

La integración sociocultural del colectivo latino a través de la radio. Una perspectiva del fenómeno en el contexto identitario y lingüístico vasco
La integración sociocultural del colectivo latino a través de la radio. Una perspectiva del fenómeno en el contexto identitario y lingüístico vasco

Ainara Larrondo-Ureta, Universidad del País Vasco - ainara.larrondo@ehu.es

Irati Agirreazkuenaga-Onaindia, Universidad del País Vasco - irati.agirreazkuenaga@ehu.es

Abstract

Knowing the daily life of the immigrant from the perspective of the media and of the socio-cultural practices surrounding her/him is a chief object of study for a growing number of scholars. In this respect, together with the analysis of the media coverage of the immigration (Igartua, Cheng y Múñiz, 2005), the development of media by and for migrants requires particular attention, as communicative and cultural offer serving the processes of integration and the development of identities (Howley, 2005; Jankowski and Prehn, 2002; Matsaganis, Katz, and Ball-Rokeach, 2011). With the aim of contributing to the theoretical reflection in regards this integrating role of the mass communication from the standpoint of particular identity and linguistic contexts, this article offers results of a broaden research on the development of media for the Latin migrants in the Basque Autonomous Community. Besides analysing and describing the concrete experience of *Candela radio*, this paper examines the difficulties of managing multiculturalism in societies with a multifaceted character and with traditions and values settled down (Gershon, 1995; Zallo and Ayuso, 2009), mainly related to the use of an own language, in this case, the Basque or euskera.

Keywords

Immigration, media, radio, integration, culture.

Resumen

Conocer la realidad diaria del inmigrante desde el punto de vista de los medios y de las prácticas socioculturales que le rodean representa un objeto de estudio prioritario para un creciente número de estudiosos. A este respecto, junto con el análisis del tratamiento mediático de la inmigración (Igartua, Cheng y Múñiz, 2005), la creación de medios por y para inmigrantes requiere particular atención, en tanto que oferta comunicativa y cultural que favorece los procesos de integración y el desarrollo de identidades (Howley, 2005; Jankowski y Prehn, 2002; Matsaganis, Katz, y Ball-Rokeach, 2011). Con objeto de contribuir a la reflexión teórica actual sobre el papel integrador de la comunicación de masas desde el punto de vista de los contextos identitarios y lingüísticos particulares, este artículo ofrece resultados parciales de una investigación más amplia centrada en el desarrollo de medios para el colectivo latino en la Comunidad Autónoma Vasca (CAV). Así, además de analizar y describir la experiencia concreta de *Candela radio*, este trabajo revisa las dificultades que acarrea gestionar la multiculturalidad en sociedades como la vasca, de carácter poliédrico y con tradiciones, valores y culturas de gran peso y arraigo (Gershon, 1995; Zallo y Ayuso, 2009), vinculadas en buena medida al uso de una lengua propia, en este caso, del euskera.

Palabras clave

Inmigración, medios, radio, integración, cultura.

Sumario

1. Introducción. 2. Integración inmigrante en la Comunidad Autónoma Vasca. 3. *Candela radio*. 4. Conclusiones. 5. Bibliografía.

1. Introducción

Todo lo relativo a la vida cotidiana del ciudadano/a inmigrante suscita gran interés a nivel social y académico, como ponen de manifiesto los numerosos foros, debates y congresos celebrados en torno a este tema. Todo ello pese a tratarse de un ámbito enfrentado a complejidades conceptuales como, por ejemplo, la ausencia de una terminología común y aceptada para designar a este colectivo —inmigrante, migrante, grupo étnico, diáspora, etc.—. Considerada como uno de los principales fenómenos sociales de las últimas décadas, la inmigración aparece cada vez más determinada por circunstancias concretas, como la posibilidad que ofrecen las nuevas tecnologías e Internet para mantener comunicaciones y vínculos regulares con el país de origen. A este respecto, se ha puesto el acento en la utilidad del acceso a las versiones web de medios de comunicación del país de origen, como uno de los efectos positivos de la globalización de la información (Hiller y Franz, 2004).

