



Foto: Juan Dogliotti | Archivo Audiovisual Prof. Dina Pintos. Centro Ignis. Universidad Católica del Uruguay

La programación cultural de los medios comunitarios: El caso de Radio Almaina

Cultural Programming in Community Media: The Case of Radio Almaina

DOI: <https://doi.org/10.22235/d.v0i29.1699>

Mario de la Torre Espinosa

RESUMEN

Los medios de comunicación generalistas reproducen discursos hegemónicos que no siempre reflejan la diversidad social y cultural. Ante este panorama, los medios comunitarios ofrecen un espacio de resistencia en el que la cultura se convierte en un importante activo. Este artículo se centra en la radio comunitaria en España y se propone explorar el lugar que se otorga a la programación cultural y cómo esta ayuda a alcanzar los objetivos propios de este tipo de medios. Se toma como caso de estudio la Radio Almaina, surgida en 2011 en el seno de una coyuntura social signada por el movimiento 15-M. Tras revisar la programación de la emisora, se procedió a un análisis de los contenidos culturales hallados en tres programas. En ellos se revela una apuesta por la diversidad de contenidos, así como posicionamientos ideológicos contestatarios o lógicas que rompen con los esquemas tradicionales. Se concluye que experiencias como la de Radio Almaina contribuyen a consolidar el tercer sector de la comunicación, que en España aún carece de una regulación gubernamental que le otorgue reconocimiento pleno.

Palabras clave: medios comunitarios; radios comunitarias; programación radiofónica; programación cultural; Radio Almaina.

Introducción

Hacia el reconocimiento del tercer sector en España

El tercer sector de la comunicación es un gran activo social en cualquier país del mundo. Formado por los medios sin ánimo de lucro, entre cuyos fines se destaca la difusión de contenidos informativos-educativos, tiene en el ámbito radiofónico uno de sus pilares principales. Dentro de este se encuentran “las denominadas radios libres, radios comunitarias y radios asociativas” (Ortiz Sobrino, 2014, p. 25), que ofrecen otras visiones evadidas —cuando no directamente censuradas— por el resto de medios, ya sean públicos o privados y comerciales.

En España, estas radios se convirtieron en espacios de resistencia mediática desde sus primeros desarrollos hacia el final de la dictadura franquista y comienzos de la transición democrática.¹ Estos intentos iniciales, que actuaban desde la clandestinidad en muchos casos, usaban los espacios

ABSTRACT

The mainstream media reproduce hegemonic discourses that do not always reflect social and cultural diversity. In this context, community media provide a place for resistance in which culture becomes an important asset. This article focuses on community radio in Spain and aims to explore the status given to cultural programming and how it helps to achieve the objectives of this type of media. A case study is conducted with Radio Almaina, which emerged in 2011 within a social context marked by the 15-M movement. After reviewing the station's schedule, an analysis was made of the cultural contents found in three programs. They all show a commitment to the diversity of contents, as well as ideological positions that are oppositional, or logics that break with traditional schemes. It is concluded that experiences such as that of Radio Almaina contribute to the consolidation of the third sector of communication, which in Spain still lacks a governmental regulation that grants it full recognition.

Keywords: community media; community radio; radio programming; cultural programming; Radio Almaina.

Mario de la Torre Espinosa
Universidad de Granada,
España.
ORCID: 0000-0002-
0027-8745
mariodelatorre@ugr.es

Recepción: 06/09/2018
Aceptación: 21/10/2018

vacíos en el espectro radiofónico para emitir sus propias creaciones con el fin de oponerse al discurso oficialista que dominaba al resto de medios. Con el tiempo, movimientos sociales como el vecinal vendrían a elaborar sus propios medios, con espacios informativos o educativos que daban voz a colectivos que, si bien tenían una gran actividad social, habían sido silenciados por los medios oficiales y no oficiales, estos últimos coartados a veces por miedo a represalias del Gobierno.

Dado el carácter contestatario de estas radios, la denominada emisión *pirata* (llamada así por aprovechar los vacíos en el espectro radiofónico) fue durante mucho tiempo la única vía de existencia y resistencia mediática. A pesar de que los avances derivados de la transición política otorgaron derechos a la ciudadanía, como el de la libertad de expresión, esto no se tradujo inmediatamente en la concesión de licencias, que seguían reservándose para los medios tradicionales. Habrían de pasar muchas décadas

1 :: Miguel Ángel Ortiz Sobrino (2014) ubica el inicio con la emisión en 1974 de una radio libre en Pozoblanco (Andalucía) y su consolidación en 1979, con el comienzo de la actividad de Onda Lliure y Radio Arénys.

2:: No deben confundirse estas radios con las radios piratas, pertenecientes a empresas que usan los vacíos del espectro radiofónico para emitir contenidos con fines comerciales. En este último caso sí se trata de emisiones ilegales. Esta situación, aun así, perjudica a los medios comunitarios ya que, "a pesar de su larga trayectoria y su reconocimiento legal, la inmensa mayoría carece de respaldo legal, motivo por el que se les incluye en el mismo saco que a los medios piratas" (Calvo, 2011, p. 10).

3:: Esta situación no es patrimonio de España, sino que se encuentra la misma situación en otros países de Latinoamérica, como por ejemplo en México (véase Ramos García, 2007).

4:: Este proyecto también avanza sobre el modo de financiación, al establecer que no se podrá "en ningún caso emitir comunicaciones comerciales audiovisuales", pero se podrá "recibir contribuciones de instituciones, empresas o fundaciones... como expresión de su responsabilidad social empresarial" (Consejería de Presidencia, Administración Local y Memoria Democrática, 2017, p. 25).

para que los gobiernos buscaran una solución para estas radios que, sin ser ilegales,² se movían en la alejidad.

