

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 28, año 2024. URL: espejodemonografias.comunicacion-social.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-16-7

El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico (2023)

José Candón-Mena (editor)

Separata

Capítulo 6

Título del Capítulo

«Las radios del Tercer Sector de la Comunicación»

Autoría

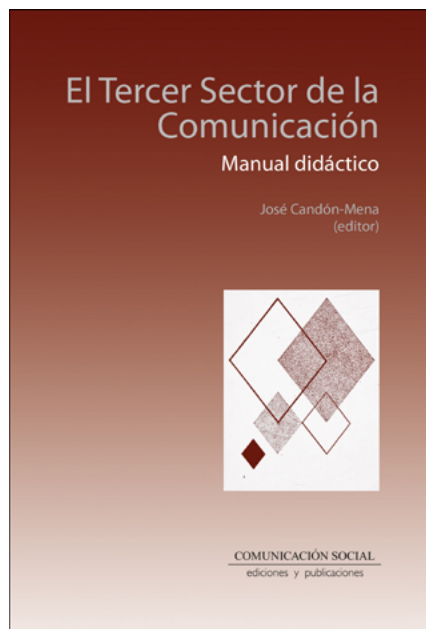
José Emilio Pérez-Martínez;
Miguel Ángel Pérez-Gómez

Cómo citar este Capítulo

Pérez-Martínez, J.E.; Pérez-Gómez, M.Á.
(2023): «Las radios del Tercer Sector de la Comunicación». En Candón-Mena, J. (ed.), *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
ISBN: 978-84-17600-16-7

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c6.emcs.28.tam4>



El libro *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico* está integrado en la colección «Tiempos / Activismo Mediático» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El Tercer Sector de la Comunicación (TSC) abarca medios y organizaciones mediáticas privadas y sin ánimo de lucro, cuyo fin es promover la participación ciudadana en el sistema de medios con fines de expresión, reconocimiento y justicia social.

Sin embargo —y pese a su enorme importancia para ejercer el derecho a la comunicación— su presencia en los planes de estudio de las carreras de Comunicación ocupa un lugar marginal.

Con este libro, *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico*, sus autores abordan el reto de reivindicar la importancia del TSC y resarcir su injustificada ausencia en los planes de estudio de las Facultades españolas.

El presente manual didáctico está dirigido tanto al ámbito académico como a los profesionales, activistas y personas interesadas en potenciar las relaciones entre los medios, la educación y la ciudadanía.

Sumario

1. El Tercer Sector de la Comunicación. Definición, características y potencialidades, <i>por Alejandro Barranquero; José Candón-Mena; Sara García-Caballero</i>	9
1. <i>Introducción</i>	9
2. <i>Características y tipología del Tercer Sector mediático</i>	12
3. <i>Las potencialidades educativas y sociolaborales del TSC</i>	19
4. <i>EL TSC como yacimiento de empleo y espacio de formación complementario para el alumnado universitario</i>	21
5. <i>Referencias</i>	24
2. Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos, <i>por Alejandro Barranquero; Chiara Sáez-Baeza</i>	27
1 <i>La complejidad de un objeto analizado desde diversas disciplinas</i>	27
2. <i>Los debates en torno al Tercer Sector de la Comunicación</i>	30
3. <i>Los nuevos debates. Del desarrollo a los derechos humanos y los ODS</i>	34
4. <i>Referencias</i>	40

3. El Tercer Sector de la Comunicación en la Historia de la Comunicación y el Periodismo,	
<i>por Daniel Moya López; Cora Cuenca</i>	43
1. <i>Introducción</i>	43
2. <i>Breve historia del TSC en España</i>	44
3. <i>Propuesta de inclusión del TSC en la Historia de la Comunicación</i>	52
4. <i>Referencias</i>	54
4. Estructura de propiedad y organizaciones del Tercer Sector de la Comunicación,	
<i>por Francisco Caro González;</i>	
<i>Rosalba Mancinas Chávez</i>	57
1. <i>Introducción</i>	57
2. <i>Conceptualización Tercer Sector de la Comunicación</i>	59
3. <i>Formas jurídicas del Tercer Sector</i>	62
4. <i>El Cuarto Sector de la Comunicación</i>	66
5. <i>Modelo de negocio y sostenibilidad</i>	70
6. <i>Crítica</i>	73
7. <i>Conclusiones</i>	75
8. <i>Recursos</i>	76
9. <i>Propuesta de prácticas</i>	76
10. <i>Referencias</i>	77
5. Publicidad social y Tercer Sector de la Comunicación,	
<i>por José Candón-Mena; Elena Bellido Pérez</i>	79
1. <i>Introducción</i>	79
2. <i>La publicidad social</i>	82
3. <i>Parece publicidad social pero no lo es: el whitewashing</i>	89

