

# La participación en las radios ciudadanas: propuesta de análisis a partir de los conceptos *resistencia simbólica* y *alfabetización mediática*

**ELOI CAMPS DURBAN**

Doctorando del Grupo de Investigación en Periodismo (GRP) por la Universitat Pompeu Fabra y miembro del Grupo de Investigación Comunicación Social e Institucional de la Universitat de Girona  
[eloi.camps01@estudiant.upf.edu](mailto:eloi.camps01@estudiant.upf.edu)

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7729-6055>

Artículo recibido el 16/04/20 y aceptado el 12/06/20

## Resumen

La participación es una de las características fundamentales de los medios de comunicación ciudadanos. La aportación de estos proyectos mediáticos sigue siendo relevante en la actualidad, dado que posibilitan un alto nivel de implicación de los públicos, especialmente de los colectivos poco visibles en la esfera pública. Este artículo expone varios casos de contenidos participativos en radios ciudadanas del espacio catalán de comunicación y plantea la idoneidad de enmarcar el estudio a partir de los conceptos de resistencia simbólica y alfabetización mediática.

## Palabras clave

Participación, implicación, radio ciudadana, resistencia simbólica, alfabetización mediática.

## Abstract

Participation is one of the core features of community media. The contribution of these media projects is still relevant today as they enable a high level of involvement by their audiences, in particular by groups which have a low profile in the public sphere. This paper presents several case studies of participative content in community radio stations in the Catalan media space and addresses the concepts of symbolic resistance and media literacy as the basis for analysing them.

## Keywords

Participation, involvement, community radio, symbolic resistance, media literacy.

## 1. Introducción

La creciente relevancia de nociones como *participación*, *compromiso* (*engagement*) y *comunidad* vinculadas a los medios de comunicación ha propiciado un interés renovado en la investigación académica. Internet ha extendido la lógica de la cultura colaborativa y de manera progresiva, no sin trabas. Las empresas periodísticas la han integrado como un eje de acción, especialmente desde el estallido de la crisis económica de 2008 (MASIP *et al.* 2015).

En los medios de comunicación, la participación es la intervención de los receptores en la producción de contenidos y la toma de decisiones, de modo que se altera la relación vertical y unilateral entre empresa, periodistas y públicos (PAULUSSEN *et al.* 2007). La generalización de las tecnologías digitales ha posibilitado un gran incremento de los canales participativos en el marco de las sociedades red. Sin embargo, después de un cuarto de siglo de la aparición de los primeros diarios digitales (SALAVERRÍA 2019), los investigadores coinciden al señalar las limitaciones, de índole diversa, que condicionan la

participación en los medios (BORGER *et al.* 2013; CRUZ ÁLVAREZ y SUÁREZ-VILLEGAS 2012; MASIP y SUAU 2014).

La centralidad de la participación ha requerido el uso de neologismos en la academia para referirse a las posibilidades de incidencia de los públicos. Dos de los más extendidos son *prosumidor* y *emirec*. A pesar de que ambos conceptos se concibieron en una época previa a la extensión de Internet, se han empleado en cantidad suficiente en la actual investigación en comunicación, a menudo como sinónimos, a pesar de que derivan de enfoques teóricos diferentes (ALONZO 2019) e implican vías diferentes de abordar la participación (APARICI y GARCÍA-MARÍN 2018). Por otro lado, Hamilton (2003) sostiene que la conceptualización de la participación en los medios puede hacerse desde una perspectiva unidimensional, asumiendo que existen roles de emisor y receptor muy delimitados, o desde una multidimensional, en la que se tiene en cuenta la complejidad de formas de intervención en los procesos mediáticos por una multiplicidad de actores que asumen varios roles; es decir, que no se corresponde a categorías cerradas de autor-emisor y público-receptor, sino que implica una relación en que estas posiciones se intercambian.

En el campo de la comunicación mediática, los alternativos o del Tercer Sector suponen uno de los principales exponentes de participación (ATTON 2002). A pesar de que en las últimas dos décadas se produce una creciente convergencia entre medios de comunicación convencionales y alternativos en cuanto a prácticas y estrategias (KENIX 2011), los medios alternativos continúan planteando en el escenario contemporáneo formas de participación más intensas en cuanto a la implicación de los públicos (CARPENTIER, DAHLGREN y PASQUALI 2014), sobre todo en la tipología de los medios ciudadanos (RODRÍGUEZ 2010).

La investigación en comunicación alternativa, que arranca en la década de los 70 del siglo XX, y que en los últimos veinte años ha atraído un interés creciente en el conjunto de las ciencias de la comunicación (RODRÍGUEZ, FERRON y SHAMAS 2014: 13-14), privilegia determinados aspectos de este fenómeno. Así, se le ha estudiado sobre todo desde un punto de vista conceptual, histórico y legal (LEMA-BLANCO, RODRÍGUEZ-GÓMEZ y BARRANQUERO-CARRETERO 2016: 92; LEWIS 2008: 10), una cuestión de interés atendida la complejidad legislativa que ha rodeado los medios alternativos desde su aparición (GARCÍA, REGUERO y SÁEZ 2011). En cambio, el estudio de los contenidos de estos medios, los procesos por los cuales se producen y las formas en las que se concreta la participación de las audiencias han recibido mucha menos atención (ATTON 2008). Por otro lado, una gran parte de la investigación académica en medios alternativos adopta una dimensión normativa a la hora de considerar el objeto de estudio, partiendo de las premisas de que se trata de organizaciones independientes u opuestas a los medios dominantes, que representan la sociedad civil y que son producidas democráticamente para empoderar a la ciudadanía (FERRON 2012: 136).

En este artículo señalamos la necesidad de ir más allá de los tipos de estudios más recurrentes sobre medios alternativos y abordar el análisis de los contenidos y los procesos de producción que les dan forma. Consideramos que, partiendo de la base de una participación de tipo multidimensional, es conveniente adoptar una perspectiva de estudio que dé cuenta de las especificidades de los medios de impulso ciudadano, en lugar de observarlos desde el prisma del paradigma de la comunicación de masas (HAMILTON 2000).

## 2. Objetivos

El objetivo de este artículo es realizar una contribución al estudio de los medios de comunicación alternativos para avanzar en la comprensión de sus contenidos y la participación de colectivos minoritarios o en situación de desigualdad. Para lograrlo, planteamos dos objetivos específicos. En primer lugar, presentamos y describimos casos significativos de programas de radios ciudadanas del espacio catalán de comunicación –el tipo de medio alternativo con más repercusión en este marco comunicativo (CLUA 2010; FLEISCHMAN, REGUERO y SÁEZ 2009)– que realizan colectivos minoritarios y/o en situación

de desigualdad estructural. A partir de la descripción y de la consideración de las características de los casos de la muestra, extraeremos los rasgos comunes que, en esta primera aproximación, salen a la luz.

En cuanto al segundo objetivo específico, apuntaremos dos conceptos que aparecen en estudios en medios alternativos y ciudadanos, el de *resistencia simbólica* (BAILEY, CAMMAERTS y CARPENTIER 2007; RODRÍGUEZ 2003) y el de *alfabetización mediática* (GUTIÉRREZ 2008; LEE 2010), los cuales consideramos que, más allá del plano teórico, tienen que servir para orientar la investigación empírica sobre estos fenómenos comunicativos y estudiar de manera específica los contenidos y los procesos de participación que se dan, y comprobar hasta qué punto responden a las asunciones normativas sobre la comunicación alternativa.