Esta situación pareció resolverse cuando se aprobó la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), que reconocía el valor de estos medios comunitarios. En el primer epígrafe de su artículo 32 se recoge lo siguiente:

Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial (Ley N.º 7/2010, 2010).

Se efectúa así una definición de los medios comunitarios, de la que se extraen algunas conclusiones concretas sobre las características que estos deben tener:

- No pueden tener ánimo de lucro: Los ingresos deben destinarse en exclusiva a producir contenidos y adquirir o mantener equipamientos.
- Son medios de comunicación audiovisual: Se excluyen otras formas de comunicación mediática.
- Tienen un fin principal: Deben atender necesidades específicas —sociales, culturales o comunicativas— y cubrir los vacíos informativos presentes en el resto de los medios.
- Como fin secundario, deben fomentar la participación ciudadana, lo que los convierte en un importante activo social y el medio clave para lograr la vertebración de diversos colectivos sociales.

- Deben emitir en abierto: No puede haber restricciones de ningún tipo, para favorecer el libre acceso a la información por parte de cualquier ciudadano.
- No pueden emitir publicidad: Se niega la posibilidad de que se inserten espacios publicitarios de cualquier tipo, lo que lleva a estos medios a emplear formas alternativas de financiación.

La definición que ofrece la Ley 7/2010 coincide bastante con la que la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) redactó en 2009 para su guía sobre la elaboración, aprobación y desarrollo de normas o leyes que regulen la presencia de radios comunitarias, enmarcada dentro de los derechos humanos. A pesar de las similitudes entre estas definiciones, hay una característica esencial que no se menciona en el texto de la ley: el modo de funcionamiento interno. Si algo debe definir a este tipo de medios es su forma de organización, puesto que "su característica fundamental es la participación de la comunidad, tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación" (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 2009, p. 3).

Es precisamente la participación de la ciudadanía, empoderada gracias al acceso pleno a los medios de comunicación, la que debe potenciarse a través del diseño y desarrollo de una programación que contribuya a forjarla como colectivo social. En lo que respecta a su estructura organizativa, la horizontalidad debe ser consustancial a la gestión de las radios comunitarias, en una lógica que se opone a la habitual en los medios de comunicación convencionales, ya sean públicos o privados.

A pesar de la aprobación de la Ley 7/2010, las medidas legales no han desembocado en un reconocimiento pleno del tercer sector ni en la concesión de un estatuto de legalidad pleno para este.³ Los ciudadanos siguen

sin lograr licencias de emisión, por lo que la realidad se traduce en “un conglomerado ingente de medios ciudadanos que utilizan el espacio radioeléctrico sin permiso alguno, porque se le ha negado sistemáticamente en los concursos convocados” (Meda, 2012, p. 78).

La Ley General de Comunicación Audiovisual sí ha logrado ser desarrollada con posterioridad a través de normativas autonómicas (en Canarias, Navarra, País Vasco y Galicia). Sin embargo, aún son muchas las comunidades autónomas que no han procedido en este sentido. Una de ellas es Andalucía, que por el momento cuenta únicamente con el Proyecto de Ley Audiovisual de Andalucía (Consejería de Presidencia, Administración Local y Memoria Democrática, 2017). En este proyecto, en el artículo destinado al fomento del sector audiovisual (art. 17), se dedica un epígrafe al “impulso de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro en todo el territorio de Andalucía”. Esto permite augurar un desarrollo de normativas que favorezcan la legalización de las emisiones de las radios comunitarias y que les otorgue la difusión que precisan para alcanzar sus objetivos.

Lo más relevante de este proyecto es que el capítulo II se destina en exclusiva a los “servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro”. Esta ley pretende ser de las más avanzadas en cuanto a la regulación del tercer sector en España. En las condiciones generales de la prestación del servicio incluye –además de las que establece el artículo 32 de la Ley 7/2010– que se favorezca la libertad de expresión y la diversidad cultural, y que se promueva la igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma se da un paso que consolidaría a los medios comunitarios como agentes configuradores de una sociedad más democrática sin desigualdad de género. Además, añade que “la gestión de estos servicios se realizará de forma participativa, plural y transparente”, con lo que se agrega a la finalidad, estructura y financiación de estos medios, la forma que debe tener su gestión interna.⁴

Aunque la privación del espacio hertziano ha supuesto un gran problema para los medios comunitarios, la situación ha ido mejorando en los últimos años. Con el desarrollo de Internet se ha salvado parte de este problema y sus consecuencias. Si bien el Gobierno español tiene entre sus cometidos la regulación y gestión del espacio radioeléctrico, desde que la radio comenzó a emplear la red como espacio de transmisión se ha diluido la responsabilidad gubernamental. Los medios comunitarios aprovechan la coyuntura digital actual para mejorar su difusión.⁵

La programación cultural en las radios comunitarias

La cultura es un elemento esencial dentro de la programación radiofónica debido al importante rol de los medios comunitarios “en la formación de ciudadanos con sentido de pertenencia y participativos de las apuestas artísticas y culturales de sus territorios en el marco de la diversidad, la memoria y la autenticidad” (Álvarez Moreno y Vásquez Carvajal, 2015, p. 486).