4. <i>Desvelando el whitewashing: La contrapublicidad</i>	92
5. <i>Recursos</i>	96
6. <i>Referencias</i>	97
6. Las radios del Tercer Sector de la Comunicación, <i>por José Emilio Pérez-Martínez; Miguel Ángel Pérez-Gómez</i>	99
1. <i>Introducción</i>	99
2. <i>Las radios del Tercer Sector</i>	100
3. <i>Los contenidos de las emisoras del TSC</i>	104
4. <i>Las nuevas tecnologías y la radiodifusión del TSC</i>	109
5. <i>Conclusiones</i>	113
6. <i>Recursos</i>	114
7. <i>Referencias</i>	115
7. Audiovisual y Tercer Sector. Un campo abonado a la participación y las demandas sociales, <i>por David Montero Sánchez; José Manuel Moreno Do- mínguez; Griselda Vilar Sastre</i>	117
1. <i>Introducción</i>	117
2. <i>Televisión alternativa y comunitaria</i>	120
2.1. <i>Definición conceptual</i>	120
2.2. <i>Bibliografía clave</i>	124
2.3. <i>Referencia destacada</i>	124
2.4. <i>Enlaces, recursos y estudios de caso</i>	125
3. <i>Audiovisuales colaborativos: cine comunitario y vídeo participativo</i>	126
3.1. <i>Definición conceptual</i>	126
3.2. <i>Bibliografía clave</i>	130
3.3. <i>Referencia destacada</i>	130
3.4. <i>Enlaces, recursos y estudios de caso</i>	131

4. <i>Videoactivismo</i>	132
4.1. <i>Definición conceptual</i>	132
4.2. <i>Bibliografía clave</i>	135
4.3. <i>Referencia destacada</i>	136
4.4. <i>Enlaces, recursos y estudios de caso</i>	137
<i>Referencias</i>	137
8. El Tercer Sector de la Comunicación en la prensa, <i>por Salomé Sola-Morales;</i> <i>Belén Zurbano-Berenguer</i>	139
1. <i>Introducción</i>	139
2. <i>El Tercer Sector en el periodismo</i>	142
3. <i>Aterrizando el concepto: análisis de casos</i> <i>n el contexto del estado español</i>	148
3.1. <i>Soporte y periodicidad</i>	148
3.2. <i>Tipo de medio, forma de organización</i> <i>y financiación</i>	149
3.3. <i>Auto-definición, principios democráticos,</i> <i>profesionales y política lingüística</i>	151
4. <i>Recursos</i>	156
5. <i>Actividad para continuar la reflexión</i>	156
6. <i>Referencias</i>	157

Las radios del Tercer Sector de la Comunicación

José Emilio Pérez-Martínez

Universidad Complutense de Madrid

Miguel Ángel Pérez-Gómez

Universidad de Sevilla

1. Introducción

Podemos afirmar, sin duda, que es en el campo de la radiodifusión donde el TSC se ha asentado y expandido con mayor tradición y fuerza en nuestro país. Así, desde la década de 1970 es posible encontrar en el dial de la frecuencia modulada emisoras libres y comunitarias, a las que, con el tiempo, se han sumado otros proyectos que se han terminado incorporando al TSC como las radios universitarias y, ya en nuestro presente más inmediato, algunas producciones sonoras en formato pódcast.

Ante esta diversidad de agentes, surgen multitud de interrogantes: ¿qué caracteriza a las radios del TSC? ¿Cuáles son sus contenidos? ¿De qué forma se relacionan con su entorno más inmediato? ¿Cómo ha afectado la eclosión de nuevos formatos digitales a estos proyectos? Sus respuestas nos permitirán trazar una panorámica general de qué es, cómo funciona y hacia dónde avanza la radiodifusión del Tercer Sector de la Comunicación.