Además de tener acceso a la oferta producida en su país de nacimiento, el inmigrante dispone de productos comunicativos y culturales elaborados en el nuevo país de residencia. La población inmigrante constituye un sector que difícilmente se ve representado o reflejado en los medios habituales del país de destino, los cuales tienden a ofrecer una imagen negativa del fenómeno migratorio (Igartua, Cheng y Múñiz, 2005), además de incluir una escasa información especializada sobre lo que ocurre en sus países de origen, con los que los inmigrantes siguen manteniendo lazos de tipo sentimental. Estas carencias llevan a los inmigrantes a crear y promover sus propios medios de comunicación, a partir de proyectos y ópticas que aportan mayor diversidad y multiculturalidad. Estos medios de específicos para grupos de inmigrantes han sido distinguidos a partir de diferentes terminologías, como “medios comunitarios” (community media) (Howley, 2005; Jankowski y Prehn, 2002) o “medios étnicos” (ethnic media) (Matsaganis, Katz, y Ball-Rokeach, 2011: 5). Estos se definen como medios producidos por una comunidad étnica particular, aunque pueden distinguirse diferentes subtipologías, de acuerdo a quién los produce, su audiencia y el contenido distribuido. La literatura sobre el tema ha priorizado un modelo de análisis sobre estos medios que parte de la idea del mantenimiento de la integridad cultural del grupo y del fomento paralelo de su integración como parte de la sociedad de destino (Lum, 1991; Subervi-Velez, 1986).

El interés por conocer mejor aquellos factores condicionantes de los procesos de integración social y cultural ha llevado en los últimos años a analizar esta relación del fenómeno migrante y mediático desde la perspectiva del consumo comunicativo que se realiza desde el nuevo país de residencia (Gaya, 2001: 41), un objeto que evidencia aún si cabe mayor interés en contextos identitarios particulares y con rasgos socioculturales diferenciados. Como se ha explicado (Gershon, 1995; Jeram, 2013), el fenómeno de la inmigración en Occidente evidencia una especial trascendencia en el caso de las llamadas “naciones minoritarias”, distinguidas del Estado en el que se insertan en función de una cultura y lengua distintivas convertidas en motor de identidad. Al entenderse que la cultura representa el conjunto de significados compartidos por los miembros de una nación o grupo en relación a las creencias, las normas, los roles y los valores de la vida, la llegada de inmigrantes que no comparten una cultura supone todo un reto para las naciones con fuertes movimientos nacionalistas, a distintos niveles. A este respecto, señala Shafir Gershon (1995: 2), al aumentar su heterogeneidad las “naciones sin Estado” experimentan una crisis de sus identidades colectivas. Los inmigrantes asentados en este tipo de naciones asocian la cultura de éstas con niveles más altos de desarrollo económico, lo que hace que evidencien un mayor interés a la hora de integrarse, y de aprender su lengua y sus costumbres (Gershon, 1995). Para explicar esta realidad, Jeram (2013) cita el caso de ciudades como Bilbao, Glasgow o Barcelona.

Si bien el migrante puede tender hacia consumos segregacionistas, en consonancia con su tendencia a vivir en zonas urbanas de manera aislada, los medios contribuyen a su integración social, entendiendo que esta integración hace referencia al mantenimiento de las raíces culturales propias en un nuevo entorno de convivencia. Estos proyectos mediáticos satisfacen la demanda de consumidores no nativos que tratan de integrarse en la sociedad receptora sin renunciar a sus orígenes. La prensa ha sido hasta la fecha el medio más dinámico a la hora de dar respuesta a las necesidades mediáticas de la inmigración, sobre todo en España, si bien la radio ha comenzado a demostrar un creciente peso a este respecto, por su mayor relevancia cultural y arraigo social.