## 3. Marco teórico

### 3.1 Medios ciudadanos y participación

La premisa principal de la comunicación alternativa es la transformación social mediante la democratización del acceso a los medios de comunicación, modificando sustancialmente el esquema comunicativo de masas (BARRANQUERO 2010; SÁEZ 2008). Los medios de comunicación alternativos surgen desde la sociedad civil, entendiéndolos como el espacio de relaciones de asociación consciente, de autoorganización y comunicación creado por la ciudadanía a través de sus asociaciones, vínculos y alianzas, diferenciándose de las estructuras del Estado y de los mercados (RENNIE 2006). Están motivados por “las distorsiones, los silencios y los fracasos de los medios de masas” en la representación de la diversidad social y la posibilidad de acceso a la esfera pública (LEWIS y BOOTH 1989: 163). Así, los medios alternativos implican la alteración del esquema tradicional emisor-mensaje-receptor (PRADO 1980) y buscan activar las audiencias no solo como receptoras, sino también como parte implicada en la producción y la gestión de estos medios.

El término *medio ciudadano*, propuesto por Clemencia Rodríguez, describe un tipo de medio alternativo que persigue la activación de la ciudadanía, entendida como la identidad política que nace de la implicación cotidiana en la construcción de la comunidad en la que se habita, gracias a la participación de los colectivos poco poderosos en la gestión y en la elaboración de contenidos mediáticos (RODRÍGUEZ 2010: 18). Los medios ciudadanos son los que ponen más énfasis no solo en la creación, sino en la misma estructura de los medios, para socializar con toda la comunidad la toma de decisiones organizativas, la elección editorial, la creación y la recepción de los contenidos (ATTON 2002). Sus objetivos se pueden sintetizar, según López-Vigil, al contribuir al desarrollo, ampliar la democracia, defender los derechos humanos y proteger la diversidad cultural y lingüística (LÓPEZ-VIGIL 2005: 334-337).

El enfoque de la participación que propugnan los medios

ciudadanos, habilitando la autorepresentación comunitaria y fomentando el empoderamiento y la formación (JEPPESEN 2016; RODRÍGUEZ 2003), entronca con la figura del *emirec*. Acuñado por Jean Cloutier, este término apunta al aprovechamiento de las posibilidades de los medios digitales para impulsar la participación desde una relación horizontal entre productores y audiencia, la libertad y la negociación para consensuar nuevas formas de producir mensajes mediáticos y el recurso a la inteligencia colectiva para generar conocimiento (APARICI y GARCÍA-MARÍN 2018: 75-76). El *emirec* es un “sujeto empoderado que tiene la capacidad potencial de introducir discursos críticos que cuestionen el funcionamiento del sistema” (*id.*: pág. 77). Por el contrario, en la noción de *prosumidor*, propuesta por Alvin Toffler, no se modifica sustancialmente el esquema mediático, que se mantiene vertical, de forma que los contenidos generados por los usuarios, con poca capacidad para ejercer el debate y la crítica, refuerzan “el mensaje de los grandes actores de la comunicación” (APARICI y GARCÍA-MARÍN 2018: 74). Esta dinámica unidimensional es la que se observa, por ejemplo, en la gestión de la participación en programas de radio generalista en el Estado español, en el que la interacción está condicionada fuertemente por la elección temática y los marcos discursivos de las emisoras (RIBES, MONCLÚS y GUTIÉRREZ 2015: 69-70).

### 3.2 Radios ciudadanas en el espacio catalán de comunicación

Las radios ciudadanas están presentes en el espacio catalán de comunicación desde la transición democrática. Forman parte de los sistemas de comunicación local, en los que la participación directa de la ciudadanía, la apropiación de los medios y la proximidad entre emisores y receptores son características intrínsecas de un modelo comunicativo que actúa de contrapeso en la homogeneización de los contenidos de los medios de masas que percibe la sociedad civil (COROMINAS y LLINÉS 1992: 125). Los primeros exponentes, las radios libres, surgidas de heterogéneos grupos sociales interesados al obtener acceso a los medios de comunicación, emergieron al margen del oligopolio radiofónico estatal y privado, tanto en España como en Francia, en “momentos de agudización de la lucha global contra el sistema” (PRADO 1980: 163). La organización horizontal y descentralizada y la producción colectiva de los contenidos por parte de colectivos sociales que entonces disfrutaban de poca o nula capacidad de acceso a los *media* representaban una novedad (*id.*: págs. 164-165).

En la década de los noventa empieza la diversificación de las emisoras y se habla, además de radios libres, de radios comunitarias (GARCÍA-GARCÍA 2013). La comunicación ciudadana coge un renovado impulso a principios de los 2000, en el contexto de las movilizaciones antiglobalización (SÁEZ 2009). Entonces, muchos proyectos de medios audiovisuales alternativos se agrupan para coordinarse en la consecución de mejoras legales y políticas bajo el concepto de *Tercer Sector*

*del Audiovisual*, que actúa como “ilustrador estratégico” de las varias sensibilidades de la comunicación alternativa (MAYUGO 2006). Es en este contexto de reactivación de los movimientos sociales y de implantación de las TIC cuando se desarrolla el modelo que García-García define como radio inclusiva, que potencia la vertiente educativa del medio e incrementa la participación de los colectivos más excluidos de la esfera pública (GARCÍA-GARCÍA 2017: 37).

## 4. Metodología

La investigación presentada en este artículo es de carácter exploratorio y cualitativo, destinada a explicar un fenómeno y los procesos que lo configuran (DEL RÍO, en VILCHES (coord.) 2011: 86). Se trata de detectar y describir casos representativos de programas de radios ciudadanas del espacio catalán de comunicación en el que el fundamento sea la participación de colectivos en situación de desigualdad social o que utilicen el medio como vehículo para un discurso encarado a la transformación social.

Optamos por una muestra limitada, que permita un grado suficiente de profundidad en el análisis. Por eso, escogemos construir la muestra a partir de un muestreo no probabilístico de conveniencia (MEJÍA 2000: 169), teniendo en cuenta los siguientes criterios: que sean programas actuales o recientes, emitidos en algún momento del periodo comprendido entre 2015 y 2020 en radios ciudadanas del espacio catalán de comunicación, y que la muestra incluya casos de todo este ámbito lingüístico-cultural. Hemos escogido siete casos para analizar: una emisora, Rromane Glasura, y dos programas, *Ràdio Nikosia* y *Ràdio Caliu*, de radios de Cataluña; una emisora, *Ràdio Arrels*, de la Cataluña Norte; dos programas, *Más Voces Entiende* y *Vorba Romaní*, de la Comunidad Valenciana, y uno, *Taula Educativa*, de las Islas Baleares.