Este tipo de contenidos, junto a los informativos o de entretenimiento, contribuyen a la creación de un imaginario colectivo. Es por ello que los gobiernos, a través de los medios públicos, han usado este tipo de materiales para impulsar una visión unitaria sobre la idiosincrasia de una región o nación⁶ que, como consecuencia, ha limitado la diversidad real al promover una visión de la realidad tan homogénea como artificiosa.⁷ Los medios comunitarios, por su parte, no renuncian a la expresión de su ideología. De hecho, en ocasiones se percibe una postura antiglobalización, donde lo glocal se impone.⁸

La apertura de las radios comunitarias a miembros de diferentes grupos sociales potencia la difusión de visiones heterogéneas sobre la actualidad. Esto se hace especialmente visible en los productos culturales, que son resultado de la acción de los seres humanos sobre la realidad, moldeada acorde a sus objetivos e intereses. Esta diversidad de miradas termina configurando una visión más real y plural de las sociedades.

5:: Además de ofrecer una nueva vía de comunicación, la red también ofrece una ruptura con los contenidos tradicionales a través de la disolución del eje de continuidad, la explosión de formas de accesibilidad o la transmedialidad de la programación.

6:: Cabe señalar la puesta en marcha de estas políticas, llevadas al paroxismo, por parte de diferentes regímenes totalitarios.

7:: Vale aclarar que esta cualidad no compete únicamente a los espacios culturales, sino que los contenidos informativos también conllevan “una dimensión cultural e informativa implícitas como actitud de la emisora” (Moreno, 2005, p. 66).

8:: Si bien estos medios pueden tener una visión que trasciende el localismo y los conecta con otras comunidades, es en la realidad más cercana donde logran el mayor impacto. Esto se debe al modo de producción de sus participantes, quienes consiguen “producir objetos que son el fruto de experiencias subjetivas en el espacio y tiempo” de la realidad local compartida, “que no es considerada como materia prima en bruto para ser mediatizada y vendible” (Cerbino y Belotti, 2016, p. 54).



Foto: Cecilia Vidal

La cultura se erige entonces como un eje esencial en la configuración de las sociedades, y los medios comunitarios contribuyen a deconstruir las miradas hegemónicas. Por lo tanto, “registrar la dimensión cultural de los procesos sociales es recuperar la dimensión simbólica” (Villamayor, 2010) con una resignificación que sirve, entre otras cuestiones, para dignificar a colectivos históricamente discriminados.

Las radios comunitarias tienen una amplia diversidad de programas, pero existen clasificaciones útiles que permiten agrupar los diferentes formatos. La investigadora Aurora García González (2007, pp. 55-56), basándose en un trabajo de José Javier Muñoz y César Gil Covarrubias (1986), establece una categorización de programas culturales que depende de los objetivos que estos persiguen:

- Programas de contenidos considerados tradicionalmente como culturales, que se dedican a las artes (literatura, cine, pintura, artes plásticas, música...) con un propósito pedagógico o didáctico.
- Programas de divulgación, cuyo fin es informativo, cultural o recreativo. Si bien no tienen objetivos pedagógicos, de alguna manera instruyen al informar a través del entretenimiento.
- Programas de información cultural, que dan cuenta de actividades relacionadas con las diferentes artes tradicionales (por ejemplo, contenidos sobre estrenos cinematográficos o teatrales, lanzamientos editoriales o inauguraciones de exposiciones artísticas). Estos programas, además, incluyen comentarios, entrevistas o reportajes.

Radio Almaina como caso de estudio

Para este artículo se seleccionó como objeto de análisis la emisora comunitaria Radio Almaina⁹, cuya sede se encuentra en la Biblioteca Social Hermanos Quero,¹⁰ de la ciudad española de Granada. Esta radio es actualmente uno de los medios comunitarios más vigorosos de España, como lo muestra su continuo crecimiento en recursos y la presencia cada vez mayor de sus programas en otras radios comunitarias nacionales de núcleos urbanos más importantes.

Radio Almaina surgió en mayo de 2011, junto con el movimiento social conocido como 15-M. Este fenómeno, llamado también “movimiento de los indignados”, movilizó a una población civil que, hastiada de los vicios del sistema político, puso en cuestión el concepto de democracia ante una clase política devaluada por la corrupción y un sistema judicial que no ofrecía garantías. Si bien las acampadas y las asambleas en espacios públicos fueron los signos identitarios de este movimiento en un plano mediático-icónico, no fueron menos importantes los medios que los movilizados usaban para comunicarse. Podría decirse que, más que un movimiento social, el 15-M se convirtió en un nuevo movimiento comunicacional donde las redes sociales ocuparon un lugar decisivo (Barranquero Carretero, 2012). Al igual que en otros fenómenos sociales coetáneos, como *Occupy Wall Street* o la Primavera Árabe, las protestas de 2011 y 2012 en España “han hecho emerger nuevas prácticas de comunicación ciudadana ligadas a las nuevas tecnologías y las redes sociales (inmediatez, distribución viral)” (García García, 2013, p. 124).

Como resultado de esta reacción popular de frustración ante la continuidad de políticas tradicionales en el país, se planteó una lucha discursiva para contrarrestar su hegemonía. Si se trataba de elaborar un nuevo discurso, resultaban necesarias nuevas estra-

tegias comunicativas que exigían, a su vez, nuevos medios. Según Ángel Barbas Coslado (2015, p. 106), se “ha comprobado que la dimensión mediática y comunicacional del Movimiento 15-M está presente” en un gran número de investigaciones en torno a este fenómeno. Como fruto de este proceso, la estructura del tercer sector de la comunicación española “se vio fortalecida en clave numérica” (Barraquero Carretero y Meda González, 2015, p. 146).