2. *Las radios del Tercer Sector*

Como apuntábamos más arriba, las emisoras libres constituyen, de algún modo, el punto de partida para la consolidación del TSC en la radiodifusión española. Estas se encuentran en nuestras ciudades y pueblos desde la aparición de Ona Lliure en Barcelona en el año 1979, en pleno proceso de transición hacia la democracia. A pesar de los años transcurridos, algo más de cuatro décadas, estos proyectos se han mantenido fieles a la definición propuesta en uno de sus textos claves: el *Manifiesto de Villaverde* de 1983. Así, estas emisoras se caracterizan por su defensa de los derechos a la información y la libre expresión, por su carácter no profesional, por ser proyectos sin ánimo de lucro, por su funcionamiento autogestionado a través de asambleas, por su autonomía de poderes económicos y políticos, por ser herramientas participativas al servicio de sus comunidades, por su concepción horizontal de los procesos comunicativos, por un marcado rechazo a toda forma de dominación y por su compromiso altermundista.

Las radios comunitarias, que comparten su origen con las libres, aunque comienzan a asentarse entre finales de la década de 1980 y principios de la siguiente, se definen como medios de comunicación asociativos y sin ánimo de lucro. Estos medios promueven el desarrollo de su comunidad; tienen una clara finalidad social; están orientados a habilitar el ejercicio del derecho a la comunicación y a la información y la libertad de expresión en sus comunidades; están abiertos a la participación de la ciudadanía; no realizan proselitismo religioso ni político; son democráticos y plurales;

deben servir de portavoz de los oprimidos y ofrecer una herramienta para el desarrollo; deben tener un funcionamiento democrático y, finalmente, tienen una financiación coherente con sus principios.

Estos dos modelos, por ser los de mayor implantación y tradición dentro de nuestras fronteras, tienen una dilatada trayectoria que ha hecho que, pese a su heterogeneidad —en origen, funcionamiento y objetivos concretos—, sea posible detectar tres concepciones distintas de su praxis a lo largo de su historia: la radio reivindicativa, la radio abierta y la radio inclusiva.

Definidas por Javier García García (2017), la primera de ellas se corresponde con los años de la Transición y los primeros gobiernos del PSOE (1976-1989) y hace referencia a un momento de estrecha relación entre estas emisoras y los movimientos sociales, en el que el activismo político fue uno de los motores de las radios libres y comunitarias. La segunda, que podemos situar en la década de 1990, se caracterizó por un repliegue hacia los barrios, un abandono parcial de lo reivindicativo, una primacía de lo cultural y el entretenimiento en los contenidos y, finalmente, por un mayor protagonismo de la juventud, que comienza a hacer llegar propuestas de programas a estas emisoras. Por último, la tercera, la radio inclusiva, comienza a aparecer en la década de los 2000 y se caracteriza por mantener elementos de los modelos anteriores; un nuevo carácter educativo; una composición más diversa; un aumento en los niveles de participación; una mayor inclusión social; una mayor integración e interacción con las redes asociativas de su entorno y, como consecuencia de todo esto, una mayor comple-

jjidad que hace que, en ocasiones, sea necesario contar con colaboradores especializados e incluso personal remunerado (García García, 2017: 37).

Las radios educativas son otro de los modelos más asentados, pues la relación entre educación y radiodifusión es tan antigua como el propio medio. De entre la amplia variedad de emisoras educativas existentes (que van desde las emisiones de la UNED a las radios escolares) nos gustaría centrar nuestra atención en las universitarias, por ser las que, generalmente, están más cercanas a las posiciones y a la definición de lo que debe ser un proyecto del TSC. El origen de este fenómeno suele fijarse en el año 1987, con el nacimiento de la emisora de la Universidad de La Laguna, en Tenerife, y desde ahí se extendió por todo el Estado.