Existen diversas publicaciones que dan cuenta de la proliferación en la última década de medios para inmigrantes en España, si bien es muy difícil mantener un listado actualizado, debido a la rápida proliferación y desaparición de este tipo de medios. En 2007, por ejemplo, el anuario *Etnia Comunicación* recogía un listado de casi un centenar de cabeceras. Según el segundo Estudio de Medios Inmigrantes (EMI) del año 2008, presentado por la Asociación para el Conocimiento de la Población Inmigrante (ACPI) en colaboración con la AIMC, 608.500 inmigrantes leían los periódicos semanales para inmigrantes. La cifra bajaba hasta los 558.900 que leían los gratuitos generalistas. En el caso de los mensuales especializados para la población inmigrante, el número de lectores se situaba en 363.800 y para los diarios generalistas y deportivos en 335.300. El estudio reflejaba también un alto consumo de radio (872.100 oyentes diarios) y de televisión (1.890.200 espectadores).

En España, el colectivo étnico que ha generado los mayores cambios hasta la fecha ha sido el procedente de América Latina, en consonancia con el porcentaje que representa este colectivo en el conjunto de la inmigración en este país. Esto se debe, entre otros factores, al hecho de que tanto población nativa española como latinoamericana comparten un idioma común, el castellano, así como costumbres, valores y una religiosidad que pueden ser muy similares en algunos casos. Aunque proceden de distintos países, es posible considerar a los diferentes grupos nacionales latinoamericanos como un único grupo definido dentro de la sociedad española, por sus características comunes.

Análisis anteriores en torno al desarrollo de medios de comunicación específicos para la comunidad latina residente en España constatan el desarrollo de medios de prensa, radio y televisión dirigidos a este colectivo (Sabés, 2009). Es más, según constatan Santos (2008) y González (2009), en los últimos años han proliferado en España especialmente los medios promovidos para este colectivo de migrantes latinos. Estos medios intentan imitar a los existentes en sus países de origen y se convierten en soportes publicitarios alternativos para los negocios de estos ciudadanos (Santos, 2008). Asimismo, fomentan la información de servicio y buscan resolver problemas de vivienda, legales, laborales, así como aquellos relativos a la educación, la formación y la sanidad. Entre estos destacan los de prensa impresa, como *Latino*, *Mundo Hispano*, *Ocio Latino* o *Raíz*. Lo mismo podría decirse de las emisoras con cobertura nacional, como *Radio Gladis Palmera* que inicia su andadura en Barcelona en 1999 con una programación centrada en la música, hoy accesible únicamente vía Internet. A esta iniciativa siguieron otras como *Fiesta FM*, *Tropical FM* o *Radio Libertad*. En televisión, destaca el surgimiento de *Latino Televisión*.

Recientemente, José Ramón Santillán (2014) ha identificado características de la prensa, revistas, estaciones de radio y canales de televisión dirigidos a la comunidad latina que han aparecido en los últimos cinco años y que están cambiando la estructura de medios en España. En relación al medio radio, este autor destaca emisoras como Radio Tentación, Top Radio, Super Estación Latina o Radio Pueblo Nuevo, entre las once que transmiten las 24 horas contenidos latinos.

Este entramado mediático afecta también a la población nativa, y no solo porque los medios de referencia del país hayan comenzado a tener en cuenta espacios dedicados al colectivo latino y migrante en general. Concretamente, las radios latinas ocupan cada vez un mayor número de frecuencias en el dial de las principales ciudades y, al margen de aquellas que viven en un régimen de legalidad no consentida, las que tienen concedida una frecuencia legal han conseguido coberturas más o menos amplias y un impacto social considerable, aunque éste sea en algunos casos difícil de medir. Estas emisoras se financian a través de publicidad propia, patrocinios y subvenciones tanto estatales como autonómicas o regionales. Aunque la música suele ser un contenido prioritario y característico en la programación de estas estaciones, la información y los programas culturales han ido ganando peso en los últimos años, en paralelo a la integración de los migrantes.