Radio Almaina fue uno de los numerosos medios comunitarios surgidos en el marco de esta coyuntura social. Fue creada por un grupo de voluntarios que actuaron movidos por la necesidad de generar contenidos que contrarrestaran los discursos hegemónicos de las radios públicas y comerciales. Usando frecuencias inutilizadas, este grupo comenzó a cubrir las noticias sobre el 15-M y retransmitió las manifestaciones y asambleas del movimiento con equipos portátiles de fabricación rudimentaria que actuaban como unidades móviles para la emisión en directo. Poco a poco se fue configurando el equipo de trabajo actual de la emisora, que adoptó un modo de funcionamiento asambleario —en sintonía con el movimiento que la vio nacer— y la horizontalidad como lógica de organización interna.

El carácter abierto y horizontal de Radio Almaina implica que cualquier persona puede colaborar, ya sea mediante la creación de programas o en otras tareas de gestión, mantenimiento o difusión. Para ello, se debe elevar una propuesta al grupo, que deberá ser aprobada en una de las asambleas —realizadas en el mismo local de grabación y emisión— en las que se evalúa el estado de la radio y a las que cualquiera puede acudir libremente. Además, la radio organiza talleres para enseñar el manejo del *software* y del *hardware* que utilizan para grabar y emitir programas. Con estas actividades favorecen la participación

9:: Almaina es un derivado del vocablo “almádena”, nombre con el que se designa a una maza grande que sirve para partir piedras. Este nombre muestra el carácter combativo y contestatario del medio.

10:: La biblioteca social Hermanos Quero (<https://www.bsquero.net>) es un centro autogestionado que se especializa en el pensamiento crítico y la historia de las luchas sociales. El emplazamiento de Radio Almaina allí demuestra su estrecho vínculo con los colectivos sociales de Granada.

ciudadana y ofrecen la oportunidad de contribuir a la programación. Es una apuesta por un modelo inclusivo que no discrimina por ningún motivo, lo que deja claro que las radios comunitarias deben “pensar en nuevos actores sociales y nuevas estancias de participación” (Álvarez Moreno, 2008, p. 69).

Radio Almaina se autodenomina radio libre o autónoma, y deja clara su independencia respecto a cualquier ideología determinada o a fuentes de financiación externa, ya sean públicas o privadas. Es interesante ver cómo en este tipo de medios se producen debates internos para lograr definirse como medio y para delimitar su campo de acción. Como fruto de estas discusiones, en la web de la emisora se encuentra incluso qué entienden por radio libre:

Las radios libres, compuestas al margen de todo grupo de presión política y económica, potencian desde hace más de treinta años una práctica cercana, compartida, popular y autónoma de expresión cotidiana contra todo tipo de venta, impedimento económico, dominación social, en aras de una reproducción libre y un contacto con el entorno sin limitaciones ni intermediarios, ¡al alcance de todas y todos! (Radio Almaina, 2017).

Además de ayudarla a autodefinirse como radio libre, esta definición lleva implícitas algunas cuestiones significativas. La primera de ellas es la referencia al sistema de reproducción de Pierre Bourdieu y Jean-Claude Passeron (1996), según el cual se replican ciertas estructuras de poder en el sistema educativo, que prolongan la continuidad del poder tradicional. Pero es una actitud contestataria lo que lleva a Radio Almaina a definirse en contra de estas dinámicas y a defender un modelo alternativo que promueva el cambio social. También es significativo el uso del lenguaje inclusivo con el “todas y todos”, que funciona como signo de una lucha contra las des-

igualdades de género que se expresa desde la misma autoconcepción del medio.

La financiación supone otro de los rasgos característicos de los medios comunitarios. Radio Almaina se sustenta mediante las contribuciones de sus colaboradores, que se asocian con diferentes aportes económicos. Buscando una mayor cobertura geográfica, que abarcara diferentes regiones de la provincia de Granada, en 2017 la emisora pasó a emitirse desde un centro homologado en la frecuencia 88.5 Hz de FM. Esto conllevó un incremento de presupuesto que ha exigido la puesta en marcha de intensas campañas de captación de socios.

Objetivos y metodología

Este trabajo tiene un doble objetivo. El primero es analizar los espacios culturales de producción propia de Radio Almaina —teniendo en cuenta sus características y el espacio que ocupan respecto al total de la programación— para obtener una visión objetiva sobre la importancia que este medio comunitario otorga a los contenidos culturales. El segundo objetivo se centra en el estudio de los contenidos de los programas de cultura a lo largo de dos meses de programación, para entender su modo de organización y de preparación, así como el tipo de materiales que se pueden encontrar en ellos.

En paralelo, se indagará si la forma de difusión se basa únicamente en las ondas hertzianas o si también incluye otros medios, como *podcast* u otros formatos que apunten hacia una cierta transmedialización de contenidos, en consonancia con la tendencia mediática actual (Jenkins, 2008).

Para el estudio de caso se propone un análisis cualitativo de la programación de Radio Almaina a lo largo de dos meses: mayo y junio de 2018. Un primer paso es identificar aquellos programas con contenidos culturales para, en una segunda etapa, proceder al análisis

de contenidos según la concepción de Bardin (1986) e identificar los temas, los modos de producción, los materiales empleados, entre otros aspectos. Esto además permite clasificar los programas según las categorías citadas en García González (2007, pp. 55-56).

Para el análisis se construyeron las siguientes categorías: fecha de creación, número de programas emitidos, plataformas en las que se difunden los contenidos, direcciones web de blogs y redes sociales, radiodifusión en otras emisoras, equipo de realización, modo de participación de las audiencias, estructura de los programas, contenidos generales y contenidos culturales específicos (en estas dos últimas categorías se analizan temas, formas y puntos de vista).

