Humanos y todo lo que conlleva:**
  - Normas básicas relativas a la libertad de expresión
  - Lobby político para el reconocimiento de las radios.

- **Vinculación con el territorio: vecinos y colectivos:**
  - Participación de los vecinos en la producción de la radio.
  - Elaboración de estrategias de difusión.
  - Programas que atiendan a necesidades o colectivos sociales
  - Consideren a los vecinos –como posibles auditores- en la elaboración de contenidos que sean relevantes para la vida en el barrio.

- **Trabajo con otras radios o redes.**

6.1.- Puesta en práctica de valores democráticos: organización interna , financiamiento y espacio abierto

Todas las radios son asamblearias; es decir, cuentan con socios que pagan cuotas para aportar con el financiamiento de las emisoras, existen comisiones de trabajo y las decisiones relevantes se toman en asambleas generales en las que participan -idealmente-

todos los socios, con mayor o menor éxito de convocatoria. Aquí todos destacan que la horizontalidad es clave.

Todos los entrevistados tienen algún cargo en la asamblea pero advierten que es por "temas legales" y que su voz no pesa más que la de ninguno de sus compañeros. Sin embargo, llevan suficientemente en cada uno de sus medios como para tener una idea más o menos clara de lo que el medio haría frente a determinadas situaciones. Frente a la función social de la radio todos la defienden y destacan. Sí intentan dar un giro en la forma de presentar las temáticas (cualquiera estas sean) para que se alejen de lo mainstream y así plantear nuevos puntos de vista. En Boca Ràdio creen que lo fundamental es "dar voces a colectivos que no tienen espacios en medios convencionales. No tienen cabida. Dar micro".

"El financiamiento básicamente ahora mismo es por cuota de socios y si te voy a decir la verdad, es por ahorros. La cuota es muy baja y nos alcanza para cubrir básicamente los gastos fijos de la emisora; pero para imprevistos…", cuenta Carles (Boca Ràdio). Ya sea a través de subvención o por el pago de cuotas de sus socios (que van desde los 10 hasta los 60 euros anuales), el financiamiento permanente solo les permite cubrir los gastos básicos y no los protege frente a contingencias – como la necesidad de cambio de un equipo o reparación de una antena, los que muchas veces obligan a pausar por un tiempo las transmisiones lo que afecta a la producción de contenidos y a la vinculación con los oyentes-. Por eso los conciertos y la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en ellos es tan importante para la sobrevivencia de estos medios. Esta varía de 400 hasta 8000 euros anuales, aproximadamente. Aquí depende de si tienen que pagar el arriendo del espacio (Contrabanda, por ejemplo), la electricidad (Contrabanda y Línea IV) y los servicios básicos. No considera, como se mencionaba, imprevistos. Lo que los obliga a realizar más actividades para recaudar fondos, como los conciertos antes mencionados.

Como decisión asamblearia, en general no le solicitan recursos económicos a las administraciones. Si bien varios han recibido subvenciones en el pasado hoy optan por no postular a fondos –públicos o privados-, ni a tener publicidad local. Auto gestionarse y mantener la independencia ante todo es la consigna. Solo Línea IV recibe subvención estatal hoy –de 500 € anuales- aunque de igual forma genera conciertos bianuales para juntar recursos. De esta forma se aseguran de mantener el carácter no lucrativo de estos medios .

Si bien los transmisores son costosos es un gasto que las radios están dispuestos a asumir con tal de mantenerse activas y no perder su espacio en el FM. "La función de la radio es estar y ofrecer ese espacio de creación. Un programa de radio es ofrecer un espacio lo suficientemente abierto como para ofrecerte la posibilidad de expresarte, auto realizarte", advierte Francisco (Línea IV) quien también pone énfasis en que "transformar el mundo no es algo de la radio o del partido político de turno. Es la gente que quiere hacer cosas, la forma en que la haga da igual. Lo que importa es el contenido".

6.2.- Misión y valores: la defensa de los Derechos Humanos

Todos los entrevistados advierten que al no ser radios comerciales, su objetivo principal no es ser escuchados, sino que exista este espacio y medio de comunicación. En esa línea, todos reconocen que no tienen amplias estrategias de difusión (se explicará más adelante) y que a pesar de no poder medir sus audiencias, no creen que sea mucha. Carles, quien lleva 18 años en Boca Ràdio, lo explica así: "Para nosotros lo más importante es que la gente venga y tenga espacio, luego haremos todo lo posible porque la gente nos escuche".

Frente a la intención de generar impacto en las personas, Francisco (Línea IV) destaca que "a la radio no hay que verla por lo que provoca si no por lo que es, en sí misma. Eso es lo valioso. La relación, el asociativismo, el trabajo en equipo… eso es lo más valioso". Desde la vereda de David (RSK) es importante, mirar a la "radio como medio de comunicación,

no como transformadora. La gente que participe en la radio debe tener un rol social y usar el medio para difundir esa labor". Sin embargo, según lo que se infiere de las entrevistas la radio es un canal de comunicación pero no realiza procesos comunicativos reales, al no tener una audiencia que reciba ni interactúe con el mensaje. David advierte que el verdadero cambio se produce entre quienes crean las emisoras: "La radio te va moldeando. Te hace más consciente de lo que pasa en el barrio, en el mundo", destacando que el trabajo compartido, compañerismo y sociabilidad que requieren levantar (o mantener) un medio de comunicación comunitario te va implicando en otras causas. Es decir, no es el público, la audiencia, el vecino al que llega la radio la que debiese vivir algún proceso de mejora social, si no que entre aquellos que constituyen el medio. Todos coinciden en esto. Para Ernest (Contrabanda), "la radio permite 'abrir los ojos'. Al ser un proyecto colectivo transforma la manera que tienes de hacer las cosas" en todos los niveles.

Una de las claves de este tipo de medios de comunicación es su defensa de los Derechos Humanos y de la libertad de expresión. Los únicos límites que se imponen a los locutores son "contenidos evidentemente sexistas, racistas, autoritarios en general o de proselitismo religioso. Y eso lleva a la práctica que siempre haya contenidos contrarios: feministas, ecologistas o antiautoritarios. La definición no es tanto como una corriente ideológica concreta si no como de una lógica de transformación social sin embarcarte en una familia política concreta; pero a la vez de difusión de realidades sociales distintas, las que no acostumbran estar en los medios de comunicación", dice Ernest (Contrabanda), postura que comparten los otros medios.

No hay imposiciones, pero sí líneas que se repiten y comparten. Según Ernest (Contrabanda) "la radio no solo debe ser reivindicativa, también tiene que ser lúdica", por eso es tan importante que no se admita "contenido sexista, machista, proselitismo, religioso o autoritario". Idea que es compartida por los entrevistados.

A pesar de ser voluntaria y comunitaria, en Boca Ràdio (El Carmel) sí ponen énfasis en que es importante poner limitaciones para que efectivamente sea asociativo: “Al tema que propongan los voluntarios hay que darle una vuelta para que tenga el enfoque de Boca Ràdio. (…) Colaborar es mucho más que hacer radio, también es construir la radio en el día a día”. Por lo mismo, si no hay consenso, incluso llegan a invitar a los voluntarios a que vayan a otro lugar a hacer sus proyectos. Este es un compromiso a largo plazo y es importante no comprometer la esencia de los medios con tal de llenar la parrilla. Todos cuentan con comisiones de trabajo que van desde la línea editorial, la difusión, el vínculo asociativo y la economía de las emisoras, entre otros. Últimamente ha sido complejo también renovar esos cupos.

Para Francisco (Línea IV) la radio es un elemento de “contracultura. Somos gente corriente tratando de generar contenido. Este es un espacio para la expresión creativa”. Es un espacio de “tejido asociativo rico, (te permite) poder identificarlo y gestionar la vida cultural del barrio”. Esta es una de las claras solicitudes de los encuestados, que la radio comunitaria hable de y desde el barrio, sus actividades, sus personajes, su día a día.