Habría que tener en cuenta también que estos medios migrantes y latinos poseen mayoritariamente carácter local y regional, lo que aumenta su interés a la hora de analizar su contribución en contextos con características étnicas, culturales y lingüísticas específicas, como ocurre en el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco o Comunidad Autónoma Vasca (CAV). En ésta han destacado hasta la fecha los periódicos gratuitos promovidos por los propios inmigrantes. Una de las primeras iniciativas de este tipo tuvo lugar con Etorikinen ahotza (2003), a la que siguieron otras como El Boga (2005) o Nuevo Euskadi (2007). En cuanto a la radio, en el año 2001 surge Radio Tropical en las tres provincias vascas, formando parte del grupo de comunicación Nervión.

Con el objetivo de contribuir al conocimiento sobre las características de estos medios para inmigrantes en Euskadi y sobre el papel que estos juegan en la transmisión de la cultura, la identidad y la lengua vascas, el artículo se centra en el análisis de un caso concreto, como es *Candela radio*, radio local de gran arraigo en Bilbao, la capital de provincia más poblada de toda la comunidad y aquella en la que se concentra un mayor número de inmigrantes. Como complemento, este trabajo ofrece asimismo un análisis del panorama migrante y mediático vasco actual, en tanto que esta última realidad representa una de sus marcas de identidad principales con respecto al marco estatal.

2. Integración inmigrante en la Comunidad Autónoma Vasca

Según datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística español (INE) de 2008, la población inmigrante en España pasó de representar en el año 1996 menos del 2%, a suponer en el 2008 un 11,3% de la población residente, esto es, diez veces más. Fueron años en los que se sucedieron los debates políticos sobre la inmigración, sobre la necesidad de trabajadores, sobre los cupos, regularizaciones y discursos contradictorios (Rius Sant, 2007: 279). En estos años, según el INE, la evolución experimentada por la población extranjera demostraba ritmos desiguales de crecimiento según la nacionalidad, siendo el colectivo procedente de Centro y Suramérica el que representa el grueso de la población extranjera. Con todo, datos recientes del INE de 2014 confirman la tendencia hacia la reducción de la población extranjera (4,3%), debido al efecto combinado de la adquisición de nacionalidad española y también de la emigración española (22,7%).

Por lo que se refiere específicamente a la situación en la Comunidad Autónoma Vasca (CAV), hace ya algo más de una década, el primer Plan Vasco de la Inmigración (PVI) (2003-2005) asumía la inmigración como un fenómeno "necesario y positivo", en la medida en que contribuía a enriquecer cultural y económicamente el País Vasco. Este mismo Plan defendía un concepto avanzado de "integración", útil para definir las posibilidades de desarrollo libre de diversas identidades en pie de igualdad, así como un proceso de interacción e interrelación entre ellas.

Según el último informe disponible del Gobierno Vasco a fecha de hoy, titulado "La inmigración en Euskadi" (2010), el 8,2% de la población vasca es inmigrante, mientras en España el total es del 12,2%. Por lo que se refiere a la procedencia de estos inmigrantes, el 42,4% procede de Latinoamérica, siendo por tanto el grupo más numeroso. Según recoge el mismo informe, esta inmigración ha contribuido a mantener el volumen total de población en el contexto de una sociedad demográficamente muy regresiva. Según datos del Ministerio de Trabajo e Inmigración de España, en 2011, cuatro de cada cinco inmigrantes en Euskadi estaba regularizado, y aumentaban las autorizaciones permanentes (un tercio del total). Un 90% de la población de origen extranjero decía no tener problemas para integrarse, tanto en relación con las personas o grupos autóctonos, como con otros grupos inmigrantes. Según datos del informe "Inmigración extranjera en Bilbao" (2012) elaborado por el Basque Immigration Observatory, en esta ciudad crece el porcentaje de población extranjera, pero cada vez con menos intensidad. En 2011, este Observatorio situaba la inmigración en Euskadi en un 8,41% de la población total (352.700 hab.). Del porcentaje de inmigrantes, un 52% provenían de Latinoamérica, sobre todo de Bolivia y Colombia.