A fin de describir y caracterizar cada caso, se realiza un análisis de contenido a partir de la información contenida en los sitios web de las emisoras y los programas, de forma que se obtenga una descripción basada en el contenido manifiesto (VELÁZQUEZ, en VILCHES (coord.) 2011: 117). Esta técnica permite, a través de la codificación, identificar temas persistentes entre los textos (CARLSON y USHER 2016: 567). Los documentos de análisis son los discursos metaperiódísticos, textos que definen y legitiman un determinado planteamiento o práctica de los medios (CARLSON 2016), presentes en las webs. Hemos establecido tres categorías para codificar los datos extraídos de los documentos de análisis: sujeto emisor, características formales y temáticas del programa y enfoque discursivo. A partir de relacionar los datos del conjunto de los casos, podemos apuntar generalizaciones sobre este tipo de contenidos de las radios ciudadanas. Cada una de las descripciones de los programas se contextualiza con bibliografía específica.

## 5. Emisoras y programas de radio ciudadana del espacio catalán de comunicación: participación y diversidad social y cultural

En este apartado presentamos los siete casos de la muestra, descritos a partir del análisis de los discursos metaperiodísticos y de los tres parámetros que hemos indicado en el apartado metodológico.

### 5.1 Ràdio Arrels – Lengua y cultura catalanas en la Cataluña Norte

Ràdio Arrels es una emisora impulsada en 1981 por la Asociación Arrels y es la única que emite íntegramente en catalán en la Cataluña Norte, con información y programas centrados en el territorio. El catalán, según la *Encuesta de usos lingüísticos de la Cataluña Norte* de 2015, tiene una posición muy débil respecto del francés en todos los ámbitos. Una mayoría de la población de más de 15 años declara que entiende el catalán (61%), mientras que la que lo sabe hablar (35,4%) y la que lo sabe leer (39,2%) no llega al 40%, y la que lo sabe escribir es solo el 14,3% (EULCN 2015). El catalán se asocia a la población de más edad y la transmisión lingüística intergeneracional prácticamente se ha estancado.

En este contexto, Ràdio Arrels constituye un espacio de normalidad para el catalán, anecdótico o inexistente en los otros medios de comunicación de la región, y lo legitima como lengua válida para explicar la realidad. Uno de los programas de la emisora es *Memòria*, un programa de entrevistas en el que periodistas de la emisora –que ha conseguido profesionalizarse parcialmente gracias a las aportaciones de administraciones y organismos públicos franceses y de la Generalitat de Cataluña– conversan con norcatalanes con una dilatada trayectoria en el mundo del activismo, la política, la cultura o las artes. Así pues, se da voz a personas que han impulsado una cultura y una identidad, las catalanas, en un entorno en el que domina otra identidad hegemónica, la francesa. Otro programa destacado de Ràdio Arrels es *Ràdio Menuts*, realizado por alumnos y alumnas de las escuelas gestionadas por la Asociación Arrels, que siguen un modelo de inmersión lingüística en catalán. Por todo esto, Radio Arrels representa la vertiente de los medios ciudadanos de fomento de la diversidad y de las identidades locales, siempre con la implicación directa de las comunidades (FULLER 2007).

### 5.2 Taula Educativa, de Ona Mediterrània – La lucha de los docentes baleares

Las políticas lingüísticas y de enseñanza que quería poner en marcha el gobierno autonómico del Partido Popular en las Islas Baleares a partir del curso 2012-2013 provocaron la movilización de una parte mayoritaria de la comunidad educativa isleña. La Conselleria de Educación diseñó el tratamiento integrado de lenguas (TIL), aprobado por decreto en abril de 2013, que aumentaba las horas lectivas en castellano e inglés y reducía la presencia del catalán en las aulas (BIBILONI

2014). Paralelamente a la impugnación por la vía legal, la comunidad docente, sobre todo la de la enseñanza pública, preparó una campaña con el apoyo de asociaciones de padres y madres y de buena parte del alumnado. Se constituyó la Asamblea de Docentes (AdD) en defensa la educación pública, laica, de calidad y en catalán, que convocó multitudinarias manifestaciones en las Islas.

Uno de los frentes de lucha de la AdD fue el de los medios de comunicación, que hasta aquel momento apenas hablaban de los debates en el mundo de la enseñanza. La emisora comunitaria Ona Mediterrània propuso a los docentes que hicieran un programa, y en 2014 nació el magacín *Taula Educativa*, de emisión semanal, coordinado por maestros y que repasaba la actualidad educativa con las voces de los y las docentes, trabajadores y trabajadoras de los centros de enseñanza, familias y alumnado. *Taula Educativa*, en las tres temporadas que se emitió, fue “la radio de la resistencia, tanto contra el TIL y el gobierno popular como contra el gobierno progresista posterior (surgido de las elecciones autonómicas de mayo del 2015), que tampoco ha sabido responder a las demandas de la comunidad educativa” (Bonnín 2016). La movilización de la AdD situó la enseñanza en un lugar central del debate público; en este proceso, *Taula Educativa* “llenó un lugar muy importante en cuanto a hablar de educación en la radio” de las Islas Baleares (BONNÍN 2016).

### 5.3 Ràdio Nikosia, de Contrabanda FM – Personas con enfermedades mentales

*Ràdio Nikosia* se emite en Contrabanda FM, radio libre de Ciutat Vella (Barcelona), desde 2003. El objetivo del programa está claro desde los inicios: superar los estigmas que se asocian a las personas con enfermedades mentales a partir de la autoreflexión de los afectados como una manera de habilitar un espacio analítico y comunicacional alrededor de la llamada *locura* (BELLOC *et al.* 2006: 60). Cada semana, algunos miembros de la asociación que impulsa *Ràdio Nikosia* –que reúne unas setenta personas, entre personas enfermas, profesionales de la salud y activistas– conducen un programa temático en el que abordan un aspecto concreto de la realidad a partir de su experiencia.

Como apunta Wahl (1992), los medios de comunicación son la principal fuente de conocimiento de la población sobre las enfermedades mentales. Aun así, el papel que juegan los medios en la perpetuación o reducción del estigma de las enfermedades mentales todavía es un tema poco estudiado (JENNINGS, STOUT y VILLEGAS 2004). La información sobre enfermedades mentales que difunden los medios suele estar basada en datos y constataciones científicas, pero que a la hora de ser convertidas en noticias, los periodistas recaen en enmarcamientos negativos y descripciones que se corresponden con los estereotipos alrededor de la enfermedad mental (JENNINGS, STOUT y VILLEGAS 2004: 556). *Ràdio Nikosia* trata de cambiar y ridiculizar semanalmente estas ideas preconcebidas; de “normalizar la locura” desde el sentido crítico y el humor.

#### 5.4 *Ràdio Caliu*, de Ona de Sants-Montjuïc – Personas con discapacidad intelectual

Otro colectivo con poca presencia mediática es el de las personas con discapacidad intelectual. La aparición en los medios de personas con discapacidad, sea física o intelectual, no se corresponde al porcentaje de la población que representan (un 8,5% en el Estado español) (GONZÁLEZ-CORTÉS 2011: 3). Hay pocos programas en los que los discapacitados sean los protagonistas de la información, y todavía menos en los que participen en la producción y realización de los contenidos (los pocos casos en los que se da esta circunstancia, afirma González-Cortés, es en medios públicos). Esta carencia de visibilidad, rota solo muy puntualmente, provoca, entre otras consecuencias, que en las noticias se confundan las personas con discapacidad intelectual y las que tienen enfermedades mentales (PONSA 2017: 27). Tomando el caso concreto del síndrome de Down, por ejemplo, se detecta una sensación suficiente generalizada entre la audiencia de la que en los medios de comunicación no se habla lo suficiente de las personas con este síndrome y que hay una actitud favorable a estar más informada (BELTRÁN *et al.* 2014).