El de las radios universitarias es, al igual que las libres y las comunitarias, un fenómeno heterogéneo. De acuerdo con Martín-Pena y Aguaded (2016: 241), esta diversidad puede observarse en las motivaciones detrás de cada una de las emisoras. De este modo, es posible encontrar estaciones cuya finalidad es facilitar prácticas profesionalizantes a los estudiantes, proyectos puestos en marcha por asociaciones estudiantiles o aquellas que surgen desde la propia institución con el objetivo de mejorar su comunicación e imagen de cara a la sociedad. Es posible, además, encontrar modelos mixtos o intermedios e incluso algunas emisoras que nacieron con unos objetivos y gracias a su buena acogida, tanto dentro de la universidad como en su entorno más cercano, terminaron adoptando otros.

Es interesante señalar, también, cómo en los últimos años y gracias a la progresiva democratización de las

tecnologías digitales han aparecido otros formatos sonoros que podrían considerarse como integrantes de lo radiofónico en el TSC. Espacios como *Carne cruda* o proyectos como El Salto Radio serían ejemplos de esto. El primero comenzó su andadura como programa dentro de RNE 3 y de ahí, tras ser cancelado y pasar por la Cadena SER, terminó en un proyecto que emite en directo por *streaming* a través de *eldiario.es* y que, por su compromiso social y sus contenidos altermundistas, es replicado por multitud de radios libres y comunitarias del Estado. Debemos señalar también que, tal y como recoge la web del programa, la gran mayoría de su financiación proviene de las donaciones de sus «productores», lo que, de acuerdo con el propio espacio, asegura una información crítica y libre y hace al programa sostenible.

Sobre el segundo proyecto, las producciones sonoras de *El Salto* son una iniciativa informativa de propiedad colectiva, que se sostiene gracias a sus socios y con un funcionamiento asambleario y tendente a evitar las jerarquías. Este modelo organizativo y sus contenidos, marcados por su perspectiva independiente y crítica, son las causas por las que podemos considerar a esta experiencia dentro del TSC.

Junto a estos dos ejemplos existen multitud de podcasts producidos por grupos o personas, en ocasiones con vinculación anterior a emisoras del TSC, que pueden ser escuchados bien en repositorios *online*, bien en radios libres o comunitarias que los programan en sus parrillas. *La linterna de Diógenes*, producción dedicada a la Historia y la Filosofía, podría ser un buen ejemplo de esto.

Por lo tanto, nos encontramos, en líneas generales, con proyectos radiofónicos sin ánimo de lucro, con sistemas de propiedad y funcionamiento distintos a los de los medios públicos o privados, abiertos a la participación de sus comunidades, vinculados a proyectos de cambio social y con una firme defensa del derecho a la comunicación (Barranquero, 2015: 16). Unos medios que —y esto debemos tenerlo en cuenta— tradicionalmente han trabajado en red, coordinándose en organizaciones regionales, como pueden ser la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URCM), la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB), la Federación Aragonesa de Radios Libres (FARL) o la Arrosa Irratien Sarea del País Vasco; estatales como la Asociación de Radios Universitarias (ARU), la Coordinadora Estatal de Radios Libres o la Red de Medios Comunitarios (ReMC); o internacionales como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) o el Community Media Forum Europe (CMFE).

3. Los contenidos de las emisoras del TSC

Si atendemos a los rasgos anteriormente mencionados, parece sencillo inferir que los contenidos de las emisoras del TSC se caracterizan por diferenciarse de los medios de comunicación generalistas, por defender —a través de su praxis— una forma distinta de comunicar. De este modo, cabe apuntar, en primer lugar, que el carácter abierto y participativo de la mayoría de estas emisoras ha marcado el sentido de sus parrillas, visibilizando realidades ajenas a los medios

generalistas. Así, centrándonos en las emisoras libres y comunitarias, y de acuerdo con las tres modalidades de radiodifusión alternativa expuestas anteriormente —reivindicativa, abierta e inclusiva—, podemos trazar las líneas generales de los contenidos de este tipo de emisoras, que han transitado desde una comunicación alternativa —contrahegemónica y oposicional— hacia una «comunicación otra» —que propone nuevas prácticas comunicativas en las que los individuos construyen la realidad desde sus propios espacios de enunciación (Maldonado; Reyes; Del Valle, 2015).