6.2.a.- Situación legal

Las radios comunitarias españolas están regidas por la Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010, la que en el artículo 4 reconoce el derecho a la comunicación -ya sea por medios públicos, privados o comunitarios- y en el artículo 32 incorpora una reserva de espectro para las radios del Tercer Sector, separándolas de las radios piratas (Ortiz, 2014). Sin embargo, aún no existe una clara voluntad política de desarrollar e implementar la Ley, en lo que se refiere a este tipo de emisoras (García G, 2013).

Javier García García, de la Red de Medios Comunitarios, explica que tras la muerte de Franco la Constitución del 78’ otorgó libertades individuales y entregó espacios de libertad de expresión (además de más de 300 ondas de radio). “Fueron repartiendo el dial dejado

fuera a otro tipo de emisoras, no sólo a las radios libres y comunitarias de perfil más díscolo, también las radios escolares y a las radios universitarias han sido excluidas de los repartos de frecuencias, por lo que durante todo este tiempo estas emisoras han funcionado al margen de las regulaciones" (2013; P.113). Advierte además que durante mucho tiempo han funcionado con una "permisividad tácita, pero carente del reconocimiento legal y por tanto, de alta precariedad. (2013; p.122)

Si bien todos reconocen que no les quita el sueño, ya que ha sido un tema abierto por años, reconocen que tener un marco legal que los proteja es una preocupación constante. Están en un extraño escenario. No son legales, pero tampoco ilegales. Hay un compromiso tácito de respetar el espacio e incluso pueden postular a fondos públicos, pero si quisieran sacarlas del aire podrían. "No ser ni ser", explica Ernest (Contrabanda). Para Carles (Boca Ràdio), "sería importante conseguir la legalidad. (Hasta el momento) nos han tolerado". Hay un acuerdo tácito, pero siempre se produce "temor frente a cambios de administración", explica y comenta lo bizarro del escenario al haber recibido en el pasado subvenciones de la administración.

Carles (Boca Ràdio) cuenta que están en las etapas iniciales de creación de una unión de radios libertarias y asociativas de Barcelona (que lleva el nombre tentativo de "Radios Unidas") y que "estamos intentando llevar a cabo" la legislación pendiente que les de cierta seguridad. "Que hay un punto de poder presionar y decir "ostras, que llevamos mucho tiempo así, que ya tenemos que ser más". Si nos habéis "tolerado" tanto tiempo, aceptado, y sabéis que estamos pues nada, mover el punto, poner el negro sobre el blanco y ya está", enfatizando en la importancia de influir en políticas públicas sobre la materia considerando la importancia de garantizar la libertad de expresión y el espectro radioeléctrico como bien común, al que todos los grupos sociales tienen derecho a acceder.

6.3. Vínculo con el territorio

6.3.a.- Participación en la producción

En el pasado han hecho esfuerzos por incentivar la participación de vecinos y colectivos; sin embargo, por diversas razones David (RSK) confiesa que "hoy la programación que tenemos no genera impacto social". En general, cuentan que es complejo llenar la parrilla porque al ser voluntarios los locutores dependen de su nivel de compromiso, pero también de sus intereses. Incluso el idioma que se habla pasa a ser aquel que sea más cómodo para aquellos que hacen cada uno de los programas, sin preguntarse quiénes son los vecinos que los escuchan ni qué les puede acomodar más.

Tres de los encuestados extranjeros de forma presencial expresaron su temor al uso del catalán en estos medios y a la sensación de sentirse excluidos al no entender los contenidos. Esto fue compartido por la única extranjera consultada digitalmente: "Que hablen en castellano", solicitaba. Las radios se sorprenden a escuchar esto, pero advierten que si bien se adaptan a la lengua que hablen los entrevistados, son los locutores los que deciden en que idioma les acomoda más hablar.

Hoy solo radio Línea IV tiene ciento por ciento de locutores del barrio. Es también la más pequeña en términos de equipo, cinco personas realizan toda la programación. Las otras radios además de sumar a su parrilla programas de otras radios asociativas de otras zonas, tienen voluntarios de diversas áreas de Cataluña. En RSK son seis personas activas y seis colaboradores, ellos vienen de Sants, Terrasa, e incluso de Figueras. En Boca Ràdio y RSK los participantes aumentan. En el primer caso porque vienen de la Asociación Juvenil de Boca Nord, en el segundo porque al estar en Ciutat Vella congregan gente de diversos barrios. Destacan que tienen importante presencia migrante, especialmente latino, elemento que solo fue mencionado por RSK que contaba con un voluntario alemán.

De los 68 encuestados, solo dos personas confesaron escuchar alguna de las radios auto gestionadas del área: el primero de forma "romántica", ya que su padre la escuchó siempre y se acostumbró a esto y el segundo, esporádicamente por falta de tiempo, ambos trabajan en organizaciones sociales y tienen contacto con personas que trabajan en estas emisoras. De esta forma se evidencia el rol principalmente colectivista y asociativo de estas radios.

Francisco (Línea IV) explica que si bien quieren "llegar al máximo de gente posible. Cuando planteamos hacer un programa no pensamos en el target (…) No pensamos en quién va dirigido, pensamos en nosotros, en lo que queremos hacer". "¿Cómo le dices a un artista a quién va dirigida tu obra? Te dirá: a quien le guste. No pienso en a quién quiero dirigir mi cuadro sino en lo que quiero plasmar en mi cuadro. Como nosotros no tenemos que vivir de nadie, ni somos una radio comercial nos importa un pito (la segmentación). Nunca nos lo hemos planteado. Nuestra intención no es hacer de radio Línea IV la emisora líder de las radios comunitaria, no, es pasárnosla bien, expresarnos, profundizar en un contenido que nos gusta", destaca.

6.3.b.- Difusión

De los 68 encuestados 36 personas reconocieron no saber de la existencia de este tipo de medio de comunicación, y 30 vecinos explicaron que sabían de la existencia de las radios libres, pero que no las escuchan. Tres personas, incluso, advirtieron que en el pasado escuchaban la desaparecida radio Nou Barris. Solo dos admitieron escuchar radios asociativas (Línea IV y RSK), siendo ambos integrantes de colectivos; sin embargo, al referirse a los programas que escuchaban estos han estado fuera del aire por al menos un año. Además del desconocimiento de los diales, los horarios y/o la programación, algunos encuestados explicaron que solo escuchan radio camino al trabajo, y que debido a la reducida cobertura de las radios se les hace imposible. Este argumento fue compartido por uno de los encuestados presenciales, que trabaja como taxista.

A excepción de las dos personas que se declararon oyentes, todos los encuestados recomendaron que hubiese mayor difusión de la existencia de estas emisoras, tanto en la vía pública, como en redes sociales.

Desde las radios cuentan que hoy la difusión principalmente se hace en las redes sociales de las radios o, en el caso de Línea IV, se utilizan los medios propios de los programas, limitando la comunicación a solo aquellos que ya los conocen. Reconocen que "no hemos hecho suficiente para contar lo que hacemos". "Nos hace falta más presencia física" para la difusión, reconoce Ernest (Contrabanda). "El reto es llegar a la gente no politizada", agrega. Participan de Fiestas Mayores, con un stand en la Rambla para Sant Jordi e, incluso, durante huelgas generales y marchas. Además se dan a conocer con conciertos -anuales o semestrales- que realizan y que son su principal fuente de ingresos. Muchas veces es también una oportunidad para sacar la radio a la calle y hacer un programa desde la vía pública. "La gente se nos acerca y pregunta qué hacemos", reconocen. Incluso advierten que después de este tipo de actividades aumentan en cierta medida sus seguidores en redes sociales e, incluso, puede que les llegue alguna propuesta al mail, aunque nada muy masivo, advierten.

La difusión es por lejos la mayor petición de los encuestados. Varios incluso anotan los diales y los sitios web con el intensión de escuchar las radios cuando tengan la oportunidad. Y son las mismas radios quienes reconocen que esta es su gran piedra de tope, que tienen pendiente idear estrategias de difusión claras. Carles (Boca Ràdio) advierte que su mea culpa es que "ha habido falla en la difusión de la radio (…) Nos cuesta salir de aquí y mostrar lo que hacemos para que otros nos conozcan". Especialmente diseñar una estrategia: "Tener ideas más claras y saber a qué colectivos dirigirse y cómo". "Como no es nuestro tema la audiencia, no nos afecta", dice Carles. A pesar de eso, cree que "siempre hay alguien al otro lado. Y eso es guay".