A finales del 2011, un grupo de usuarios y educadores de la asociación Grup Caliu, que trabaja con personas con discapacidad intelectual, puso en marcha el programa mensual *Ràdio Caliu* en la emisora comunitaria Ona de Sants-Montjuïc, de Barcelona. En este espacio, autodefinido como de radio inclusiva, los participantes explican las actividades que llevan a cabo a través de la asociación y comentan y debaten aspectos de la actualidad, como por ejemplo las noticias locales o acontecimientos políticos, expresando su punto de vista. Los responsables del programa destacan que *Ràdio Caliu* les sirve no solo para aprender a comunicarse mejor, sino para enterarse de qué sucede en el mundo. Y, sobre todo, para trasladar sus pensamientos al resto de la sociedad y demostrar que los prejuicios que se tienen sobre las personas con discapacidad intelectual son infundados. Se trata de comunicar la normalidad desde la discapacidad y de huir de imágenes emotivas o conmovedoras, que menudean en los medios convencionales cuando se habla de este colectivo social.

#### 5.5 *Más Voces Entiende*, de Artagalia Radio – Actualidad LGTBI

Los medios de comunicación audiovisuales, tanto en los espacios informativos como en los productos de ficción, han contribuido decisivamente a la difusión de la heteronormatividad como sexualidad normativa en nuestras sociedades (VENTURA 2014). Las personas que no se identifican y que habitualmente agrupamos bajo las siglas LGTBIQ+ han sido unos de los colectivos más estigmatizados y marginados de la esfera pública, y también unos de los más activos a la hora de contrarrestar los discursos que tildan todo aquello que se aparta de la norma heterosexual de anomalía, enfermedad o desviación. En la actualidad, después de décadas de campañas de sensibilización, todavía se arrastra una sensación de tabú a

la hora de hablar, por ejemplo, de las relaciones homosexuales o de las personas transexuales (CARRATALÁ 2011: 169). Los colectivos han visto cómo ha aumentado su presencia mediática y se los ha despatologizado. Aun así, el discurso sobre la homosexualidad, el lesbianismo, la bisexualidad y la transexualidad tiende a ofrecer una imagen estereotipada o frívola, mientras que la homofobia persiste en formas más sutiles. (*id.*: pág. 157).

*Más Voces Entiende* parte del colectivo Alicante Entiende, una de las entidades que participa en Radio Artagalia, de Alicante. Es una iniciativa pionera al dedicar un programa en la actualidad de la comunidad LGTBIQ+, que trata de transmitir la complejidad y diversidad de estos colectivos a partir de la voz de sus miembros. A través de diferentes secciones, el espacio aborda todo tipo de temas relacionados con la homosexualidad, el lesbianismo, la bisexualidad y la transexualidad, ya sea desde una corriente política y legislativa, como cultural o económica. Se incide en la información, la defensa de los derechos y la prevención sobre salud sexual. Por otro lado, se denuncian todo tipo de agresiones y discriminaciones hacia personas LGTBIQ+, una tarea que Alicante Entiende desarrolla a través del Observatorio Virtual contra la Homofobia y que se difunde en el programa.

#### 5.6 *Rromane Glasura-Voces Gitanas y Vorba Romaní*, de Radio Malva – Pueblo gitano

A diferencia de otros grupos sociales, el enfoque mediático de la realidad gitana apenas ha cambiado. Los testigos gitanos recogidos por los medios a menudo reflejan las mentalidades más cerradas y tradicionalistas del pueblo gitano, un hecho que refuerza el retrato simplista y folclórico (TORTAJADA 2009). Ante la tendencia a encuadrarlo en estereotipos negativos, Oleaque (2007) reclama que el tejido asociativo gitano se implique para cambiar la imagen de la comunidad, que apueste para recuperar la cultura, tradiciones y lengua propias. En los últimos años, han nacido en el espacio catalán de comunicación dos iniciativas que parten de sectores gitanos movilizados que quieren desmontar arquetipos y dar una visión más compleja de su realidad.

Varias asociaciones de mujeres gitanas de la provincia de Barcelona crearon en 2011 *Rromane Glasura-Voces Gitanas*, “la primera radio *rom* de Cataluña”. Esta emisora digital es un espacio de representación y difusión de la cultura del pueblo gitano, especialmente de las mujeres, motor de cambio de la comunidad. Y es que la mujer gitana sufre la combinación de tres factores de exclusión: ser mujer, gitana y a menudo sin estudios académicos (MACÍAS y REDONDO 2011). Las mujeres que participan en *Voces Gitanas* contrarrestan los estereotipos del imaginario colectivo alrededor del pueblo gitano y toman un papel protagonista del relato de su experiencia. Realizan noticias y entrevistas sobre la actualidad gitana, lejos de las escenas que solo enseñan la pobreza o la delincuencia, e inciden en la formación de la juventud gitana y de los avances que consiguen las mujeres de la comunidad. Por otro lado, la

emisora organiza talleres de radio y ha producido el documental *Samudaripen*, en el que jóvenes gitanas catalanas recuperan la memoria del exterminio del pueblo gitano en la Segunda Guerra Mundial.

El Cabañal-Canyamelar, en Valencia, es desde hace tiempo un foco de debate político y social, que enfrenta varios sectores sobre el futuro del barrio, en un proceso en el que se ha producido el abandono institucional, la degradación y los intentos de rehabilitación y gentrificación (CUESTA 2011). La comunidad gitana del Cabañal es el blanco de muchas críticas, dentro y fuera del barrio, que la responsabilizan de su declive. El estigma sobre los gitanos simplifica el debate y favorece los intereses de los actores más poderosos en este conflicto. Para intentar revertir la situación de marginalidad en la esfera pública, varios miembros de la comunidad gitana del Cabañal empezaron en 2016 el programa *Vorba Romaní* en Radio Malva, la radio libre del barrio, donde anteriormente se habían emitido varias entrevistas a vecinos gitanos. El programa repasa la actualidad (especialmente, la del barrio) en clave gitana, lo lleva a cabo la comunidad y da voz a sus miembros, que exponen las carencias con las que conviven diariamente y los deseos de mejora para su entorno.

## 6. Conceptos para orientar el análisis de la participación en los medios ciudadanos

Habiendo cogido los rasgos particulares y generales que caracterizan los casos de la muestra, a continuación introducimos los conceptos de *resistencia simbólica* y *alfabetización mediática* a partir de varias aportaciones bibliográficas sobre comunicación alternativa. Lewis apunta que las radios ciudadanas, entre otras funciones, fomentan el pluralismo mediático a través de dar acceso al medio a grupos minoritarios y marginados y promocionan la alfabetización mediática (LEWIS 2008: 13). Se trata de dos procesos diferentes que, interrelacionados, contribuirían al objetivo global de los medios ciudadanos, que López-Vigil denomina “democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad” (LÓPEZ-VIGIL 2005: 324).