Debemos comenzar señalando que ha sido una constante, desde los orígenes de estas emisoras, la adaptación de formatos y géneros radiofónicos generalistas a esa otra forma de comunicar característica del TSC. En palabras de Emilio Prado, se produce, en la gran mayoría de ocasiones, una «inversión de signos», es decir, «el cambio puro y simple de contenidos, pero sin operar cambios en el recipiente, que es el programa» (Prado, 1981: 251).

En este sentido, si nos acercamos a los espacios informativos de estas emisoras podemos ver cómo se ha pasado de unos programas de contrainformación contrahegemónica —basados principalmente en la lectura crítica de la prensa diaria—, a la creación de agencias de noticias alternativas —como pudieron ser ANIA en Madrid, Tas-Tas en el País Vasco o ANA en Cataluña— a, finalmente, la profusión de informativos locales, centrados en contenidos de cercanía (barrio, distrito, localidad...), que suelen permanecer ajenos a los medios generalistas. Es gracias a estos espacios que estos medios cumplen con su función de elementos

vertebradores de sus comunidades. Como experiencia a destacar encontramos el caso del informativo *Más Voces*,¹ producido entre 2006 y 2018 por la Unión de Radio Libres y Comunitarias de Madrid (URCM) y que era replicado en emisoras de América Latina y, por supuesto, el Estado español. Debido a la estrecha relación entre estas radios y los movimientos sociales, ha sido habitual encontrar en las parrillas de las emisoras del TSC programas feministas, ecologistas, antimilitaristas, en defensa de los derechos de las personas LGTBI, etcétera. Merece la pena destacar aquí el semanal *Más Voces Entiende*,² producido por Artegalia Radio de Alicante y replicado por las emisoras de la Red de Medios Comunitarios (ReMC), un programa de actualidad LGTBI en antena desde 2006 y que llegó a ser nominado a los premios Ondas de 2019.

Otra de las grandes líneas dentro de la programación de estas radios son los programas culturales, que podemos clasificar en tres grupos: espacios didácticos; otros más divulgativos y, finalmente, aquellos centrados en la información cultural (De la Torre, 2018: 88). No debemos perder de vista dos factores claves. En primer lugar, que es muy común la hibridación entre estas tres categorías dentro de la programación cultural de las radios del TSC y, en segundo, que, debido al carácter abierto de estas emisoras, la programación cultural está tradicionalmente sujeta a los intereses particulares de aquellas personas que se acercan a estos medios con la intención de crear sus propios

¹ <https://www.masvoces.org/>

² <http://audio.urcm.net/-Mas-Voces-Entiende-informativo>

contenidos, lo que incide, de alguna manera, en su propia pluralidad y heterogeneidad.

Así, dentro de la vertiente cultural de estas emisoras debemos destacar el peso que históricamente han tenido en su seno los programas musicales (Costa Gálvez, 2017). Espacios que, lejos de ser «de relleno», han desempeñado un papel muy importante en la dinamización cultural de las ciudades en las que se ubicaban las emisoras. Dedicadas normalmente a estilos musicales ajenos al *mainstream* y, por lo tanto, fuera de las lógicas del mercado, estas emisiones han sido claves para alimentar gustos alternativos, en total consonancia con su concepción de la comunicación (Pérez Martínez, 2022).

La recuperación de formatos que habían caído casi en el olvido, como la ficción radiofónica, ha sido otra de las constantes dentro de la programación cultural de estas emisoras. En este sentido es necesario señalar que la emisora malagueña Onda Color, radio comunitaria del barrio de Palma Palmilla, consiguió una mención especial en los premios Ondas de 2022 por su ficción sonora *La Desbandá*.³ Si vamos más allá de la importancia del galardón —que es un claro reconocimiento a la calidad y a labor de estas emisoras—, es posible detectar en su temática esa preocupación por una forma de comunicar diferente, en este caso reflejada por su temática y contenido.⁴

³ <https://ondacolor.org/ladesbanda/>

⁴ La Desbandá es un episodio traumático para la ciudad de Málaga y sus habitantes: el bombardeo por parte de los franquistas de la población civil que en febrero de 1937 huyó hacia Motril y Almería por la carretera de la costa.