En las conclusiones, los resultados del análisis de contenido se articulan con los principios básicos que la Asociación Mundial de Radios Comunitarias ha dispuesto para la regulación de los medios comunitarios, con el propósito de observar cómo se inserta Radio Almaina en el marco establecido por esta institución.

Resultados

La programación de Radio Almaina combina programas de producción propia con otros procedentes de radios comunitarias nacionales o internacionales, o bien de asociaciones de diverso tipo. Se emite durante las 24 horas, pero la franja principal –entre las 18:00 y las 21:00– se reserva para los programas propios.

La emisora ofrece diferentes vías de escucha: a través del dial en la frecuencia 88.5 FM, en *streaming* desde su web y en formato *podcast*. La página web tiene una versión accesible que permite acercar sus contenidos a personas con diversidad funcional. Esta variedad de medios de difusión y la interactividad con la comunidad de usuarios, que pueden compartir contenidos e incrementar su difusión, otorga a las emisiones un carácter *crossmedia*.¹¹

Los programas de producción propia son *Cooper Radio*, *Hoy desde aquí*, *La ventolera*, *Menos lobos*, *Sucedió en Beckelar*, *Reactive Commons*, *Radio Coctelera*, *Autodefensa Informática*, *Autonomía ciclista* e *Infoalmaina*. De estos, el único que puede considerarse como programa cultural es *Reactive Commons*, mientras que *Hoy desde aquí* y *La ventolera* tienen un contenido cultural variable. El resto de la programación presenta programas de otras emisoras comunitarias y libres, cuya inclusión ha sido propuesta y resuelta en asambleas. Además, hay espacios musicales repartidos en diferentes franjas a lo largo de la semana.

Aunque el análisis propuesto en este artículo se centra en los programas de producción propia, cabe señalar que en la programación de Radio Almaina se identificaron espacios con contenidos culturales que pertenecen a otras emisoras comunitarias. Un ejemplo lo constituye *Cinefagia*, de la radio Kras, perteneciente al Kolectiu Radiofónicu Asturianu (fundado en Gijón en 1985). Dedicado al séptimo arte, el programa repasa temas vinculados a una cinefilia que autodenominan friki:

Nos gusta la buena música, la actualidad honesta, el buen humor (chanante) y sobre todo el apoyo al cine menos comercial, en donde creemos que Gijón es cantera. Y evidentemente estamos abiertos a cualquier tipo de iniciativas, sobre todo en lo relacionado a interactuar con la gente y darle voz a quien no la tiene (Radio Kras, 2014).

Si se considera oportuno, los contenidos de los programas se evalúan en las asambleas, pero los equipos de producción tienen autonomía absoluta acerca del formato y los temas que tratan.

La parrilla de programación permanece relativamente estable, con ligeras variaciones. De todos los programas se realiza una redifusión, para ampliar la

11:: El concepto *crossmedia* es entendido aquí en el sentido restrictivo referido por Henry Jenkins (2013): "el uso de otras plataformas de medios como simples mecanismos de entrega para el mismo viejo contenido" [Traducción propia].

posibilidad de ser oídos en diferentes franjas horarias y días. Es interesante comprobar que, a diferencia de lo que ocurre en las radios comerciales, los programas se emiten reiteradamente durante períodos de tiempo que pueden incluso superar el mes. Esto sucede por el esfuerzo que requiere el trabajo de producción de programas y las limitaciones de sus participantes por otras obligaciones laborales o familiares.

A continuación, se presenta el análisis pormenorizado de los tres programas de producción propia de Radio Almaina que tienen contenidos culturales.

Reactive Commons

Uno de los programas con mayor seguimiento de Radio Almaina es *Reactive Commons: el programa de la música libre*, creado en mayo de 2013 y presentado y producido por José Bolívar.¹² El programa se dedica a difundir música creada bajo licencias Creative Commons o con descarga gratuita, con una clara filosofía de *copyleft*.¹³ El programa, en consecuencia, también es publicado bajo licencia CC. Además de en Radio Almaina, *Reactive Commons* se emite en Radio ELA, una emisora libre y autogestionada creada en 2008 en Madrid, y en Radio Espiritrompa, creada en 2010 en Huesca.

Además de los medios de difusión de la radio (FM, *streaming* y *podcast*), este programa expande sus contenidos a través de un blog propio¹⁴ y cuentas de Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram. En este caso se aprecia, más que una comunicación *crossmedia*, una verdadera transmedialización gracias a los artículos, tuits o entradas publicadas en redes y que contienen enlaces a los canales de los artistas que forman parte de cada emisión. Estas prácticas expanden el universo recreado a través de los programas, aunque la participación de la comunidad en esta transmedialidad es limitada y se reserva únicamente a la posibilidad de comentar y compartir contenidos.

Cabe resaltar que los enlaces a los canales de los artistas pertenecen a Bandcamp, una tienda de música en línea cuyo catálogo está formado por artistas independientes que encuentran en esta plataforma una línea de difusión y ventas por fuera de los canales de las disqueras multinacionales. En Bandcamp el registro es gratuito y los artistas deciden el precio o cómo debe ser el uso de sus canciones. Así, estas prácticas rompen con el modelo tradicional del mercado discográfico.