6.3.c.- La radio y los colectivos sociales

Las radios entrevistadas en general tienen un rol muy importante a la hora de dar voz a colectivos que muchas veces han sido dejados de lado por los medios de corte más tradicional o masivo. Uno de los principales focos ha sido el abrir el micrófono a grupos con capacidades diferentes para ser utilizados a modo de terapia. En esa línea tiene tres programas que son elaborados en esta modalidad. Maragall, es un programa que realiza cada dos semanas el centro de día AREP (Associació per a la Rehabilitació de les Persones amb Melaltia Mental). "Son personas con capacidades diferentes, que vienen con un tutor, y hacen su programa cada 15 días los viernes", explica David (RSK). A eso se suma Planta baixa y Planta Ú, ambos programas del centro de día Cades, que realizan jóvenes con parálisis cerebral y/o trauma encefálico.

Hay "todo ese aprendizaje vinculado al propio acto de participar, (más) que el programa que pueda salir (…) ponerte de acuerdo, guionizar, aprender técnicamente cómo funciona una radio, tomar decisiones en conjunto… todo eso es lo verdaderamente valioso", explica Francisco (Línea IV) para defender a pie juntillas el rol educador de la radio.

Contrabanda es otra de las radios que ha podido abrir los micrófonos a colectivos del sector. Además de luchar contra el estigma social que sufren las personas diagnosticadas, a través del programa Radio Nikosia, entrega un importante espacio a otras dos reivindicaciones sociales: Puticlub es el programa que desde 2017 reúne a "putas feministas", como se hacen llamar. Este es un importante espacio para que trabajadoras sexuales hablen de derechos, lucha y problemáticas que las aquejan. Siguiendo con las luchas sociales, esta emisora también es la casa de Radio Rosko, que es elaborado por trabajadores de sindicato de autobuseros, quienes –cuando pueden- además se suman a las luchas de otros colectivos del rubro.

Pero no todos los programas tienen que salir al aire. Boca Ràdio, por ejemplo, presta sus instalaciones para que una entidad de salud mental del distrito prepare y grabe programas que, por decisión propia, no son transmitidos al aire.

Para David (RSK) “es importante el compañerismo que se genera. El formar parte de un grupo, el tener unos mismos objetivos, ser una persona social. A pesar de que éramos muy diferentes entre nosotros teníamos el concepto de que somos un colectivo y somos un grupo”. Advierte que en general entre quienes han pasado por la radio se comparte esa sensación. A nivel personal confiesa que “siento que si no hubiera estado en la radio no estaría ni enterado que Nou Barris es un barrio de lucha obrera”.

** En el apartado Anexos se encuentran las parrillas de todas las radios entrevistadas.*

6.3.d.- Los oyentes de la radio

De los 68 encuestados solo dos reconocieron escuchar la radio comunitaria, principalmente RSK y Línea IV. De las 19 personas que indicaron que conocían la existencia de la radio solo una no había nacido en Nou Barris pero ha vivido en la zona más de la mitad de su vida. Hacen referencia a que sus padres las escuchaban, a pesar de no hacerlo ellos. En los dos casos que sí eran asiduos a la radio comunitaria destacaban la mística y el romanticismo de la radio a pulso. Ambos, además venían del mundo del colectivismo.

La razón más potente para no escuchar este tipo de emisoras es el desconocimiento de su existencia, especialmente entre aquellos que no fueron criados en el barrio. Casi todos los entrevistados fueron enfáticos de que en el caso de que les presenten este tipo de medios les darían una oportunidad. Sin embargo, no pueden ejemplificar con precisión cómo les gustaría que les comuniquen la existencia y programación de estas radios. Al desconocimiento se suma el interés de entretenerse a través de música seleccionada por ellos y que puedan escuchar en cualquier momento y lugares. La gran mayoría confirma su desinterés por la radio como medio de comunicación y reconocen su función utilitaria: entretenerse en el coche o en el gimnasio y poder evadir o escapar de las preocupaciones del día a día. En general, además, hay poca cultura de podcast. Solo cinco personas

mencionan que descargan programas que les gustan para escucharlos en su celular en tiempos libres.

A pesar de no conocer su existencia, los entrevistados reconocen cierto temor a la politización de este tipo de medios de comunicación, especialmente entre los que fueron encuestados a pie de calle. La principal dualidad que plantean es el interés de estar informados y conectados con sus comunidades, pero querer utilizar su poco tiempo libre para descansar, “evadir la realidad” y “desestresarse”. Advierten que no quieren que alguien les recuerde sus problemáticas, por lo que las radios comerciales, especialmente aquellas de tinte musical son preferidas por los encuestados.

Los jóvenes y migrantes son quienes menos conocen la existencia de estos medios y quienes más reacios se presentan frente a la posibilidad de acceder a ellos. Entre los jóvenes el factor determinante es que la radio es vista como algo anticuado y se prefiere utilizar los teléfonos móviles para escuchar música a través de Spotify y YouTube. Además les interesa escuchar música “actual”, la que por derechos de autor en general no es utilizada en este tipo de medios. Su principal fuente de información son sus propias redes sociales.

En el caso de los migrantes, reconocen que el uso del catalán los podría limitar a la hora de enfrentarse a estos medios. No quieren sentirse excluidos al no entender los contenidos y temen también que la música no los represente (por preferir, en general, música latina). Entonces, podría pensarse que sería la población mayor quienes accedan a las radios libres, pero estos prefieren la televisión como herramienta de acompañamiento diario. Las pocas personas que reconocieron escuchar radio, en segundo plano, mientras hacen actividades propias del cuidado del hogar, advirtieron que también preferían la música por sobre el contenido.

Entre quienes sí comentaron que les gustaría escuchar radios libres por pasar gran parte de su día arriba de sus coches, encontraban en el radio de cobertura de las antenas una limitante. Preferían mantener una estación durante todo el trayecto y, muchas veces, las radios ciudadanas no ofrecen esa posibilidad.

Frente a la pregunta de qué temas les interesaría que tocaran los medios comunitarios para atraer su atención responden que información del barrio, de los eventos y de su gente. Sin embargo, a nivel radioemisora en general manifiestan interés por escuchar temas de actualidad, política, salud, medioambiente, cultura, deporte, trabajo, actualidad, música y magazine. Dejan a entrever que no reconocen a la radio comunitaria como un medio de comunicación e información tan válido como la radio de la Generalitat (primera prioridad) o los medios comerciales, al pedirle tratar otros temas, por sobre los que aseguran buscan contenido de forma más sistemática.

Sin embargo, los encuestados destacan que les gustaría acceder a información del barrio y sus eventos y recogiendo historias y perfiles de la comunidad. David (RSK) cuenta que "las peticiones de programas que tenemos tienden a ser musicales, pero sí viniera alguien con temas vecinales las puertas estarían abiertas". "Me gustaría darle cabida a todo lo que pasa en el barrio y eso es mucho curro, curro diario", confiesa que lamentablemente hoy no tienen la capacidad para hacer algo así.

6.3.e- Coordinación con otras radios de corte comunitario

En diciembre de 2018 se creó en Barcelona la Xarxa Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB). Su objetivo es compartir recursos y crear comunidad. Se autodefinen como una "radio de radios". En la práctica, son una plataforma[5] en que todas las radios de la red tienen espacio para transmitir sus programas (sin dejar de emitirlos por sus canales habituales), mezclando programas de diversas radios en la parrilla y así abriendo los

[5] https://xrcb.cat/es/

distintos proyectos a un público mayor. Aún están en etapa de prueba (fase beta) y recién en septiembre harán su primera revisión general para valorizar la efectividad de la red.

“No le vemos sentido a la FM”, dice categórico Efraín Foglia, coordinador del proyecto. Es enfático en que la radio cambió y que hoy debe potenciarse el podcast: “Contenido audiovisual digital (…) contenidos por internet y en diferido”. “La FM es importante cuando hay problemas de conectividad”. “Hoy vivimos en una sociedad en red. Estás en 10 medios a la vez. Ya no aplica, está en extinción informarse por un solo medio”, sentencia. Dice que no es un tema de preferencias si no que de enfrentarse a “la realidad del sistema”.