### 6.1 Resistencia simbólica

La comunicación alternativa representa el espacio, que empieza a configurarse en el advenimiento de las sociedades modernas, donde se desarrolla “la lucha para hacerse ver y escuchar por parte de varios grupos y colectivos históricamente excluidos” (SÁEZ 2008: 50). De manera similar, Bosch argumenta que la radio comunitaria o ciudadana “tiene el potencial de utilizarse por las minorías sociales y económicas como una herramienta de resistencia” (BOSCH 2014: 436).

Los medios ciudadanos articulan la autorepresentación de los colectivos que las impulsan: la creación de medios independientes, colaborativos y participativos es una de las formas en las que la población expresa el descontento

y los puntos de vista divergentes hacia los de los medios convencionales (DEUZE 2006: 267). El desdibujamiento de la barrera emisor-receptor sitúa los colectivos y las comunidades locales como creadoras de símbolos que tienen el potencial de romper las relaciones de poder representadas en los medios convencionales y revalorizar aquello que las margina, degrada o convierte en anécdota; este potencial es el que Rodríguez (2003) denomina *resistencia simbólica*.

Rodríguez señala que las relaciones de poder se avalan y se mantienen, entre otros factores, a través de la legitimación simbólica. Los grupos de poder naturalizan los símbolos, cargados según sus intereses, para describir la realidad en un contexto determinado, y uno de los canales para conseguirlo son los medios de comunicación (RODRÍGUEZ 2003: 153). Los medios ciudadanos sirven a los grupos subalternos en un contexto determinado para ejercer el poder de señalar, criticar y subvertir las formas que naturalizan el *statu quo*, el sentido común que construyen y transmiten los medios de comunicación convencionales (BAILEY, CAMMAERTS y CARPENTIER 2007: 17).

La resistencia simbólica implica comunicar las opiniones y vivencias de aquellos colectivos que son objeto de las dos principales prácticas de exclusión en la esfera pública: una representación sesgada de la diversidad social y cultural, o la exclusión en la producción del discurso, a causa de fuertes desigualdades estructurales (FERRÁNDEZ y RINDAS 2019: 3). Gracias a la creación y la participación en los medios ciudadanos, los grupos sociales infrarrepresentados pueden fortalecer “su identidad interna, manifestando esta identidad en el mundo exterior, y así posibilitando el cambio social y/o el desarrollo” (CARPENTIER, LIE y SERVAES 2003: 6).

La resistencia simbólica adopta formas y estrategias discursivas concretas según el sujeto que toma la palabra, con el denominador común de ser una acción creativa para generar una cultura disidente y crítica a los discursos mediáticos dominantes (TAMARIT 2012: 43). Saber detectar y comprender estos mensajes para elaborar posteriormente contenidos que se ajusten a la realidad de los grupos sociales y contrarresten las representaciones hegemónicas requiere el aprendizaje de capacidades analíticas y técnicas, que tiene lugar también en el seno de los medios ciudadanos.

### 6.2 Alfabetización mediática

La rotura de la barrera entre las funciones de producción y recepción de contenidos implica el acceso a un conjunto de tareas que, en los medios convencionales, está reservado a grupos reducidos de profesionales cualificados: los y las periodistas. El poder de resistir simbólicamente se obtiene con el aprendizaje de estas tareas de la comunicación mediática (RODRÍGUEZ 2010: 19). Las radios ciudadanas son organizaciones que ofrecen educación y formación en comunicación a aquellas personas que participan (LEWIS 2008: 20).

*Alfabetización mediática* es un término que empieza a utilizarse en investigación académica a mediados de la década de los noventa (Lee y So 2014), pero se fundamenta

en educomunicación, disciplina que ha vivido su desarrollo más notable en la América Latina, gracias a la tarea de educadores como Mario Kaplún, con planteamientos cercanos a la pedagogía crítica de Paulo Freire (BARBAS 2012: 162). Kaplún advierte la afinidad entre el modelo educativo tradicional, de “clase frontal”, con la lógica de los medios de masas; a este planteamiento vertical, unidireccional e individualizando se opone a una educación y una comunicación entendidas “como diálogo e intercambio en un espacio en el cual, en lugar de locutores y oyentes, instauran interlocutores” (KAPLÚN 1997: 6), un enfoque que concuerda con la vocación participativa de los medios ciudadanos.

Profundizando en la vertiente analítica, la alfabetización mediática prioriza las enseñanzas reflexivas a las instrumentales, así como la comprensión de la naturaleza institucional y económica de las empresas mediáticas y su papel en la configuración de ideologías y conocimientos de amplia difusión social, sin abandonar tampoco la formación práctica (GUTIÉRREZ 2008: 452-453). La alfabetización mediática de los medios ciudadanos promueve la aplicación crítica de las herramientas de la comunicación para promover el cambio social hacia una sociedad más equitativa (HIGGINS 1999: 641). Estos objetivos son válidos, y de hecho más vigentes que nunca, en el actual entorno digital (GUTIÉRREZ y TYNER 2012: 35), dado que, pese a la multiplicación de la oferta de contenidos, los principales generadores de información periodística siguen siendo los medios de comunicación tradicionales (LEVY y NIELSEN 2010). En este escenario, los medios ciudadanos han reforzado en los últimos años su papel educativo, con nuevas sinergias con la sociedad civil y los movimientos sociales, para fomentar la “conciencia crítica sobre el sistema comunicacional” (LEMA-BLANCO, RODRÍGUEZ-GÓMEZ y BARRANQUERO-CARRETERO 2016: 92-93).

## 7. Conclusiones

En el presente artículo hemos sugerido la complejidad de la participación en los medios ciudadanos, que se tiene que concebir, según Hamilton (2003), como un proceso multidimensional, en el que los ámbitos de la producción y la recepción se mezclan en la participación de colectivos en situación de desventaja o carencia de visibilidad en la esfera pública. El protagonismo en los contenidos, el establecimiento de la agenda y la producción colectiva de estos grupos entroncarían con el paradigma participativo que sintetiza figura del *emirec*, en contraposición al enfoque más vertical del *prosumidor* (APARICI y GARCÍA-MARÍN 2018).

En el espacio catalán de comunicación, la comunicación alternativa ha estado poco tratada por las ciencias de la comunicación (CASASÚS 2005), a pesar de su arraigo y diversidad (MAYUGO 2007). La investigación de ámbito catalán ha hecho énfasis sobre todo en la teoría, la historia y la dimensión legal de los medios alternativos, mientras que el análisis de

los contenidos y de los procesos de participación –aspectos en los que la teorización sobre medios alternativos sitúa los rasgos diferenciales respecto a los medios públicos y privados (BARRANQUERO 2010; JEPPESEN 2016; SÁEZ 2008)– permanecen virtualmente inexplorados. En este sentido, el presente artículo supone un primer acercamiento para advertir a la diversidad de emisoras y programas de radio ciudadana del espacio catalán que incorporan la participación de colectivos sociales desfavorecidos o infrarrepresentados como eje principal.