Reactive Commons contaba con 55 programas emitidos hasta el final de junio de 2018. En el período analizado publicaron 5 programas, 3 en mayo y 2 en junio, lo que muestra la irregularidad en la emisión. Los programas n.º 51 y 52 contaron con temas de artistas variados, mientras que el n.º 53 estuvo dedicado al sello discográfico Caballito y el n.º 54 al sello Mama Vynila. El n.º 55 se centró en el rock argentino *indie* y alternativo. En estos programas se pueden escuchar géneros que van desde el *dream pop* y la canción de autor hasta el rock independiente o la electrocumbia. Se nota una visión internacional y que mira a los márgenes del repertorio cultural de España, al recoger músicas africanas o latinoamericanas que han sido tradicionalmente ocultadas por la imposición de un modelo eurocéntrico.

Aunque en la muestra no se recoge ningún ejemplo de programa con marcaje ideológico, hay ejemplos en otros meses. Se menciona a modo de ejemplo el programa n.º 48 lanzado en marzo: “Especial solo voces femeninas 3”. Ese programa se dedicó a difundir música de “países como Brasil, Francia, Siria, Suecia o EE. UU. con solistas, grupos y bandas lideradas por mujeres en géneros como el punk, la *chanson* o el mestizaje” (“Reactive Commons”, 2018).

Tras escuchar los programas de la muestra se advierte una estructura estable. Tras una entradilla con la sintonía del programa, se realiza una introducción a los contenidos. Acto seguido se procede a la presentación de los temas y los artistas.

12:: En un principio el programa se llamaba *Reacción en cadena*.

13:: “Licencia que utiliza los derechos de autor con el fin de revertir las restricciones impuestas por el *copyright* sobre la disseminación y el desarrollo del conocimiento” (“Copyleft y creative commons”, 2007, p. 71).

14:: <<https://reactivecommons.wordpress.com/>>



Foto: Cecilia Vidal

Cabe destacar que el enfoque social no está presente en su forma discursiva, sino que se aprecia en la concepción de los diferentes programas (con temáticas de género, por ejemplo) y en la naturaleza de distribución de las creaciones (bajo licencia Creative Commons o con descarga gratuita).

El programa se erige entonces como una alternativa a la mercadotecnia musical, que suele relegar a los márgenes a las manifestaciones musicales que no cumplen con los cánones comerciales habituales en las radiofórmulas. También se aprecia en el hecho de que parte de los grupos musicales difundidos tienen letras contestatarias contra el sistema, aunque esta no es una norma ni una condición indispensable para formar parte de los programas.

Hoy desde aquí

Hoy desde aquí es un programa con amplia trayectoria en Radio Almaina. Su elemento central son las entrevistas sobre temáticas sociales, presentadas y realizadas por el director del programa, cuya identidad no se identifica en los documentos públicos sobre la emisora y el programa. En el período analizado se emitieron seis programas (del número 67 al 72).

Su carácter es anunciado en la web, donde se lo define como un programa sobre “política, historia, poesía, solidaridad y compromiso social desde una óptica libertaria y libre” (Radio Almaina, 2017). Una muestra de las inclinaciones ideológicas del programa es la elocuente fórmula de despedida del locutor en cada uno de los programas: “¡salud y anarquía!”.

En cuanto a los contenidos culturales, se aprecian desde el inicio habitual de cada programa: su sintonía es el tema “Hoy desde aquí”, interpretado por el cantautor uruguayo Alfredo Zitarrosa, una figura clave de la música popular latinoamericana. En esa grabación se recita el texto del poema *El pueblo*, una oda al hombre campesino y obrero escrita por Pablo Neruda, personalidad de relevancia dentro de la izquierda sudamericana. La importancia que se da a los cantautores sudamericanos en este programa se puede apreciar también en la inclusión de otras canciones para acompañar los contenidos. En el programa n.º 67, por ejemplo, se emitió “A desalambrar”, del poeta y cantautor uruguayo Daniel Viglietti.

Ese programa tuvo como contenido central la entrevista a Ermengol Gassiot, profesor de arqueología de la Universidad Autónoma de Barcelona y uno de los denominados “27 y más”: un grupo de manifestantes que en 2013 fueron encausados por ocupar rectorado de esa universidad. Reclamaban que se hicieran efectivas una serie de medidas aprobadas por el claustro para impedir la subida de los precios de matrícula y abaratar el transporte de los estudiantes al campus. En el programa n.º 70 se encuentran otros contenidos culturales, ya que se habla del valor de las acequias, a través de un recorrido arqueológico y antropológico por la importancia de estas infraestructuras para la provincia de Granada.

A pesar de que la política y la lucha social ocupan el grueso de los programas, la presencia de la poesía es también una constante en las emisiones. Un ejemplo se aprecia en el programa n.º 67, que se centra en una entrevista a los investigadores Jorge Ramos Tolosa, Lucía López Arias y Diego Checa Hidalgo, autores de la monografía *Existir es resistir. Pasado-presente de Palestina-Israel*, en la que se denuncia la ocupación de territorios palestinos. Tras esta entrevista, el programa finaliza con el poema “Carnet de identidad”, del escritor palestino Mahmoud Darwish, interpretado por una pareja de colaboradores anónimos del programa. El poema habla sobre la lucha

contra la intolerancia hacia el pueblo palestino y acaba reclamando la ira ante la ocupación, lo que expresa un claro posicionamiento ideológico del programa.

Tanto desde cada uno de los programas como desde la web de *Hoy desde aquí* se invita a la participación de los radioyentes. Estos pueden proponer nuevos temas para próximas ediciones, así como emitir críticas o comentarios sobre los contenidos. Para ello se dispone de una cuenta de correo electrónico (hoydesdeaquí@riseup.net) que otorga cierta interactividad, aunque en diferido.