“Buscamos alianzas, herramientas, capacitaciones, mostrar experiencias que existen en otras latitudes”, advierte Efraín. La XRCB busca dar la posibilidad de vincularse, capacitarse, generar herramienta de conexión y de investigación de la radio del futuro. El fin último es “comunitarizar las radios”, quien coincide con que al no ser comerciales las radios comunitarias y no depender de audiencias, “es más importante el proceso que el resultado”. Elemento con el que coinciden las radios encuestadas, como se explicó anteriormente.

Boca Ràdio es la única de las radios entrevistadas que participan de la red. Lo hacen porque creen que “siempre es positivo conectarse”. Si bien piensan que la “Xarxa es interesante para radios más pequeñas”, por el apoyo que tienen en equipos y en etapas más iniciales, destacan las capacitaciones que provee la red. En eso coinciden las otras radios entrevistadas, Efraín cuenta que no a pesar de los acercamientos iniciales estas no han querido sumarse, principalmente por considerar que el nombre de radio comunitarias no los representa, son radios libres.

Efraín cuenta que “le hemos presentado (la Xarxa) a todo el mundo (a todas las radios). Ellos han optado por no estar. Por ejemplo, Contrabanda es muy grande y hemos hablado

con gente que dice que quiere entrar y otros que dicen que no. Cuando quieres una respuesta tienes que ir a la asamblea" y ahí, explica, normalmente el voto a participar es negativo. Radios que se definen como libertarias no querrían vincularse con otras que reciben fondos del Estado o están vinculadas a proyectos con los que no comulgan. Este proyecto es financiado por Cultura Viva del Ayuntamiento de Barcelona y según advierte Efraín, "tenemos relación con cualquier tipo de institución mientras esa institución tenga un trato de simetría con la comunidad. Los de radios libres dan por hecho de que si recibes dinero del Estado ya estás pervertido y eres el capitalismo. Desde guifi.net (la empresa tecnológica que impulsa la plataforma de la Xarxa), no; el dinero del Estado es también dinero nuestro y nuestras licencias de uso son las que blindan que realmente esa relación sea público-comunitaria. No hacemos encargos para el Estado. El Estado pone dinero pero es una relación simétrica a nivel de decisiones".

Carles (Boca Ràdio) cuenta que paralelamente están desarrollando un colectivo nuevo de radios libres, que de momento lleva el nombre de "Radios Unidas". Este nació de el trabajo en conjunto que realizaron durante la última fiesta de la Merced en que transmitieron franjas en conjunto. "Se creó un buen rollo, una sinergia (…) y el resultado fue muy chulo". "Se abrió la posibilidad de seguir haciendo otras cosas. Lo que es fuerte una, otra seguro no lo es tanto y al revés. Cuantas más seamos más fuerza podemos tener y más proyectos podemos presentar". Esperan, también, que esta unión facilite el desarrollo de un marco legal que los proteja como radios libres como se advirtió anteriormente.

Este proyecto se sumaría a la Coordinadora de Ràdios Lliures de Catalunya que ha estado relativamente inactiva en el último tiempo, según cuentan, de la cual Boca Ràdio no forma parte y que solo incluye a seis emisoras dentro de toda la región: Línea IV (103.9), RSK (107.1), Contrabanda (91.4), Bala Maresa (106.4); la "pausada" Radio Bronka y la, ahora, digital Radio Pica.

7.- RETOS Y DIFICULTADES

"El problema de la implicación nos pasa mucho, nos pesa", cuenta Ernest "Che Marajas" Ponce de Contrabanda (Ciutat Vella). Este economista social lleva 22 años en la radio (desde 1997) y conoce bien el entramado y la vinculación con otras emisoras. Si bien destaca –tal como lo hicieron todos los entrevistados- que su opinión es personal, ya que al ser asambleas habría que preguntarle a cada uno de los miembros su opinión para poder representar realmente a la radio, sus años de experiencia lo hacen una voz válida en la materia.

"La radio no motiva como antes. Somos conscientes de esto y lo hemos hablado", coincide Francisco Fernández de Línea IV (Prosperitat). Francisco lleva siete años en la emisora y cuenta que cuando llegó estaba el mismo equipo que hoy constituye la radio: "Hay poca renovación de liderazgos para la radio". Y no es que exista necesariamente menor compromiso sino que quienes participan de este tipo de medios, tienden a estar vinculados también con otras instancias de participación. "Hay alta cooperatividad y colectivización que complica la implicación", explica Ernest. Lo difícil es compatibilizar el trabajo, estudios, familia, pasión por los movimientos sociales y anhelo por mantener activa las radios.

Al ser parte un casal de joves, podría pensarse que para Línea IV es más fácil conseguir renovación generacional. Sin embargo, Francisco cuenta que –en general- se muestran entusiastas hasta que se dan cuenta "que hacer un programa de radio, aunque sea mensual, requiere una preparación, documentación, una guionización mínima, requiere juntarse ese día a grabarlo y todo lo que viene después, colgarlo, publicitarlo y la motivación decae". Y al mismo tiempo, "parece ser que también la gente adulta por falta de tiempo, ganas, motivación o lo que sea no lo hace.

Desde RSK (El Turó de la Peira), cuyo nombre pronuncian 'resaca', David "Pitu" González es el encargado de dar entrevistas y hablar de la historia de la radio. Se ríe de que lo

consideren “un dinosaurio de la radio”, por llevar más de 25 años al pie del cañón. Para él lo más importante es “que la radio no muera”, por lo que no se atrevería a dejarla mientras no haya un recambio general potente. Ese es su nivel de compromiso. Como todos, David advierte que no hay un recambio generacional en RSK. Los jóvenes, quienes debiesen tomar la batuta, “son más de guerrilla. Hay interés de participación pero más de pie de calle”, explica. Esto implica un desafío y una oportunidad para el futuro.

7.1.-Radios comunitarias y TICs, ¿se puede sobrevivir a internet?

Sorprende escuchar que quienes construyen las radios en general no escuchan radio. Sí han encontrado en los podcast un nicho interesante, con el que aumentar su cobertura. “La radio como formato está entrando en el terreno del olvido. Hay un auge del podcasting pero están distorsionando el género: no es en vivo”, explica Francisco. En el caso de Línea IV, su sitio web está caído hace un par de meses. Hoy los programas se escuchan como podcast desde la plataforma iVoox[6], la que es utilizada por el grueso de las radios en Barcelona. Sin embargo, Francisco comenta que esta antes “era una plataforma que no era tendenciosa. Actualmente utiliza algoritmos para dar prioridad a ciertos programas que tienen más descargas o cosas así”, dificultando su presencia por sobre otras radios “más populares”, lo que en general desbanca a las radios de corte comunitario. La emisora joven de Prosperitat tuvo un periodo de baja participación, en que producción de la radio bajó y costó retomar el ritmo, según cuenta Francisco.

En el mismo sentido, se presenta el caso de Radio Nou Barris, que a pesar de ser un emblema del barrio debió cerrar sus puertas hace un par de años. Varios de los encuestados recordaban haberla escuchado hace décadas y se sorprendieron de que ya no existiera. Un escenario similar vivió radio Bronka, quienes debido a la falta de implicación y recambio decidieron pausar sus transmisiones hace dos años, con la esperanza de volver con más energía en el futuro. “Fue un golpe. Eran los más activos, con

[6] www.ivoox.com

más participación, eran nuestros referentes", confiesa Francisco. Se generó una sensación de 'si les pasa a ellos nos puede pasar a cualquiera de nosotros', reconoce más de uno. Para Ernest, "que Bronka deje de existir es una gran pérdida". David es enfático en que no han cerrado, solo están en un periodo de reestructuración. Otra de las radios clásicas, Radio Pica, hoy solo está online.