Puede suponerse que estamos asistiendo a una relativa recomposición en la importancia de las diferentes áreas de origen de la población extranjera. Si en una primera fase existía una presencia relevante y más equilibrada de latinoamericanos, europeos y africanos, más tarde se pasó a una preponderancia absoluta latinoamericana, y desde hace cinco años se está volviendo a una relación menos asimétrica, con ganancia de población africana y descenso del peso de la latinoamericana. Por áreas, se observan diferencias notables: Latinoamérica es el área geográfica de origen más importante en todos los distritos. Su media en la ciudad de Bilbao es del 49,9%. Latinoamérica es también el origen más feminizado con un 60,3% de mujeres. Tanto la procedencia como el sexo se ajustan a las necesidades del mercado del empleo de la capital vizcaína.

A nivel cultural e identitario, si la dinámica migratoria ha supuesto una revolución para España, cabe pensar que lo ha sido todavía más para el País Vasco, por sus características lingüísticas particulares y por su consideración de nación sin Estado (Zallo, 2001: 6). Con la llegada del proceso de transición democrática en los setenta y ochenta, el País Vasco vio reconocida su condición de nación autónoma dentro del Estado español. La política de "normalización lingüística" puesta en marcha desde entonces ha promovido el euskera como la otra lengua oficial al margen del castellano, sobre todo a nivel educativo y administrativo, si bien para una importante parte de la población

representa la lengua prioritaria. El euskera es una lengua no indo-europea (Gershon, 1995), considerada el emblema de la cultura y la identidad vascas.

El euskera posee un valor práctico destacable cuando se trata de fomentar la inserción-integración de los inmigrantes. Sea como fuere, la situación sociolingüística actual en la Comunidad Autónoma Vasca se caracteriza por una diglosia a favor del castellano, pese a los esfuerzos de las últimas décadas de las administraciones autonómicas y locales para poner en marcha políticas activas duraderas y atraer, específicamente, a la población inmigrante al mundo del euskera. De hecho, y en tanto que la inserción-integración tiene dos caras, la objetiva y la subjetiva, tal y como se ha manifestado en diversos estudios cualitativos, la percepción subjetiva de muchos migrantes ha sido la de sentirse integrados, a pesar de no saber euskera (Moreno y Aierdi, 2011: 138). De hecho, del estudio de Baxok et al. (2006) se deduce que el euskera representa un emblema de la cultura vasca, pero no una condición imprescindible para tomar algo por vasco.

En el País Vasco el cruce de culturas ha sido desde siempre importante, de manera que la relación entre el euskera y la inmigración no resulta algo nuevo. A día de hoy, de hecho, solo en Bilbao se ha constatado el uso de aproximadamente cien lenguas distintas, lo que da cuenta de una gran diversidad. Ya en los años sesenta y setenta, dado su desarrollo económico, industrial y social, el País Vasco se convirtió en foco de interés para una buena parte de la población procedente de diversas regiones del Estado español (Shafir Gershon, 1995: 2; Zallo, 2006: 138). Así, apuntan Arana, Amezaga y Azpillaga (2009: 6), un país que había sido hasta entonces fuente de emigración, especialmente a América, pasó a convertirse en un país receptor. En palabras de estos mismos autores, este influjo de inmigrantes castellano-parlantes tuvo como resultado una situación de diglosia, con el euskera como lengua minorizada¹, a falta de políticas culturales y efectivas que hicieran por aquel entonces posible la integración efectiva de estos inmigrantes. Como resultado, se ha entendido que la inmigración que conocemos desde hace más de un siglo hasta nuestros días, sin ser el único factor ni el principal, sí es un factor influyente en el proceso de situación minorizada que vive en la actualidad la lengua vasca (Moreno y Aierdi, 2011: 129). Para Zallo y Ayuso (2009: 45), la actual ola de inmigración también está afectando al desarrollo del euskera. Precisamente, estos autores ponen el acento en la inmigración procedente de América Latina, por su empleo extensivo del castellano.