La ventolera

Este programa se puso en marcha el 18 de marzo de 2018 y es llevado adelante por la asociación Sapame (Salud para la mente). Su propósito es luchar contra la estigmatización de las enfermedades mentales y aportar otra visión sobre estas, mucho más cercana a la realidad y más amable que la que se ha construido históricamente en los discursos de los medios tradicionales.

Sin embargo, el trato dado a este tema en el programa ha sido muy transversal. En su programa piloto, por ejemplo, además de hablar sobre cine y literatura se informaba sobre algunas acciones llevadas a cabo por la asociación, relacionadas con el mundo de la cultura, como un taller de lectura y escritura.

En los meses de mayo y junio de 2018 se repitió el programa número 7, cuya primera emisión había sido el 7 de abril. Este comienza con la participación de una colaboradora que habla sobre los usos medicinales de la *Calendula officinalis*, pero el grueso del programa lo ocupa una entrevista a José Manuel Arévalo, presidente de la asociación que realiza el programa. En esta entrevista, Arévalo declara que Sapame, fundada en 2006 por personas con problemas de salud mental, ha tenido un exitoso recorrido y que la realización de este programa es uno de sus mayores logros. Resulta llamativo que durante la entrevista las preguntas son efectuadas por

diferentes miembros del equipo, lo que otorga pluralidad de voces al programa. Esto también sucede en el bloque final, donde se explican los motivos de la celebración del *Mad Pride* o Día del Orgullo Loco en Granada. Siguiendo una iniciativa llevada a cabo en países como Canadá o Estados Unidos, este acto pretende reivindicar la dignidad de los afectados por problemas de salud mental mediante la resignificación del término “loco”, usado tradicionalmente para denigrar a estas personas.

Lo relevante del contenido de esta emisión de *La ventolera*, a la luz del presente estudio, es que se incluyen dos apartados con contenido cultural. El primero es el espacio “Polvo de estrellas”, dedicado a la crítica cinematográfica y presentado por Manuel, un colaborador del programa. En este caso analiza la película *La mosca* (David Cronenberg, 1986), repasando su argumento y abordando la temática de la representación del monstruo con una serie de comentarios de estilo impresionista. El segundo espacio se dedica a la poesía, y es otro colaborador, José Domingo, quien recita dos poemas propios que versan sobre la libertad. Al término de este espacio, el colaborador es entrevistado y revela el origen de su pulsión como escritor.

En definitiva, más que incluir contenidos que no tendrían espacio en otros medios, el hecho de que este programa sea llevado adelante por personas aquejadas de enfermedades mentales es lo que lo convierte en un espacio de lucha por la visibilidad. Es su propia génesis, por tanto, como proyecto colaborativo y de estructuración horizontal, lo que le otorga interés como iniciativa mediática y social.

Conclusiones

Teniendo en cuenta los catorce principios establecidos para la elaboración de marcos regulatorios democráticos sobre radio y televisión comunitaria (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 2009), puede concluirse que la programación cultural de Radio

Almaina cumple con las características esenciales dispuestas para medios comunitarios:

- Su existencia contribuye a la diversidad de medios, contenidos y perspectivas.
- Su funcionamiento no tiene ánimo de lucro.
- Su finalidad es social y su característica principal es la participación ciudadana.
- Sus contenidos no están sujetos a ninguna confesión religiosa ni partido político o empresa comercial. El posicionamiento ideológico que subyace en sus contenidos es de izquierda.
- La libertad de expresión es clave en estos programas. Los temas y los formatos son diseñados y llevados a cabo con total autonomía por parte de los equipos de producción.
- La cultura actúa como un campo de lucha social para la diversidad de movimientos sociales, raciales, de género, de identidad sexual o religiosa.
- Emplean los medios tecnológicos a su alcance (FM e Internet) para la difusión de sus contenidos, cuyo acceso es además libre y universal.

En todos los programas se observan estrategias *crossmedia*, al posibilitar la escucha en varias plataformas, lo que favorece el alcance de sus contenidos (Chomón Serna, 2016). En el caso de *Reactive Commons*, además, se traza una transmedialización de contenidos con la creación de entradas de blog y tuits (aunque sin una expansión transmedial notable). Estas iniciativas conectan la experiencia de Radio Almaina con las últimas tendencias en el ámbito de la comunicación y conducen a esta radio comunitaria hacia el nuevo paradigma de la convergencia de los medios (Jenkins, 2008). Sería interesante que

los programas desarrollaran conscientemente estrategias transmedia, donde los usuarios puedan contribuir a la expansión de los contenidos y favorecer así una mayor horizontalidad, tanto en la configuración interna de los programas como en su relación con la comunidad.

Siguiendo la categorización citada por García González (2007, pp. 55-56), se puede concluir que los programas estudiados se corresponden a aquellos de divulgación cultural. El análisis de contenidos reveló elementos culturales de corte contestatario contra las formas imperantes del poder. Esto se hizo visible en el uso de textos, ya sea poéticos o musicales, que entroncan con una sensibilidad de izquierdas, especialmente en aquellos programas dedicados a temas políticos o sociales, como *Hoy desde aquí*.

Este análisis permite concluir que la cultura es usada como un importante activo social. Si en algunos programas esta ocupa el grueso del contenido (*Reactive Commons*), en otros ayuda a reafirmar el discurso contestatario para romper con la imagen estereotipada en torno a colectivos discriminados (*La ventolera*) o a causas de lucha social (*Hoy desde aquí*).

Los programas tienen en general una estructura variable, sin una continuidad clara, lo que marca cierto carácter amateur que se aprecia también en la periodicidad irregular de algunos de ellos. Si bien esto podría observarse como un defecto, también ofrece una mayor libertad a la hora de crear los contenidos, lo que otorga frescura y capacidad de improvisación. Mientras que *La ventolera* tiene una organización interna colectiva y horizontal, los otros dos son presentados y producidos por la misma persona, lo que provoca que los programas tengan plena autonomía y, en consecuencia, personalidad propia.