En este contexto, ¿sigue siendo importante ocupar un lugar en el dial? Según Carles Sánchez (Boca Ràdio), absolutamente. "Es interesante que haya dial ocupado por radios no comerciales. Es importante que no se pierda, que haya muchas voces y no solo una forma de hacer radio". Es una forma de "democratizar el espacio", dice. "La FM es decisión asamblearia". Tiene un romanticismo detrás, "es la radio de toda la vida y (es importante) tener la posibilidad de escucharla. Es la banda sonora de la vida", cree.
David es un apasionado de la radio. Por lo mismo dice con pesar que "se ha perdido el romanticismo de la radio por las nuevas herramientas y tecnologías". Sin embargo, nunca debiese abandonarse la FM. Para él, "la historia es bastante cíclica" y ya ha habido momento de crisis y de auge: "Estamos intentando subir la ola. 97-98 fue el último gran momento. Sigo creyendo en esto". Al haber visto una época de gloria sabe que "es posible" y no piensa dejarlo ir sin una lucha. Incluso están intentando mover la antena desde Can Basté al Ateneu de Nou Barris para tener mayor cobertura dentro del barrio.

Lo importante para todos es que sigan existiendo las radios. "Hablan de cosas que no se hablan en la prensa o en los medios oficiales. O se hablan con lógica de poder", advierte Ernest. Incluso cree que "las radios libres se han adaptado más rápido a los tiempos que corren, con el streaming, por ejemplo". Siguiendo esa lógica, debiesen poder generar los cambios necesarios para que los proyectos continúen.

En palabras de Francisco de Línea IV, existe un "elemento romántico de querer mantener el vínculo asociativo (…) lo importante es que surja un proyecto que otorgue contenido cultural y asociativo".

7.2.- Peticiones a la administración

Además de cierta seguridad legal es poco lo que las radios comunitarias incluidas en este estudio solicitan a la administración. Como se indicó anteriormente solo Línea IV recibe subvención estatal hoy, aunque de igual forma genera conciertos bianuales para juntar recursos para paliar cualquier emergencia que pudiesen tener.

Si bien intentan alejarse lo máximo posible a la administración para permanecer neutrales, sí mencionan que sería positivo tener un apoyo para difusión de las radios comunitarias como espacios de creación, así se podría incentivar la participación comunitaria en este tipo de medios.

Además, debido a su carácter comunitario, social y sin fines de lucros, dicen que sería ideal contar con facilidades para mover equipos y antenas y disminuir procesos burocráticos, en la medida de lo posible.

8.- CONCLUSIONES

Que Mario Kaplún escriba que "definir qué entendemos por comunicación, equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir" (1987; p. 67) no es algo trivial. Este texto ha versado sobre el rol clave de la comunicación a la hora de pensar en la transformación y el cambio social. Desde la vereda de las radios asociativas surge la pregunta de si dan suficiente voz a colectivos y vecinos para cambiar estructuras políticas, económicas o sociales en pos de mejorar realmente las condiciones de vida de un grupo o comunidad.

¿Es la comunidad, o los vecinos en este caso, los que participan y se empoderen de los procesos comunicativos hasta lograr cambios sustanciales de discurso, de prácticas o de calidad de vida? ¿Es la radio libre en Nou Barris un agente de transformación social?

Evaluemos desde las variables antes mencionadas: son medios que promueven valores democráticos –en lenguaje, temas y participación-, que da voz a colectivos muchas veces invisibilizados, que tienen como misión y objetivo primordial la transformación social, el alejamiento del lucro y la defensa de los Derechos Humanos. Son medios que están luchando, en mayor o menor medida, por influir en las políticas públicas y conseguir una regulación que les permitan existir con tranquilidad. En otras palabras, son medios que cumplen un rol importante, especialmente en los tiempos que corren.

Sin embargo, la falta de participación en la labor de las emisoras ha hecho que su programación dependa enteramente de los intereses de sus voluntarios, dejando en su mayoría de lado su interés inicial por la vida de barrio y el impacto social. Hoy en su mayoría se presentan programas de música, humor o misceláneos, pasando a segundo plano las noticias y los temas sociales. No por falta de interés, si no que por falta de tiempo y personas para llevar a la realidad las 'radios de sus sueños'. La falta de "músculo", como le llamaron en más de una oportunidad es hoy la gran piedra de tope de las radios asociativas estudiadas. Por supuesto que hay casos emblemáticos como Radio Nikosia o Puticlub que se presentan como destellos de luz, como lo que podría esperarse que una radio asociativa fuera.

A pesar de que los vecinos encuestados afirman que les interesan los temas sociales y políticos y que estarían interesados en escuchar medios de corte comunitario, hay sensación de cansancio respecto a los problemas que los aquejan. Reconocen que prefieren no escuchar este tipo de temas en los medios a menos de que se les ofrezca una solución. En general hay poco interés por escuchar más radio debido a los muchos incentivos que reciben, especialmente desde internet. Los más jóvenes advirtieron que "ya no es moderno escuchar radio", mientras que los mayores mostraban su preferencia por la televisión privada. "Si no hay nada en la tele escucho radio, pero siempre hay algo en la tele", explicaba uno de los encuestados, un hombre mayor ya jubilado.

Se puede ver que la percepción de los vecinos y el poco conocimiento sobre la existencia de estas emisores es consecuente con las falta de estrategias fuertes de difusión de estas. No las usan porque no las conocen. Las mismas radios saben que están al debe con esta materia, pero el día a día muchas veces no les permite generar planes de comunicación para ampliar sus audiencias. Asimismo, incluso reconocen no saber a quién quieren llegar ni porqué canales. Se vislumbra que es certero que es una herramienta para miembros de colectivos, ya que de los 68 encuestados las únicas dos personas que las escuchaban venían del mundo asociativo.

En sus inicios la radio permitió generar comunidad e identidad, especialmente en un barrio tan luchador y reivindicativo como Nou Barris, por lo mismo encuestados aún recuerdan la radio Nou Barris, como un símbolo de su infancia, a pesar de que ha estado fuera del aire por décadas. Hoy se presenta como una buena herramienta, pero subutilizada. Aún cuando cambien la programación y logren entregar contenidos del barrio y se de voz más voz a los colectivos, no se está produciendo comunicación si es que no hay vecinos que los escuchan y no participan del desarrollo de esta. Entendiendo que el fin no es comercial y por ende no dependen de las audiencias, las radios libres han descuidado a su usuario último: el vecino, el posible oyente.

A pesar de que a las radios les gustaría tener algún tipo de injerencia en la vida de los vecinos, no los está movilizando al tener una cobertura muy menor. En esa línea, el impacto o transformación social entre los oyentes de las radios es muy muy menor (si es que lo hay), ni tienen voz real (o al menos no la utilizan) en los temas que se plantean. Sin embargo, todos los entrevistados rápidamente advierten que la transformación se genera entre quienes participan de la radio y que el ideal sería que quienes participan de la radio sea agentes de cambio social. Existe un anhelo de aferrarse a tiempos pasados y a la idea de lo que se puede lograr, pero sin estrategias para captar mayor participación ni audiencia.

El ¿qué queremos hacer? Está muy por sobre el ¿a quién queremos llegar? Al no estar preocupados de las audiencias -de la forma en que lo están las radios comerciales- han logrado alejarse de ellas, especialmente en épocas en que las nuevas tecnologías son el centro de la vida. Además, el hecho de que sean formadas solo por voluntarios muchas veces aleja las temáticas de interés de lo vecinos y se centra en las de los locutores. Si no las escuchan mucho menos pueden influir en sus intereses ni en sus miradas frente a distintos problemas del barrio. La radio comunitaria es una poderosísima herramienta que lamentablemente hoy está siendo subutilizada debido a la falta de participación y renovación generacional, así como de interés de los vecinos de involucrarse y averiguar. Entre los encuestados abundaban quienes decían conocer la existencia de este tipo de radio pero "no tener argumento" al porqué no las escuchan. Asimismo indicaban que les interesaban cierto tipo de temas, pero escuchaban radios que no los planteaban. En esa línea, es verdad que no ha existido en el último tiempo campañas de difusión para incentivar la participar en la radio; pero tampoco ha existido el interés de los vecinos que sí la conocen de averiguar e involucrarse.