En cuanto al primer objetivo específico, hemos descrito siete casos contemporáneos representativos de la variedad de grupos sociales que utilizan la radio ciudadana como canal de expresión. Cada uno se encuentra en una posición cultural, social y política diferente, dispone de una capacidad de incidencia pública particular y se mueve por objetivos específicos. Aun así, el análisis de los metadiscursos periodísticos revela rasgos comunes. Los sujetos emisores se encuentran en una situación de desigualdad social, cultural o comunicativa –que, en muchos casos, se traduce en una discriminación– en su contexto concreto. Así, la función principal de los contenidos que elaboran en las radios ciudadanas es la de la autorepresentación (RENNIE 2006), que se consigue cuando pueden “denominar el mundo en los propios términos” (RODRÍGUEZ 2010: 19). En consecuencia, los programas adquieren un tono reivindicativo, en el que estos colectivos buscan una trascendencia pública que no consiguen a través de los medios convencionales y manifiestan un deseo de transformación social. Así pues, cada uno desde sus especificidades, los proyectos descritos en la muestra materializarían lo que en la teoría en comunicación alternativa se ha sintetizado en el concepto de *democratización del acceso y de la palabra* (BARRANQUERO 2010; LÓPEZ-VIGIL 2005; SÁEZ 2008) y se ajustan al modelo de radio inclusiva (GARCÍA-GARCÍA 2017).

Nuestra propuesta comporta varias limitaciones. Se trata de una investigación exploratoria, con la intención de presentar un tema de estudio y aportar casos concretos, así como de sugerir un marco teórico para futuros análisis más profundizados. En este sentido, la muestra de casos es reducida y el estudio, descriptivo, centrado en el contenido manifiesto de los discursos metaperiodísticos (CARLSON 2016) de las radios y los programas. Aun así, esta primera aproximación apunta a cuestiones más complejas: ¿cómo se produce un proceso de aprendizaje en comunicación en estos espacios? ¿A partir de qué parámetros se elaboran los contenidos o con qué criterio se establece la agenda? ¿Cómo valoran los participantes su actividad en la emisora o en el programa?

Estos y sucesivos interrogantes tienen que ser abordados empíricamente para superar la dimensión normativa de la teoría de la comunicación alternativa (FERRON 2012) y comprender cómo se desarrolla la implicación de los grupos sociales a los medios ciudadanos, y alternativos en conjunto, en la práctica. Para avanzar en esta dirección, hemos planteado que el análisis de los contenidos y de la producción participativa de los contenidos parta de las nociones de *resistencia simbólica* y

alfabetización mediática como procesos relevantes teorizados en la bibliografía internacional (BAILEY, CAMMAERTS y CARPENTIER 2007; HIGGINS 1999; RODRÍGUEZ 2003 y 2010), para examinar cómo se articula la implicación de las audiencias-productoras en los proyectos de comunicación ciudadana y señalar los factores diferenciales respecto a los paradigmas de los medios públicos y privados comerciales.

Bosch apunta la necesidad de la investigación de estudiar en detalle las prácticas de gestión y participación de las radios ciudadanas a través de la observación etnográfica y el estudio cuantitativo y cualitativo de las audiencias (BOSCH 2014: 436). También, Atton subraya la importancia de investigar el funcionamiento de los medios alternativos, tanto en la esfera de la producción como en la de la recepción, para ir más allá de “el enfoque celebrador” de los medios alternativos (ATTON 2008: 214). De este modo se podrá lograr un conocimiento crítico de estos fenómenos comunicativos, que valide o refute las asunciones que se hacen desde el activismo y la teoría. Se trata, como sostiene Hamilton (2000), de estudiar y entender los medios alternativos en su especificidad.

## Referencias

- ALONZO, R. M. “Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec en estudios sobre comunicación”. *Sphera Publica*. Vol. 1 (2019), núm. 19, 2-23.
- APARICI, R.; GARCÍA-MARÍN, D. “Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas”. *Comunicar*. Vol. 26 (2018), núm. 55, 1-79.
- ATTON, C. *Alternative Media*. Londres: SAGE, 2002. ISBN 0761667710.
- “Current issues in alternative media research”. *Sociology Compass*. Vol. 1 (2007), núm. 1, 17-27.
- “Alternative media theory and journalism practice”. A: BOLER, M. (ed.). *Digital media and democracy: Tactics in hard times*. Cambridge: The MIT Press, 2008. ISBN 978-0-262-02642.
- BAILEY, O. G.; CAMMAERTS, B.; CARPENTIER, N. *Understanding Alternative Media*. Suffolk: McGraw Hill, 2007. ISBN 9780335222100.
- BARBAS, Á. “Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado”. *Foro de educación*. Vol. 10 (2012), núm. 14, 157-175.
- BARRANQUERO, A. (coord). *Juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación* [En línea]. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, 2016. <<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/19270>> [Consulta: 15/02/2020]
- BARRANQUERO, A. *Problematizar la comunicación alternativa. Dificultades conceptuales, potencialidades críticas* [En línea]. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de la Laguna, Tenerife, 2010. <[http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas\\_2010/054\\_Barranquero.pdf](http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/054_Barranquero.pdf)> [Consulta: 15/02/2020]
- BELLOC, M.; CORREA, M.; MARTÍNEZ, Á.; SILVA, T. “La evidencia social del sufrimiento: salud mental, políticas globales y narrativas locales”. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, Vol. 22 (2006), 47-69.
- BELTRÁN, M.; VICENTE, F.; RUIZ, M. I.; LÓPEZ, J.; JENARO, C. “Actitudes hacia el síndrome de Down en los medios de comunicación”. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, Vol. 4 (2014), núm. 1, 589-596.
- BIBILONI, G. “La política lingüística del Govern de José Ramón Bauzá”. *Revista de Catalunya*. 2014, núm. 288, 85-96.
- BORGER, M.; VAN HOOF, A.; COSTERA MEIJER, I.; SANDERS, J. “Constructing participatory journalism as a scholarly object: A genealogical analysis”. *Digital journalism*. Vol. 1 (2013), núm. 1, 117-134.
- CARLSON, M. “Metajournalistic discourse and the meanings of journalism: Definitional control, boundary work, and legitimation”. *Communication Theory*. Vol. 26 (2016), núm. 4, 349-368.
- CARLSON, M.; USHER, N. “News startups as agents of innovation: For-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse”. *Digital Journalism*. Vol. 4 (2006), núm. 5, 563-581.
- CARPENTIER, N.; DAHLGREN, P.; PASQUALI, F. “The democratic (media) revolution: A parallel history of political and media participation”. En: CARPENTIER, N.; SCHRÖDER, K.; HALLET, L. *Audience transformations. Shifting audience positions in late modernity*. Nueva York: Routledge, 2014. ISBN 9780203523162.
- CARPENTIER, N., LIE, R.; SERVAES, J. “Community media: Muting the democratic media discourse?”. *Continuum*. Vol. 17 (2007), núm. 1, 51-68.
- CARRATALÁ, A. “La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio”. *Miguel Hernández Communication Journal*. Vol. 2 (2011), 155-172.
- CASASÚS, J.M. (coord.). *Reports de la recerca a Catalunya: Comunicació i informació 1996-2002* [En línea]. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2005. <[https://www.iec.cat/reports/Publicats2Edicio/Rep\\_24\\_ComunInf96-02.pdf](https://www.iec.cat/reports/Publicats2Edicio/Rep_24_ComunInf96-02.pdf)> [Consulta: 02/03/2020]
- CLUA, A. “Els mitjans comunitaris. La lluita pel reconeixement de les ràdios i televisions de base social”. *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010* (2010), 31-38.
- COROMINAS, M.; LLINÉS, M. “La experiencia catalana de radiotelevisión local. Un importante fenómeno social y comunicativo”. *Telos*. Vol. 30 (1992), 125-130.