Según datos de la V Encuesta Sociolingüística del Gobierno Vasco, en 2011 el uso del euskera en la CAV era del 13,3%, una cifra que ha ido aumentando en la última dos décadas. Así, esta comunidad ha visto incrementar en casi ocho puntos el porcentaje de su población bilingüe (del 24,1 % en 1991 al 32 % en 2011). Asimismo, en los últimos cinco años, el uso de lenguas diferentes al euskera y el castellano ha aumentado del 2,6% al 3,7%. Por lo que se refiere al nivel de conocimiento del euskera en Bilbao, este es del 25%, mientras que su uso es del 3%. A este respecto, y dado que la población vasca ha sido siempre favorable al desarrollo de políticas activas de integración lingüística y cultural para los inmigrantes (Zallo, 2006: 138; Igartua y Zabaltza, 2012), para el año 2014 precisamente, y dentro del plan conocido como "Euskalgintza", el Gobierno Vasco ha aprobado subvencionar proyectos que tengan como objeto la promoción del bilingüismo real, entre ellos, la aproximación de los inmigrantes y de la ciudadanía no vascohablante al euskera.

Con todo, habría que tener en cuenta con Matsaganis, Katz y Ball-Rokeach (2011) que si bien el aprendizaje de una nueva lengua puede ser relativamente rápido en contextos multilingüísticos, la identidad cultural sí se adquiere más lentamente, considerando que la cultura se define como un conjunto de tradiciones, costumbres, creencias, normas y valores compartidos entre los miembros de una sociedad. Los medios de comunicación juegan a este respecto un papel fundamental, en tanto que instituciones sociales útiles para la transmisión de ideas y valores culturales e identitarios.

A este respecto, el País Vasco cuenta con una estructura propia de medios de comunicación, caracterizada por el peso de la prensa generalista en castellano, de la radiotelevisión pública autonómica -Euskal Irrati Telebista (EITB)-, así como de medios impresos y audiovisuales de carácter local y comarcal en euskera. Si nos atenemos a los índices de lectura ofrecidos por el Estudio General de Medios (EGM) y el CIES (Estudio de la Audiencia de Medios de Comunicación en la C. A. de Euskadi y Navarra²) correspondientes al año 2012, la audiencia de radio está también por encima de la media española (59,3%). En la ciudad de Bilbao, la audiencia de radio representa el 23,4%, por detrás de la televisión e Internet. Esta audiencia está relacionada también con el conocimiento del euskera (Tabla 1).

El uso del euskera en los medios no resulta coherente con sus niveles de conocimiento y uso actuales en la sociedad, situándose muy por debajo. En cierta manera, el mercado prioriza los medios en castellano, idioma conocido no solo por los castellano-parlantes, sino también por los vasco-parlantes, es decir, que se trata de un idioma conocido por toda la sociedad vasca. En la situación de bilingüismo desequilibrado que vive actualmente la CAV, los inmigrantes no sienten la necesidad pragmática del euskera para arreglárselas en la vida diaria. Además, los medios creados y dirigidos por inmigrantes tienden, no obstante, a utilizar mayoritariamente el castellano.

Tabla 1. Euskera y Medios

Conocimiento del euskera	Prensa %	Radio %	Televisión %
Lo entiende	49,7	60,4	81,6
Lo habla	68,0	61,9	84,7
Habla y lee	58,3	66,7	84,5
Habla, lee y escribe	51,0	69,4	7,9
No lo entiende	46,3	76,2	85,3

Fuente: elaboración propia a partir de datos del CIES 2013.

¹ El euskera es considerada una de las lenguas minoritarias en Europa que han obtenido un estatus oficial, junto con el catalán y el gallego en España, el galés en Reino Unido o el irlandés en Irlanda, entre otros.

² <<http://www.ciessl.com/audienciamedios.htm>> (Consulta: 20/11/2014).