La radio libre sí es una poderosísima herramienta de transformación social para quienes en ella participan. Las lógicas comunitarias y asamblearias de este tipo de emisoras convierten a sus locutores y voluntarios en verdaderos agentes sociales. En aquellos que ya participaban de movimientos colectivos, refuerza y amplia su interés; y en aquellos que no vienen del mundo asociativo les permite adentrarse al mundo del cambio social, un mundo del cual es difícil salir una vez que se ha entrado. Cuando se vuelven conscientes (si es que no lo han hecho ya) de que pueden ser agentes de cambio y que su voz importa, se convierten en portavoces de ese derecho y de esa responsabilidad.

9.- ALGUNAS PROPUESTAS QUE SE DERIVAN DE ESTA INVESTIGACIÓN

Desde la administración, debiese haber una voluntad mayor de otorgarles legalidad a estas emisoras y sacarlas del limbo que se encuentran y ponerse al nivel de países que

entienden la importancia de la existencia de medios comunitarios. Se invita al poder político a sacar del congelador la regulación que les facilitará la vida y ofrecerá seguridad a quienes ofrecen un servicio a la comunidad.

Ya se estableció que los medios comunitarios prefieren mantener cierta distancia con el poder político. Sin embargo, este podría ser un aliado –y se recomienda a las radios verlo como tal- a la hora de difundir su importante rol social de espacios de creación comunitaria. Durante la entrevista David (RSK) advirtió que "si conseguimos que dos o tres colectivos usen la radio se podría generar un efecto cadena". Tal vez facilitar la generación de esas alianzas podría ser un apoyo concreto a corto plazo.

Para que las radios tengan un verdadero impacto en las comunidades que están insertas, se recomienda a quienes están a cargo de las radios y han participado activamente para crear espacios abiertos a reflexionar sobre a quién quieren llegar y para qué. De esta forma podrían pasar del hacer radio con contenido por el mero placer de hacerla, a llevar esos resultados a los vecinos de los barrios y de la ciudad en la que viven, si es que quieren que los proyectos sobrevivan a las personas. Las radios reconocen su responsabilidad en la falta de presencia de los vecinos y de colectivos, que los escuchen y que hagan radio. Las dificultades se repiten en todos los casos: poca implicación y falta de renovación que permitan un cambio de aire en las radios. Valorando enormemente la experiencia de quienes llevan años en el tema, parte importante de que las radios sean comunitarias es que no solo exista y se abra el espacio para que quien quiera lo use, sino que también se sepa que existe y se busque quien lo llene. Con una poderosa estrategia de difusión que incluya trabajo de calle: visitas institutos, caus, cooperativas, colectivos, e incluso negocios del barrio, para darse a conocer y presentar el espacio. Para acceder a los jóvenes, además de acercarse a sus espacios de participación podría realizarse una campaña en redes sociales segmentada por edad y lugar de residencia. Si bien estas tienen un costo es muy marginal y podría dar resultados esperados. Se puede invitar a los jóvenes a realizar videos o piezas gráficas mostrando su barrio o sus conflictos, esto a

modo de concurso. Esta campaña podría tener doble resultado: difusión y su consecuente implicación y generación de contenido digital, que es aquel que los jóvenes prefieren.

Se invita a profundizar esta investigación ampliando la muestra de encuestados, así como abarcar a todas las radios libres y de asociativas de Barcelona. Conscientes de que lo que funciona en un barrio no necesariamente es efectivo en otro podrían levantarse buenas prácticas, que permitan generar estrategias efectivas. Más allá de la plataforma –FM o digital- las comunidades merecen y necesitan medios propios que los representen y puedan amplificar sus problemáticas, pero también sus emblemas y sus orgullos. La radio libre no debe morir porque bien gestionada puede ser una herramienta real de transformación social, entre sus auditores y entre quienes en ella participan.

10.- BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, L. & García Leiva, Mª T., editores (2017). El audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad; Ediciones Cátedra.
- Almiron Roig, Núria (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social, 61* (La Laguna, Tenerife). Recuperado el 10 de junio de 2019, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm
- Ander-Egg, E. (1990). Repensando la Investigación-Acción_Participativa: comentarios, críticas y sugerencias; Servicio central de publicaciones del gobierno vasco.
- Blanco, I. & Nel-lo, O. (2018). Barrios y Crisis: crisis económica, segregación urbana e innovación social en Cataluña; Tirant Humanidades.
- Boaventura de Sousa, S. (2018). Epistemología del Sur: un pensamiento alternativo de políticas: https://doi.org/10.24215/2346898Xe032
- Bosch, T. (2014). The Handbook of Development Communication and Social Change, Capítulo: Community Radio, páginas 426-438; Editorial John Wiley & Sons. Traducción propia.
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza; Alianza editorial.
- Dearing, J.W. & Rogers, E.M. (1996). Agenda-Setting; SAGE Publications. Traducción propia.
- Freire, P. (2007). Pedagogía del oprimido; Siglo XXI de España Editores.
- Freire, P. (1985). ¿Extensión o comunicación?: la concientización en el medio rural; Siglo XXI Editores.
- Gallego, J. Ignacio & García Leiva, Mª T. (2012), Sintonizando el futuro: Radio y Producción sonora en el Siglo XXI, Instituto RTVE.
- García G., J. (2013). Retos de la radio en los escenario de la convergencia digital, Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España, páginas 111-131; adComunica, Red de Medios Comunitarios, número 5: http://hdl.handle.net/10234/66635

- Gumucio-Dagron, A. & Tufte T. (2008), Raíces e importancia: Introducción a la Antología de Comunicación para el Cambio Social. En Gumucio-Dagron, A. & Tufte T., compiladores. Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas (pp. 16-45). La Paz, Bolivia. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Gumucio-Dagron, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios; Revista Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, 10 (10), páginas 6 - 19: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839599002>
- Gutiérrez, F. (1979). Las radios comunitarias: una experiencia de comunicación alternativa; revista Nueva Sociedad, número 42, páginas 70-86: http://nuso.org/media/articles/downloads/1158_1.pdf
  - Gutiérrez, M.; Ribes, X. & Monclús, B. (2011). La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical de antena convencional a través de internet. Comunicación y Sociedad, vol. XXIV, n. 2, 2011, pp.270-305
- Jamias, Juan (1975). La filosofía de la comunicación para el desarrollo. En Gumucio-Dagron, A. & Tufte T., compiladores. Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas (2008) (pp. 185-189). La Paz, Bolivia. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria: anuario de medios, páginas 311-320; Fundación Telefónica España: https://www.academia.edu/5235619/La_comunicaci%C3%B3n_comunitaria_en_Am%C3%A9rica_Latina
- Kaplún, M. (1987). El comunicador popular; Hvmanitas.
- López de Ceballos, P. (2003). Un método para la Investigación-Acción Participativa; Editorial Popular.
- López V., J.I. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?; Chasqui 52: 51-54; http://hdl.handle.net/10469/13097

- López, José Ignacio (2008). La radio en la América Latina. Seis aportes al desarrollo, Revista Caminos, Cuba: http://www.revista.ecaminos.cu/article/la-radio-en-la-america-latina-seis-aportes-al-desa/
- Marí Sáez, V. (2011). Comunicar para transformar, transformar para comunicar: tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social; Editorial Popular.
- Mata, Mª C. & ALER (1993). ¿Radio popular o comunitaria? (Fortalecimiento de la radio). Chasqui 47: 57-59: http://hdl.handle.net/10469/13871
- McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento; Paidós Comunicación 170.
- Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo: http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewFile/910/546
- Ortiz, Miguel Ángel (2014). La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del Tercer Sector en España y Francia. Universidad Complutense de Madrid. Artículo extraído del número 10 de Comunicación y Hombre: http://ddfv.ufv.es/xmlui/bitstream/handle/10641/1028/10_estudio_miguelangelortiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, José Emilio (2008). La radio libre española, aquel movimiento social olvidado. Universidad Complutense de Madrid.
- http://historiadelpresente.es/sites/default/files/congresos/pdf/38/perezmartinez.pdf
- Ramos-Ruiz, Á (2015). Radio hertziana vs. radio en internet: un análisis comparativo. Opción, 31 (4), p. 758-774.
- Schramm, W. (1964), Lo que la comunicación masiva puede hacer y lo que puede ayudar a hacer por el desarrollo nacional. En Gumucio-Dagron, A. & Tufte T., compiladores. Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas

y contemporáneas (2008) (pp. 81-94). La Paz, Bolivia. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