- CRUZ-ÁLVAREZ, J.; SUÁREZ-VILLEGAS, J. C. "Ética de la participación ciudadana en los discursos periodísticos digitales". *El profesional de la información*. Vol. 21 (2012), núm. 4, 375-380.
- CUESTA, R. "Procesos de asimilación y resistencia urbanas en el marco de la globalización. Aproximaciones al barrio Chino de Barcelona y al barrio del Cabanyal de Valencia". *Revista Nuevas Tendencias en Antropología*. (2011), núm. 2, 104-146.
- DEL RÍO, O. "El proceso de investigación. Etapas y planificación de la investigación". A: VILCHES, L. (coord.). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2011. ISBN 9788497846691.
- DEÓ, F. J.; DOLÇ, M.; SANCHIS, V. *Les ràdios lliures: una pràctica alternativa*. Barcelona: Terra Verda, 1985. ISBN 8486513006.
- DEUZE, M. "Ethnic media, community media and participatory culture". *Journalism*. Vol. 7 (2006), núm. 3, 262-280.
- DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA, CONSELL DEPARTAMENTAL DELS PIRINEUS ORIENTALS I INSTITUT FRANCO-CATALÀ TRANSFRONTERER. *Principals resultats de l'Enquesta d'usos lingüístics de la Catalunya del Nord (EULCN) 2015*, [En línea]. 2015. <[https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/dadesestudis/altres/arxiu/EULCN\\_2015\\_principals\\_resultats.pdf](https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/dadesestudis/altres/arxiu/EULCN_2015_principals_resultats.pdf)> [Consulta: 05/03/2020]
- FERRÁNDEZ, A.; RETIS, J. "Ethnic minority media: Between hegemony and resistance". *Journal of Alternative and Community Media*. Vol. 4 (2019), núm. 3, 1-13.
- FERRON, B. "Giving voice to the voiceless? The ambivalent institutionalization of 'minorities' alternative media in Mexico and Israel/Palestine". En: RIGONI, I.; SAIITA, E. (eds.). *Mediating Cultural Diversity in a Globalized Public Space*. Londres, Palgrave Macmillan, 2012. ISBN 978-1-137-28340-5
- FLEISCHMAN, L.; REGUERO, N.; SÁEZ, C. *Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo* [En línea]. V Encuentro de medios libres y comunitarios de Barcelona, 2009. <[http://medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepicc09\\_TSC\\_VF2.pdf](http://medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepicc09_TSC_VF2.pdf)> [Consulta: 15/02/2020]
- FULLER, L. (ed). *Community Media: International Perspectives*. Nueva York: Palgrave Macmillan, 2007. ISBN 9781403977946.
- GARCÍA, J.; REGUERO, N.; SÁEZ, C. *Rádios y televisiones del tercer sector de la comunicación en la historia de la legislación española: ¿un proceso reversible?* [En línea]. Comunicación y riesgo: III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Universitat Rovira i Virgili (Tarragona). 2011. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5248102>> [Consulta: 15/02/2020]
- GARCÍA-GARCÍA, J. "Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España". *adComunica*. Vol. 5 (2013), 111-131.
- "Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva". *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, Vol. 10 (2017), núm. 1, 30-41.
- GONZÁLEZ-CORTÉS, M. E. *Algunos públicos minoritarios y olvidados: la atención mediática a las personas con discapacidad en la radio y televisión españolas* [En línea]. III Congreso Internacional Latina de Comunicación, Universidad de la Laguna, 2011. <[http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas\\_2011/IIICLCS/173\\_Gonzalez.pdf](http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011/IIICLCS/173_Gonzalez.pdf)> [Consulta: 25/02/2020]
- GUTIÉRREZ, A. "Educar para los medios en la era digital". *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*. Vol. 16 (2008), núm. 31, 451-456.
- GUTIÉRREZ, A.; TYNER, K. "Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital". *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*. Vol. 19 (2012), núm. 38, 31-39.
- HAMILTON, J. "Alternative media: Conceptual difficulties, critical possibilities". *Journal of Communication Inquiry*. Vol. 24 (2000), núm. 4, 357-378.
- HAMILTON, J. "Remaking media participation in early modern England". *Journalism*. Vol. 4 (2003), núm. 3, 293-313.
- HIGGINS, J. W. "Community television and the vision of media literacy, social action, and empowerment". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 43 (1999), núm. 4, 624-644.
- JENNINGS, N.; STOUT, P.; VILLEGAS, J. "Images of mental illness in the media: identifying gaps in the research". *Schizophrenia Bulletin*. Vol. 30 (2004), núm. 3, 543-561.
- JEPPESEN, S. "Understanding Alternative Media Power: Mapping Content & Practice to Theory, Ideology, and Political Action". *Democratic Communiqué*. Vol. 27 (2016), núm. 1, 54-77.
- KAPLÚN, M. "De medios y fines en comunicación educativa". *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*. 1997, núm. 58, 4-6.
- KENIX, L.J. *Alternative and mainstream media: The converging spectrum*. Londres: Bloomsbury Academic, 2011. ISBN 9781849665209.
- LEE, A.Y.; SO, C.Y. "Alfabetización mediática y alfabetización informacional: similitudes y diferencias". *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*. Vol. 21 (2014), núm. 42, 137-146.
- LEE, A.Y. "Media Education: Definitions, Approaches and Development around the Globe". *New Horizons in Education*. Vol. 58 (2010), núm. 3, 1-13.
- LEMA-BLANCO, I.; RODRÍGUEZ-GÓMEZ, E. F.; BARRANQUERO-CARRETERO, A. "Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en