3. Candela radio

Con objeto de considerar en la práctica el abordaje teórico recogido en los anteriores epígrafes, este artículo sintetiza los resultados obtenidos de una investigación más amplia, a partir de un caso concreto como es el de *Candela radio*. El análisis de este caso se ha llevado a cabo a partir de una metodología cualitativa sustentada en entrevistas semi-estructuradas en profundidad con Miguel Ángel Puentes, comunicador responsable de la iniciativa de este medio y de su dirección en el momento presente, así como con colaboradores encargados en el día a día del funcionamiento de esta emisora. También se realizaron observaciones no participantes. Tanto las entrevistas como las observaciones tuvieron lugar en los meses de febrero y marzo de 2014. La técnica de la entrevista permitió conocer los objetivos que persiguió la creación de *Candela radio*, así como sus intereses actuales principales, teniendo en cuenta las características particulares del contexto social, económico y cultural en el que se inserta. Por su parte, la observación tuvo como fin conocer el funcionamiento de los programas en directo, así como el perfil de los trabajadores y las rutinas propias de la creación de contenidos, sobre todo, de boletines informativos y magazines.

Candela radio es una emisora con sede en Bilbao, surgida en el año 2006 gracias a la iniciativa de la asociación “Camino al Barrio”, desarrollada en la misma ciudad dos años antes e integrada principalmente por migrantes de origen colombiano. El objetivo de esta asociación era trabajar dentro del ámbito de la interculturalidad, fomentando la socialización e integración de los migrantes a partir de los medios, sobre todo de la radio, considerado el medio más favorable a sus intereses. Antes de fundar *Candela radio*, esta asociación colaboró también con Tas-Tas Irratia, radio emblemática de Bilbao, de carácter libre o alternativo. Asimismo, a los orígenes de *Candela radio* contribuyeron diversos colaboradores con experiencia en el ámbito musical latino. De hecho, *Candela radio* pasó de ser en sus primeros años una radio eminentemente musical a ser una radio de carácter general, con una audiencia ya fidelizada gracias a sus primeros años como radio musical latina.

La idea de la radio se da porque en Latinoamérica la radio es mucho más directa y mucho más interactiva, que en Europa. Aquí la televisión tiene mucho más relevancia (...) pensamos en la radio porque es un medio mucho más versátil y mucho más rápido para llegar (...), la conexión con la realidad es inmediata y es mucho más fácil captar lo que está sucediendo

Fruto de la progresiva integración de sus impulsores, colaboradores y oyentes con el entorno, *Candela radio* vivió hace aproximadamente cinco años un cambio de estrategia decisivo. La reflexión sobre el panorama mediático y cultural del entorno, así como las necesidades informacionales de los migrantes, esencialmente de los latinos, llevó a esta emisora a enriquecer su programación con informativos, tertulias y magazines de variedades, además de mantener sus programas musicales ritmos latinos y caribeños, si bien con inclusión de canciones actuales en euskera. Desde entonces, *Candela radio* pone especial interés en la programación de servicio (recursos legales, oferta de empleo, matriculaciones en escuelas, cursos y talleres, plazos administrativos, servicios sociales y de salud, etc.) y de actualidad. Esta última se centra en los sucesos locales de Bilbao y regionales de la provincia, además de incluir también informaciones relativas a España y Latinoamérica.

Los temas relativos a la inmigración, la multiculturalidad y la integración socioeconómica también jugaron a partir de ese momento un papel importante en los contenidos de la emisora. A este respecto, *Candela radio* ha realizado un particular esfuerzo en el campo del género entrevista, ofreciendo charlas con personalidades políticas y de responsabilidad en estos temas, así como con inmigrantes, a quienes se convierte en protagonistas gracias a sus historias contadas en primera persona. Este tipo de contenidos sirven a otros migrantes para familiarizarse y sentirse identificados, además de ayudar a la población autóctona a conocer y comprender mejor la realidad de este colectivo.