Esta originalidad, tanto en su estructura interna de organización como en la estructura formal de los programas, también se observa en la selección de materiales

culturales como los temas musicales, que son publicados y usados bajo licencias Creative Commons. Esto supone un acto de resistencia contra la industria discográfica y contra la radio comercial (y, por extensión, al sistema capitalista, rector de este tipo de dinámicas mercantiles).

A la luz de la programación cultural analizada, se concluye que Radio Almaina es una radio comunitaria que sigue los principios rectores para este tipo de medios. Esta emisora cumple sin lugar a duda con la función principal de estos medios: ofrecer alternativas de información y recursos culturales a la población. De este modo, el caso de Radio Almaina contribuye a fortalecer el tejido del tercer sector en España.

Debe advertirse sobre las limitaciones de la metodología empleada en este trabajo, puesto que el análisis de dos meses ha generado un corpus bastante reducido. Esto se debe principalmente a la falta de regularidad en la emisión de los programas, que impide entender con mayor profundidad su naturaleza. Se recomienda para futuros estudios acerca de la programación cultural de las radios comunitarias españolas aumentar el número de emisoras e incrementar el periodo analizado. De esta forma se contribuirá a establecer el estado de la cuestión sobre el lugar que ocupa y el rol que cumple la programación cultural en los medios comunitarios.

Referencias

- Álvarez Moreno, M. A. (2008). El desafío de las radios comunitarias. *Anagramas*, 12(6), 61-77.
- Álvarez Moreno, M. A., y Vásquez Carvajal, S. C. (2014). Radio y cultura: una propuesta de radio ciudadana en Internet. *Palabra Clave*, 18(2), 475-498.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias. (2009). *Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria*. Recuperado de http://www.amarc.org/documents/14Principios_Legislacion_Radiodifusion_Comunitaria_ES.pdf

- Barbas Coslado, Á. (2015). La comunicación educativa en el movimiento 15-M: notas sobre una etnografía pedagógica-política en proceso. *Revista internacional de pensamiento político*, 10, 103-117.
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid, España: Akal.
- Barranquero Carretero, A. (2012). Redes digitales y movilización colectiva. Del 15-M a nuevas prácticas de empoderamiento y desarrollo local. En M. Martínez Hermida, y F. Sierra Caballero (Coords.), *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 377-400). Madrid, España: Gedisa.
- Barranquero Carretero, A., y Meda González, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athenea Digital*, 15(1), 139-170.
- Bourdieu, P., y Passeron, J. C. (1996). *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Ciudad de México, México: Fontamara.
- Calvo, E. (2011). Las radios comunitarias trans la nueva Ley de Comunicación Audiovisual. *Derecom. Revista Internacional Online de Derecho de la Comunicación*, 7, 1-10.
- Cerbino, M., y Belotti, F. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Comunicar*, 24(47), 49-56.
- Chomón Serna, J. M. (2016). La radio glocal crossmedia: la alternativa ante la reducción de espacios de proximidad local en la radio convencional. *Icono*, 14, 258-286.
- Consejería de Presidencia, Administración Local y Memoria Democrática. (2017). *Anteproyecto de Ley Audiovisual de Andalucía*. Sevilla, España: Junta de Andalucía. Recuperado de https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/2.%2020150922_ANTEPROYECTO%20DE%20LEY%20AUDIOVISUAL%20DE%20ANDALUC%C3%8DA_1erB_V5.pdf
- Copyleft y creative commons: una alternativa para la libre difusión del conocimiento. (2007). *Innovación Educativa*, 7(39), 70-77. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1794/179421210007.pdf>
- García García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación*, 5, 111-131.
- García González, A. (2007). Los programas culturales en la radio autonómica en España. *Observatorio Journal*, 2, 55-63.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Jenkins, H. (18 de marzo de 2013). T is for Transmedia [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://henryjenkins.org/blog/2013/03/t-is-for-transmedia.html>
- Ley General de Comunicación Audiovisual N° 7/2010. (31 de marzo de 2010). *Boletín Oficial del Estado*. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>
- Meda, M. (2012). Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. *COMMONS: Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1), 59-83.
- Moreno, E. (2005). Las "radios" y los modelos de programación radiofónica. *Comunicación y Sociedad*, 1(18), 61-111.
- Muñoz, J. J., y Gil Covarrubias, C. (1986). *La radio. Teoría y práctica*. Madrid, España: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2014). La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del Tercer Sector en España y Francia. *Comunicación y Hombre*, 10, 25-36.
- Radio Almaina. (2017). *Radio Almaina: Radio libre de Granada*. Recuperado de <https://radioalmaina.org>
- Radio Kras. (22 de agosto de 2014). Cinefagia FM [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://radiokras.blogspot.com/2014/08/cinefagia-fm.html>
- Ramos García, V. M. (2007). La radio comunitaria frente a los grupos de poder. *Razón y Palabra*, 59. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n59/vramos.html>
- Reactive Commons / Reacción en cadena #48. (23 de marzo de 2018). [Entrada en un blog]. Recuperado de <https://reactivecommons.wordpress.com/2018/03/23/reactive-commons-reaccion-en-cadena-48>
- Villamayor, C. (2010). La dimensión político cultural en la sostenibilidad de las radios comunitarias. *Questión. Revista especializada en Periodismo y Comunicación*, 28(1). Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1075>