- comunicación y cambio social". *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*. Vol. 24 (2016), núm. 48, 91-99.
- LEVY, D. A. L.; NIELSEN, R. K. *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2010. ISBN 9781907384011.
- LEWIS, P.; BOOTH, J. *The Invisible Medium: Public, Comercial and Community Radio*. Londres: Macmillan, 1989. ISBN 978-0-333-42366-0.
- LEWIS, P. M. *Promoting social cohesion: the role of community media* [En línea]. Council of Europe's Group of Specialists on Media Diversity, 2008. <<https://rm.coe.int/1680483b32>> [Consulta: 4/6/2020]
- LÓPEZ-VIGIL, J. I. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Bogotá: Ediciones Paulinas, 2005. ISBN: 9978-55-045-3.
- MACÍAS, F.; REDONDO, G. "Pueblo gitano, género y educación: investigar para excluir o investigar para transformar". *International Journal of Sociology of Education*. Vol. 1 (2012), núm. 1, 71-92.
- MASIP, P. "Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias". *El profesional de la información (EPI)*. Vol. 25 (2016), núm. 3, 323-330.
- MASIP, P.; SUAU, J. "Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles". *Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*. 2014, núm. 12, 1-17.
- MASIP, P.; GUALLAR, J.; PERALTA, M.; RUIZ, C.; SUAU, J. "Audiencias activas y periodismo: ¿ciudadanos implicados o consumidores motivados?". *Brazilian Journalism Research*. Vol. 11 (2015), núm. 1, 240-261.
- MAYUGO, C. "El 'tercer sector audiovisual' irrumpe en la agenda política española". *Pueblos: revista de información y debate*. 2006, núm. 20, 21-23.
- MEJÍA, J. "El muestreo en la investigación cualitativa". *Investigaciones Sociales*. Vol. 5 (2000), 165-180.
- OLEAQUE, J. M. "La imagen de los gitanos en los medios de comunicación". *Cuadernos Gitanos*. Vol. 1 (2007), 20-23.
- PAULUSSEN, S.; HEINONEN, A.; DOMINGO, D.; QUANDT, T. "Doing it together: Citizen participation in the professional news making process". *OBSERVATORIO (OBS\*)*. Vol. 1 (2007), núm. 3, 131-154.
- PINEAU, G. *Les médias associatifs audiovisuels : bref historique et état des lieux* [En línea]. Observatoire des Médias Action-Critique-Médias, 2005. <<http://www.acrimed.org/Les-medias-associatifs-audiovisuels-bref-historique-et-etat-des-lieux>> [Consulta: 01/03/2020]
- PONSA, F. "Perpetuant l'estigma: els mitjans mantenen els enfocaments equivocats o esbiaixats sobre la discapacitat intel·lectual i la salut mental". *Capçalera*. 2017, núm. 174, 24-29.
- PRADO, E. "El desenvolupament de les ràdios lliures a Espanya". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*. 1980, núm. 1, 155-167.
- RENNIE, E. *Community Media: A Global Introduction*. Lanham: Roman & Littlefield, 2006. ISBN 9780742539259.
- RIBES, X.; MONCLÚS, B.; GUTIÉRREZ, M. "Del oyente al radio prosumer: gestión de la participación de la audiencia en la radio del siglo XXI". *Trípodos*. 2015, núm. 36, 55-74.
- RODRÍGUEZ, C. *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizen's Media*. Cresskill: Hampton Press, 2003. ISBN 1572733691.
- \_ "De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término". *Folios: revista de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquía*. Vol. 21 (2009), 13-25.
- RODRÍGUEZ, C.; FERRON, B.; SHAMAS, K. "Four challenges in the field of alternative, radical and citizens' media research". *Media, Culture & Society*. Vol. 36 (2014), núm. 2, 1-17.
- SÁEZ, C. *Tercer sector de la Comunicación y televisión digital: Cataluña y España en el contexto europeo* [En línea]. Coloquio sobre Sociedad Civil y TV digital, Universidad de las Artes y Ciencias de la Comunicación, Santiago de Chile, 2009. <[http://www.medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepcc09\\_TSC\\_VF2.pdf](http://www.medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepcc09_TSC_VF2.pdf)> [Consulta: 18/02/2020]
- SÁEZ, C. *Tercer Sector de la Comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa: una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela* [En línea]. Universitat Autònoma de Barcelona, 2008. <<https://ddd.uab.cat/record/55187>> [Consulta: 15/02/2020]
- SALAVERRÍA, R. "Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión". *El profesional de la información*. Vol. 28 (2019), núm. 1, 1-34.
- TAMARIT, A. "Las radios comunitarias: entre el compromiso y el espejismo de lo alternativo". En: MARTÍNEZ, M.; MAYUGO, C.; TAMARIT, A. *Comunidad y Comunicación: Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina*. Madrid: Fragua, 2012. ISBN 9788470745218.
- TORTAJADA, I. "¿Qué hay de nuestro aquí? Cómo se perciben en los medios algunas minorías residentes en Cataluña". *ZER – Revista de Estudios de Comunicación*. Vol. 14 (2009), núm. 26, 59-80.
- VELÁZQUEZ, T. "Técnicas cuantitativas: el análisis de contenido". En: VILCHES, L. (coord.). *La investigación en comunicación*.

*Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2011. ISBN 9788497846691

VENTURA, R. *La sexualidad mediada: estudio de la heteronormatividad en los informativos de televisión* [En línea]. Trabajo de investigación del programa de posgrado del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra, 2014. <[https://www.upf.edu/documents/4308891/8843585/TFM\\_RafaelVentura.pdf/b259507d-1536-841e-cf75-c06290d84903](https://www.upf.edu/documents/4308891/8843585/TFM_RafaelVentura.pdf/b259507d-1536-841e-cf75-c06290d84903)> [Consulta: 10/03/2020]

WAHL, O. "Mass media images of mental illness: A review of the literature". *Journal of Community Psychology*. Vol. 20 (1992), núm. 4, 343-352.

### Discursos metaperiodísticos

ARTEGALIA. (9/2013). Más Voces Entiende, comienza 8ª temporada. [En línea]. <<https://artegalia.blogspot.com/2013/09/mas-voces-entiende-comienza-8-temporada.html>> [Consulta: 10/03/2020]

ARTEGALIA. (s.d.). *Asociación* [En línea]. <<http://artegalia.blogspot.com.es/p/asociacion.html>> [Consulta: 10/03/2020]

ASSEMBLEA DE DOCENTS. (2014). *Taula Educativa, el programa de ràdio que donarà veu a pares, alumnes i docents* [En línea]. <<http://assembleadocentsib.blogspot.com/2014/03/taula-educativa-el-programa-de-radio.html>> [Consulta: 06/03/2020]

Entrevista telefónica realizada por el autor a Jero Bonnín, miembro de la Asamblea de Docentes y de *Taula Educativa*. 2016.

ONA DE SANTS-MONTJUÏC. (22/11/2014). *Torna 'Ràdio Caliu'* [En línea]. <<https://onadesants.cat/wp/2014/11/22/torna-radio-caliu/>> [Consulta: 19/02/2020]

RÀDIO ARRELS. (s.d.). *Qui som*. <<https://www.radioarrels.cat/qui-som>> [Consulta: 24/02/2020]

RÀDIO CALIU. (s.d.). *Per mi Ràdio Caliu és...* [En línea]. <<http://elcaliufm.blogspot.com.es/p/per-mi-radio-caliu-es.html>> [Consulta: 19/02/2020]

RÀDIO MALVA. (29/3/2016). "*Vorba Romani*", nuevo programa de *Radio Malva* [En línea]. <<https://radiomalva.org/2016/03/29/vorba-romani/>> [Consulta: 21/02/2020]

RÀDIO MALVA. (31/12/2015). *Voces del pueblo gitano en El Cabanyal* [En línea]. <<https://radiomalva.org/2015/12/31/voces-del-pueblo-gitano-en-el-cabanyal/>> [Consulta: 21/02/2020]

RÀDIO NIKOSIA. (s.d.). *Quiénes somos* [En línea]. <<https://www.radionikosia.org/quienes-somos/>> [Consulta: 02/03/2020]

RROMANE GLASURA/VEUS GITANES. (7/9/2015). *Samudaripen. El Holocausto Gitano olvidado* [En línea]. <<http://ca.goteo.org/project/holocausto-gitano/updates/iniciamos-campana-de-micromecenazgo>> [Consulta: 21/02/2020]

RROMANE GLASURA/VEUS GITANES. (s.d.). *Proyecto* [En línea]. <<http://vocesgitanas.net/proyecto/>> [Consulta: 21/02/2020]