- Villamayor, C. (2017). La dimensión político cultural en la sostenibilidad de las radios comunitarias; Question, Vol. 1 número 15, invierno: https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/430

11.- ANEXOS:

11.1.- Manifiesto de Villaverde:

Texto íntegro del manifiesto, que es seguido por las radios libres de Barcelona:

“ En una sociedad cuya realidad está altamente centralizada e informatizada, donde los medios privados y públicos de comunicación son poder y están al servicio del poder, las RADIOS LIBRES surgen ante la necesidad y el derecho de toda persona individual o colectiva a expresar libremente sus opiniones y criticar y ofrecer alternativas en todo aquello que le afecta directa e indirectamente. Las radios libres nos caracterizamos por:

- Un carácter no profesional, entendiendo que la comunicación no debe ser un medio de lucro.
- Un funcionamiento autogestionario basado en la toma de decisiones de forma directa por todos aquellos que participan activamente en la vida de la radio.
- Somos autónomos. La radio libre se constituye al margen de todo grupo de presión político o económico que pueda o quiera alterar en su provecho el mensaje a difundir y, obviamente, rechazamos cualquier tipo de publicidad directa o indirecta.
- La radio libre es participativa. Está al servicio de la comunidad donde se integra, potenciando la unificación de los conceptos emisor/receptor.
- Las radios libres surgen como necesidad de llevar la comunicación al marco cotidiano y como lucha contra el monopolio y la centralización de la comunicación.
- Finalmente nos definimos como radios libres de todo compromiso que no sea el de difundir la realidad sin cortapisas y las opiniones sin limitación.

Las radios libres pretendemos potenciar toda una práctica de comunicación basada en un enfrentamiento radical contra todo tipo de relación social de dominación y, por tanto, apostamos por una forma de vida alternativa a la actual. ”

—Coordinadora de Radios Libres, Villaverde, 21-22 de mayo de 1983

11.2.- Modelo presencial encuesta vecinos

Nombre:
Edad:
Ocupación:
¿Cuánto tiempo lleva viviendo en el barrio?
¿Dónde vivía antes?

PREGUNTAS

a) ¿Escuchas alguna radio de corte comunitario (del barrio)?

b) ¿Cuál? (Si no, qué radio escuchas)

c) ¿Cuánto tiempo la escuchas?

- Nunca
- 1 vez al mes
- 1 vez a la semana
- 3 veces a la semana
- Más de 3 veces a la semana
- Todos los días

d) ¿Por qué escuchas ese medio?

e) ¿Cuáles son los temas que más te interesan/preocupan?

f) ¿La radio X (Contrabanda, Boca Ràdio, RSK, Línea IV) tocan los temas que te interesan/preocupan?

g) ¿Qué temas te gustaría que trataran?

h) ¿Alguna vez te has contactado con ese medio? ¿Para qué? ¿Qué respuesta tuviste?

i) ¿Qué le recomendarías a esa radio para que esté más presente en tu día a día?

11.3.- Modelo digital encuesta vecinos

Vecinos de Nou Barris y Radios

¡Muchas gracias por tu tiempo!
Esta encuesta es para un trabajo de máster de la Universidad Autónoma de Barcelona (IGOP) sobre la relación de los vecinos con las radios del barrio. Te tomará máximo 5 minutos contestarla.

1. **¿Sabes que Nou Barris tiene radios creadas por los vecinos? (llamadas libres, comunitarias, vecinales)**
   Marca solo un óvalo.
   - Sí
   - No
   - Me lo han comentado, pero no las he escuchado

2. **¿Escuchas alguna? ¿Cuál?**

3. **¿Por qué la escuchas? o ¿por qué no la escuchas?**

4. **Comúnmente, ¿qué radio (s) escuchas?**

5. **¿Cada cuánto la (s) escuchas?**

6. **¿Por qué? ¿Qué es lo que te gusta de esta (s) radio (s)?**

7. **En general, ¿qué temas te interesan o preocupan?**

8. **¿La(s) radio(s) que escuchas toca(n) estos temas?**

9. **¿Qué consejo le darías a las radios de Nou Barris para que pasen a ocupar un lugar más importante en tu vida?**

10. **Nombre**

11. **Edad**

12. **Ocupación**

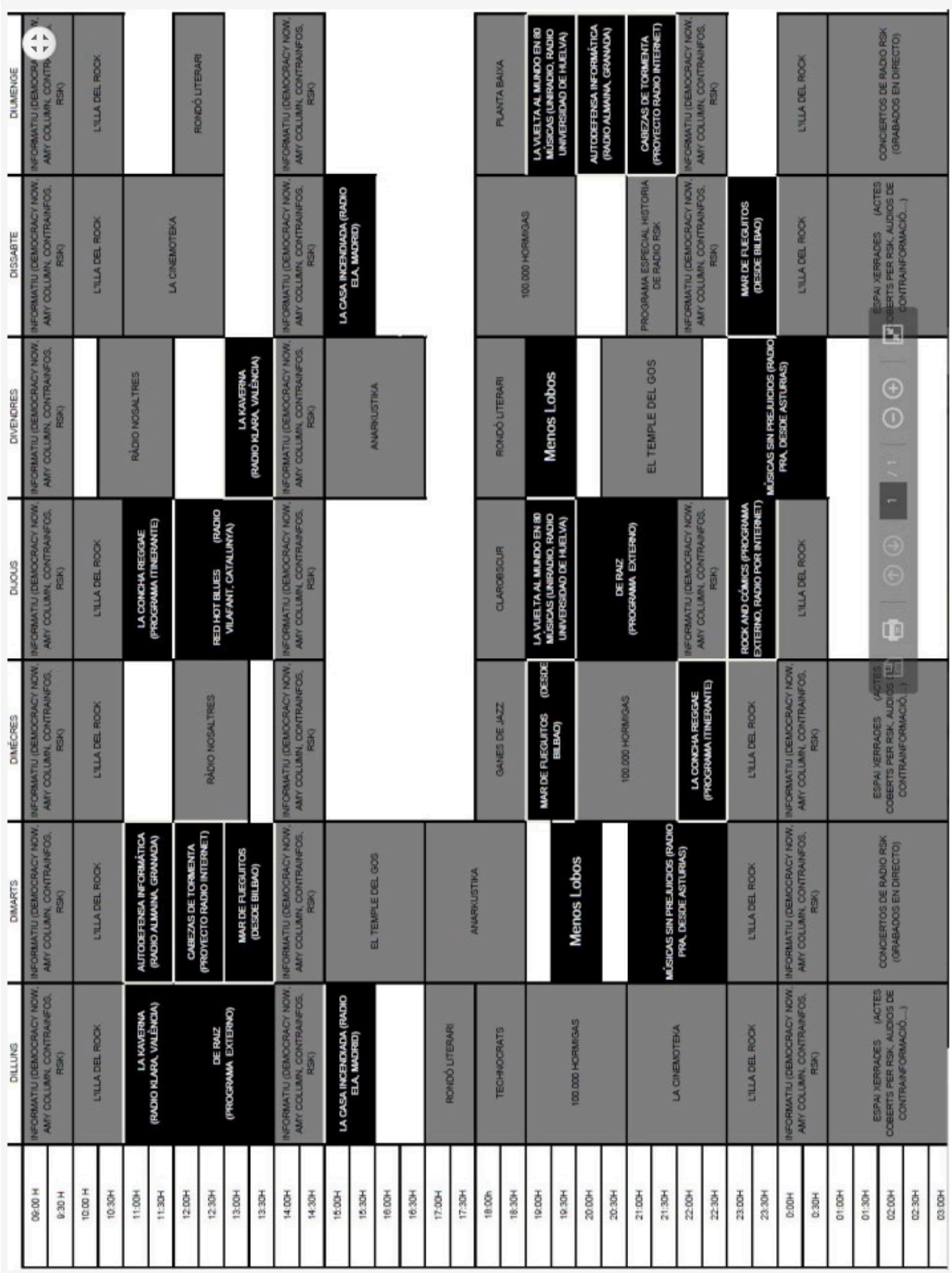
13. **¿Hace cuánto vives en el barrio?**