Las emisoras universitarias se caracterizan por tener unos rasgos diferenciales en cuanto a sus contenidos. Así, Piñeiro-Otero y Caldevilla Domínguez (2011: 19-20) los definen como una adaptación al medio del proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo que encontramos, como contenidos prototípicos: la grabación de clases, orientaciones prácticas, la corrección de trabajos, el resumen de unidades didácticas o apoyo para la ampliación de contenidos. Podemos encontrar dos modelos de radio universitaria. La primera utiliza un modelo de radio generalista en la que se pueden escuchar desde contenidos informativos, de entretenimiento, divulgativo y, por supuesto el didáctico. La segunda sería un modelo de radio universitaria especializado cuya programación está comprendida por programas que focalizan sus contenidos en temas muy concretos. Este último modelo ha tenido un crecimiento exponencial gracias al formato pódcast, que permite fraccionar la programación, sin que haya una continuidad como en la radio convencional. RadiUS, emisora de la Universidad de Sevilla, utiliza este modelo de especialización en una programación que comprende contenidos realizados por profesores de diferentes especialidades y alumnos de la Facultad de Comunicación. Entre estos pódcasts podemos encontrar aquellos producidos por alumnos tutorizados por docentes, en los que el aprendizaje se extiende mucho más allá del aula. Este tipo de contenidos permiten un mayor enriquecimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje, pero también una flexibilización de las instituciones académicas (*Ibid.*, 2011: 27).

Para concluir, debemos detenernos en los contenidos que han terminado por configurar ese modelo de radio inclusiva al que hacíamos mención más arriba. Al calor de experiencias internacionales como la argentina Radio La Colifata, comenzaron a desarrollarse en las emisoras del TSC del Estado español programas orientados a la intervención e inclusión sociocomunitaria, en los que toman la voz colectivos que, normalmente, encuentran barreras para participar en sus comunidades. Así, es posible encontrar, dentro de las parrillas de estas emisoras, espacios vinculados al ámbito de la salud mental, realizados por personas mayores, por personas migrantes, por jóvenes en riesgo de exclusión social o por personas internas en centros penitenciarios.

Podemos destacar como ejemplos a *Radio Nikosia*, de Contrabanda FM, que es uno de los referentes estatales en cuanto a lo que salud mental se refiere; *Mayores con voz* de OMC Radio, dirigido por las «Líderesas de Villaverde», como ejemplo de radio hecha por personas mayores; a *El zapato roto* de UniRadio, programa realizado por personas internas en centros penitenciarios; *La voz de los inmigrantes*, de Onda Color, espacio en árabe en el que la población migrante toma la palabra, u *Onda Realidades*, de OMC, que es un programa realizado por personas en situación de sinhogarismo, entre otros.

4. *Las nuevas tecnologías y la radiodifusión del TSC*

Las emisoras del TSC no han sido ajenas a la llegada de las nuevas tecnologías digitales e Internet. De

hecho, es posible afirmar que el sector es consciente de que parte de su futuro y sostenibilidad pasa por adaptarse al nuevo horizonte que ha abierto el entorno digital.

Sin duda alguna, la gran transformación que ha traído consigo la digitalización es la ampliación de los horizontes participativos de estas emisoras. Esta nueva audiencia activa ha tomado forma a lo largo de las dos últimas décadas, gracias a la aparición de nuevas herramientas y tecnologías que permiten a los consumidores archivar, anotar, apropiarse y hacer recircular el contenido de los medios. La nueva realidad digital ha favorecido, por un lado, la aparición de una gama de subculturas que promueve la producción de medios (*Do It Yourself*) con un discurso que da forma a cómo los consumidores han desplegado esas tecnologías y, por otro, el desarrollo de tendencias económicas que favorecen los conglomerados de medios integrados horizontalmente que alimentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales de medios y exigen modos más activos de audiencia (Jenkins, 2006: 135-136). Un ejemplo de esta relación entre radios del TSC y su audiencia en el entorno digital contemporáneo es Radio Pimienta,⁵ emisora comunitaria de Tenerife, que utiliza sus perfiles en redes sociales no solo para dar a conocer sus programas, sino también para diseminar acciones, opiniones y debate. Pero lo más llamativo es que en su web y redes hacen llamamientos a su audiencia para que estos se conviertan

⁵ <https://www.radiopimienta.org>

en reporteros enviando sus audios. Dicha interacción pone de manifiesto el creciente diálogo, real, entre oyentes y emisoras del TSC.