14. **¿Dónde vivías antes?**

Con la tecnología de
Google Forms

11.4. Parrillas de las radios entrevistadas

a) RSK



	DILLUNS	DIMARTS	DIMÈCRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
06:00 H	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)
6:30 H							
10:00 H	L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK	RÀDIO NOGALTRES	L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK
10:30H				LA CONCHA REGGAE (PROGRAMA ITINERANTE)			
11:00H	LA KAVERNA (RADIO KLARA, VALÈNCIA)	AUTODEFENSA INFORMÁTICA (RADIO ALMANIA, GRANADA)					
11:30H							
12:00H	DE RAIZ (PROGRAMA EXTERNO)	CABEZAS DE TORMENTA (PROYECTO RADIO INTERNET)	RÀDIO NOGALTRES	RED HOT BLUES (RADIO VILAFANT, CATALUNYA)		LA CINEMOTEKA	RONDÒ LITERARI
12:30H							
13:00H		MAR DE FUEGUITOS (DESDE BILBAO)			LA KAVERNA (RADIO KLARA, VALÈNCIA)		
13:30H							
14:00H	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)
14:30H							
15:00H	LA CASA INCENDIADA (RADIO ELA, MADRID)	EL TEMPLE DEL GOS			ANARKUSTIKA	LA CASA INCENDIADA (RADIO ELA, MADRID)	
15:30H							
16:00H							
16:30H							
17:00H	RONDÒ LITERARI	ANARKUSTIKA					
17:30H							
18:00h	TECHNOCRATS		GANES DE JAZZ	CLAROBSCUR	RONDÒ LITERARI	100.000 HORMIGAS	PLANTA BAIXA
18:30H							
19:00H	100.000 HORMIGAS	Menos Lobos	MAR DE FUEGUITOS (DESDE BILBAO)	LA VUELTA AL MUNDO EN 80 MÚSICAS (UNIRADIO, RADIO UNIVERSIDAD DE HUELVA)	Menos Lobos		LA VUELTA AL MUNDO EN 80 MÚSICAS (UNIRADIO, RADIO UNIVERSIDAD DE HUELVA)
19:30H							
20:00H			100.000 HORMIGAS	DE RAIZ (PROGRAMA EXTERNO)			AUTODEFENSA INFORMÁTICA (RADIO ALMANIA, GRANADA)
20:30H							
21:00H	LA CINEMOTEKA	MÚSICAS SIN PREJUICIOS (RADIO PRA, DESDE ASTURIAS)			EL TEMPLE DEL GOS		
21:30H							
22:00H			LA CONCHA REGGAE (PROGRAMA ITINERANTE)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)		PROGRAMA ESPECIAL HISTÒRIA DE RADIO RSK	CABEZAS DE TORMENTA (PROYECTO RADIO INTERNET)
22:30H							
23:00H	L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK	ROCK AND CÓMICS (PROGRAMA EXTERNO, RADIO POR INTERNET)	MÚSICAS SIN PREJUICIOS (RADIO PRA, DESDE ASTURIAS)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)
23:30H							
0:00H	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	INFORMATIU (DEMOCRACY NOW, AMY COLUMN, CONTRAINFOS, RSK)	L'ILLA DEL ROCK		MAR DE FUEGUITOS (DESDE BILBAO)	
0:30H							
01:00H	ESPAI XERRADES (ACTES COBERTS PER RSK, AUDIOS DE CONTRAINFORMACIÓ,...)	CONCIERTOS DE RADIO RSK (GRABADOS EN DIRECTO)	ESPAI XERRADES (ACTES COBERTS PER RSK, AUDIOS DE CONTRAINFORMACIÓ,...)			L'ILLA DEL ROCK	L'ILLA DEL ROCK
01:30H							
02:00H						ESPAI XERRADES (ACTES COBERTS PER RSK, AUDIOS DE CONTRAINFORMACIÓ,...)	CONCIERTOS DE RADIO RSK (GRABADOS EN DIRECTO)
02:30H							
03:00H							

** Si bien esta es la parrilla que está disponible en el sitio web de RSK ellos advierten que no está actualizada. Por ejemplo, no incluye el programa Maragall.*

b) LÍNEA IV

- Amor y Ocio
- Música
- Crítica de cine y libros

c) CONTRABANDA

Programación

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	
0:00	Letal Age	Nikosia	El Peso de la Luz	Club Secreto	A Este Lado de la Tumba	Música	Zibaldone	0:00
1:00	Música	Música	Asamblea de Majaras *	Música	Distrito Apache	El Peso de la Luz		1:00
2:00							Música	2:00
3:00	Música	Caipirinha Libre	Hysteria Sinensis *	Músiques del segle XX	Espiadimonis	Caipirinha Appreciation Society		3:00
4:00				Música	Música			4:00
5:00		Música	Música			Música		5:00
6:00								6:00
7:00								7:00
8:00								8:00
9:00	Sin Audiencia			Niemandsland		Sin Audiencia	Nikosia	9:00

10:00	¿Qué pasa en el mundo?	Zibaldone		Radio Rosko	Letal Age	Niemandsland	Música	10:00
11:00	La Linterna de Diógenes [Irola Irratia]	Espiadimonis	Caipirinha Appreciation Society	Caipirinha Libre	Hysteria Sinensis *	Músiques del segle XX	Tecnoparanoids [Radio E.L.A.]	11:00
12:00	Niemandsland	El Aleteo Des-Equilibrado	El Acratador [Radio Topo]	La Casa Incendiada [Radio E.L.A.]	A Este Lado de la Tumba	Música	Skarlata Ojara *	12:00
13:00	Música	Música	Radiograma *	Música	Asamblea de Majaras *	Skándalo en las Ondas [Radio Topo]	Hysteria Sinensis *	13:00
14:00	La memoria del jaguar	Músiques del segle XX	Nikosia	¿Qué pasa en el mundo?	Zibaldone	Música	El Peso de la Luz	14:00
15:00	Música	Músicas Sospechosas	Caipirinha Appreciation Society	Radiograma *	Espiadimonis	CorAnimal	Espiadimonis	15:00
16:00	Radio Rosko	Música	Caipirinha Libre	Música	Puticlub *	Música	Música	16:00
17:00	A Este Lado de la Tumba	Distrito Apache	Sin Audiencia	A Este Lado de la Tumba	Música	El Aleteo Des-Equilibrado	Asamblea de Majaras *	17:00
18:00	Música	El Peso de la Luz	Skarlata Ojara *			Skarlata Ojara *	Música	18:00
19:00	Nikosia		Letal Age			¿Qué pasa en el mundo?	Músicas Sospechosas	19:00
20:00			Música			Música		20:00
21:00						Distrito Apache		21:00
22:00								22:00
23:00								23:00

Programes en directe	Repetició de programes	Podcasts d'altres ràdios	Música aleatòria	* Programes quinzenals

d) BOCA RÀDIO

GRAELLA BOCA RÀDIO 90.1FM

Graella Boca Ràdio 90.1FM

17:30	SmallJon Show
20:00	KRadio
dimecres, 19 de de juny	
18:30	La Caixa Negra
21:00	BocaOrella
dijous, 20 de de juny	
17:30	SmallJon Show (reemissió)
21:30	Entre Pitos i Flautes
divendres, 21 de de juny	
11:30	La Tarantela
20:00	KRadio (reemissió)
dissabte, 22 de de juny	
18:30	La Caixa Negra
21:00	BocaOrella (reemissió)
diumenge, 23 de de juny	
19:00	Dr. Rokin' i Mr. Pop (reemissió)
dilluns, 24 de de juny	
11:30	La Tarantela (reemissió)
19:00	Dr. Rockin' i Mr. Pop
21:30	Entre Pitos i Flautes (reemissió)
23:00	**Bollywood Babilonia**
Quan	dl., 24 de de juny, 23:00 – dt., 25 de de juny, 00:00

més informació» copia al meu

Google Calendar

BY NC ND