Aprovechando la coyuntura digital muchas radios complementan su emisión en FM con un canal en *streaming*, cuando no optan por emitir únicamente *online*. Esto ha permitido superar la tradicional limitación de alcance en el éter y, en el segundo de los casos, ahorrar parte de la inversión que supone la puesta en marcha y el mantenimiento de la señal analógica. Del mismo modo, la progresiva incorporación del pódcast ha facilitado a las audiencias un consumo en diferido de estos contenidos, así como el intercambio de programas entre emisoras.

Uno de los factores principales para la creación de pódcasts es su bajo coste. Suponen una gran oportunidad para que el tejido asociativo y la ciudadanía pueden mostrar una visión contrahegemónica de la realidad, alternativa al discurso elaborado por los *mass media*. En esta misma línea de uso político y alternativo de los recursos que facilita el entorno digital, encontramos páginas web que ofrecen recursos libres de derechos para poder producir audios, montar emisoras *online* o analógicas, etcétera. A la existencia de estos espacios podemos sumar el uso de licencias como Creative Commons, un sistema mixto de autogestión y cesión de derechos de autor que incentiva el buen uso de la obra, y que aporta flexibilidad de manera segura y legal en su uso, a la par que facilita la aparición de plataformas abiertas para la creación e intercambio de conocimiento y contenidos a nivel interno y externo (Caldevilla Domínguez, 2011: 303-304).

Es habitual, también, que estas emisoras prioricen la utilización de software libre, en sintonía con su código ético y político. En este sentido, debemos destacar los avances que se han realizado desde el propio movimiento en cuestión de desarrollo de programas y aplicaciones para la gestión de las emisoras y la automatización de algunas de sus tareas. Radioco⁶ y Radiobot⁷ son dos claros ejemplos de esto.

Del mismo modo, se está avanzando progresivamente en la transformación de estas radios en elementos multiplataforma, superando el uso meramente promocional de las redes sociales e incorporando nuevas formas de conectar con sus contenidos. Podemos ver, por ejemplo, cómo emisoras como UnioviRadio, emisora de la Universidad de Oviedo, o Hispanidad Radio, radio comunitaria de Huelva, han comenzado a retransmitir a través de Twitch; cómo algunas otras, como Cuac FM, han comenzado a instalar cámaras de vídeo en sus estudios o cómo otras, como Onda Color, han llegado a estrenar su estudio de producción de vídeo.

Otra de las ventajas de la implementación de las nuevas tecnologías es que ha facilitado enormemente la coordinación para la realización de emisiones y coberturas conjuntas. Este modo de operar ha sido una constante en la historia del movimiento, pero tal vez debamos destacar su importancia durante la crisis sociosanitaria provocada por la pandemia de la covid-19. En un momento en el que las restricciones impuestas por el estado de alarma impedían a estas

⁶ <http://radioco.org>

⁷ <https://radiobot.org>

radios desarrollar su labor, gracias al manejo de lo digital e Internet desde la ReMC se pudo poner en marcha el magacín semanal *El otro coronavirus* y desde el entorno de las emisoras libres se celebraron cinco *Cadenazos Ibéricos de Radios Libres*. Así, las radios del TSC pudieron combatir la desinformación reinante en aquellos momentos críticos y seguir manteniéndose como una referencia para sus comunidades, a la par que ayudaban a visibilizar realidades que estaban quedando fuera de la agenda pública mediática.

5. Conclusiones

Las radios del TSC se enfrentan en la actualidad, como hemos visto, a una serie de retos en la nueva mediosfera digital, pues deben competir manteniendo su personalidad e idiosincrasia, con una cada vez mayor oferta de contenidos sonoros. Los retos pasan por mantener sus particularidades, su forma de comunicar, sus principios rectores, y su carácter altermundista, en un contexto de feroz competitividad desde los medios generalistas y en medio del *tsunami* de información que suponen las redes sociales.

Mientras que mantienen y defienden su derecho a emitir en la FM, las emisoras del TSC utilizan, cada vez más, las plataformas digitales para ofrecer sus contenidos a los oyentes. Pese a estos esfuerzos, debemos reconocer que la falta de voluntad política para normalizar su situación, unida a una financiación tradicionalmente precaria —basada en las cuotas de sus socios y socias, ayudas y subvenciones—, plantean

una serie de riesgos a la sostenibilidad, estabilidad y consolidación de estos proyectos. Así, la clave tal vez se encuentre en la conjunción de los elementos que venimos señalando y en continuar creando contenidos atractivos y comprometidos con sus objetivos sociales, de forma que estas radios consigan atraer a la población más joven y asegurar de este modo su continuidad en el tiempo.

6. Recursos

—Documentales:

Radios libres, las voces de la gente (Asociación cultural La tripulación del comodín, 2009).

Nada que ver. 25 años de CUAC FM (Iago Prada, 2022).

Ràdios lliures. Un viatge per la llibertat d'expressió (Toni Silva y Edu García, 2022).

—Páginas web:

Página web de formación sobre tecnologías libres para radios comunitarias <https://radioslibres.net/>

Los medios de comunicación del Tercer Sector:

<https://jovenesytercersector.crowdmap.com/>

Repositorio de audio de radios del TSC:

<https://audio.urcm.net/spip.php?page=proyecto>

Manual de estilo de RadiÚs, Radio oficial de la Universidad de Sevilla. Principios rectores de esta emisora universitaria, ejemplos de producción y redacción de programas: <https://radio.us.es/wp-content/uploads/2022/07/manual-de-estilo-radius.pdf>

7. Referencias

- Barranquero, Alejandro (2015): «Definición y rasgos del Tercer Sector de la Comunicación». En Alejandro Barranquero (coord.), *Juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*, Madrid: Centro Reina Sofía, pp. 16-17.
- Caldevilla Domínguez (2011): «Radio por Internet. Los «Creative Commons» como eje vertebrador para Radio clubes de aficionados». En Miguel Ángel Ortiz Sobrino; Nereida López Vidales (ed. lit.), *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos*, Madrid: Editorial Fragua, pp. 301-325.
- Costa Gálvez, L., (2017): «Invisible Revolutions: Free Radio Music Programming in Barcelona», *Westminster Papers in Communication and Culture*, vol. 12, núm. 2, pp. 37-51. doi: <https://doi.org/10.16997/wpcc.226>
- De la Torre Espinosa, Mario (2018): «La programación cultural de los medios comunitarios: el caso de Radio Alemania», *Dixit*, vol. 29, pp. 84-97. <https://doi.org/10.22235/d.v0i29.1699>
- García García, Javier (2017): «Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva», *Disertaciones*, vol. 10, núm. 1, pp. 30-41. dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4535
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture. Where old and new media collide*, New York: New York University Press.
- Maldonado Rivera, Claudio; Reyes Velásques, Carlos; Del Valle Rojas, Carlos (2015): «Emergencia indígena, Comunicación-otra y Buen vivir. Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas», *Chasqui*, vol. 128, pp. 165-182.
- Martín-Pena, Daniel; Aguaded, Ignacio (2016): «La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación», *Comunicación y sociedad*, vol. 25, pp. 237-265. <http://hdl.handle.net/10272/14741>
- Pérez Martínez, José Emilio (2022): «Esto (sí que) no es Hawaii: radios libres, contracultura, subcultura y música underground en el Madrid de la Movida (1976-1989)», *Resonancias*, vol. 26, núm. 51, pp. 119-145. <https://doi.org/10.7764/res.2022.51.6>
- Piñeiro-Otero, Teresa; Caldevilla Domínguez, David. (2011): «Podcasting didáctico: Una aproximación a su uso en el ámbito de la universidad española», *Sapiens*, vol. 12, núm. 2, pp. 14-30. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152011000200002&lng=es&tlng=es
- Prado, Emilio (1981): «El movimiento por la libertad de expresión en España». En Lluís Bassets (ed.), *De las ondas rojas a las radios libres*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981, pp. 237-256.