Por citar algunos ejemplos, en el taller África Mía se hicieron ocho magazines en colaboración con la asociación Fulfulde Djocrendam. En colaboración con Hans Hoffman, que es un centro cultural Pablo Neruda, se hicieron perfiles de personas tanto locales como inmigrantes de ida y vuelta, relacionado con la diáspora, aunque para ello ya tenemos un espacio específico. El programa La Herencia de Colon estaba centrado en qué es lo que sucede específicamente en Latinoamérica. Nomadak fue una serie muy interesante y novedosa que hicimos gracias a la experiencia de un grupo de personas que estuvo viajando por Latinoamérica, desde Punta Gallinas hasta la Tierra de Fuego.

El cambio de rumbo de Candela condujo a la emisora a vivir momentos algo complicados, debido al rechazo de una parte de su audiencia, por entender que *Candela radio* se estaba convirtiendo en una radio “española” con la que no se sentía identificada. La incorporación en los micrófonos de voces y acentos locales también supuso inicialmente un “choque” para los oyentes habituales. Con todo, explican desde esta emisora, resulta un hecho que los inmigrantes necesitan integrarse en su entorno y que la radio representa para ello un medio de excepción, de manera que con el tiempo Candela no solo ha conseguido mantener una audiencia fidelizada, sino que ha ganado nuevos oyentes, tanto migrantes como autóctonos. Éste era, de hecho, uno de los objetivos prioritarios de Candela: mantener su esencia como radio para migrantes, pero sirviendo al mismo tiempo como radio local-regional de servicio para todos los residentes en el gran Bilbao.

Se trata de una estrategia ideal para un medio que busca un diálogo intercultural y una integración, porque como explica su director,

dedicar la radio y su contenido a una la población exclusivamente migrante supone contribuir a que la construcción que se hace de este colectivo sea negativa, por reduccionista, y a nivel de ciudadanía es importante empezar a trabajar contra este tipo de estereotipos, para que quienes vengan de otro lugar no solo estén físicamente, sino también emocionalmente, asumiendo

4. Conclusiones

Este artículo ha repasado la cuestión del papel que juegan los medios étnicos en la integración de la inmigración. Concretamente, ha examinado el nivel de implicación de *Candela radio* en la construcción de una estrategia radiofónica basada en una comunicación versátil y plural, útil para atraer a la población local, en calidad de oyente o colaboradora. Asimismo, ha destacado el papel de este medio para transmitir la realidad de aquellos colectivos cuya voz no resulta preponderante en los medios de referencia del País Vasco, como es el de los migrantes latinos, si bien esta emisora se distingue por su sensibilidad hacia todas las etnias. El caso investigado representa así un buen ejemplo de actividad radiofónica cercana a la calle, didáctica y lúdica en todos los espacios, útil en definitiva para acercar a migrantes y nativos.

Candela radio cumple una función de orientación y conexión (Adoni, Caspi y Cohen, 2006) del grupo de inmigrantes sobre el lugar de destino, a partir de información de servicio e información noticiosa, además de contribuir a crear un "marco dual de referencia" (Reese, 2001) que permite trabajar al mismo tiempo en la asimilación por parte de los inmigrantes de las normas culturales de la CAV, recordando y manteniendo al mismo tiempo las del lugar de origen. La cobertura informativa sobre sucesos locales y, especialmente, sobre celebraciones festivas de carácter cultural facilita a los inmigrantes conectar e integrarse en la ciudad. A diferencia de lo que ocurre con otros medios étnicos centrados mayoritariamente en la información sobre el país de origen, *Candela radio* combina este tipo de información con la propia de la comunidad de destino, facilitando el aprendizaje de los inmigrantes. Si bien es cierto que gracias a su programación en castellano *Candela radio* supone una alternativa interesante para aquellos inmigrantes con un acceso limitado a los medios del entorno difundidos en euskera, el hecho de incluir algunos espacios y contenidos en esta lengua supone un gesto muy significativo a favor de la integración sociocultural. Con todo, el hecho de que se encarguen del contenido en euskera colaboradores locales y vascoparlantes, no migrantes, hace pensar que el euskera sigue teniendo un papel excesivamente simbólico en esta emisora, siendo insuficiente para atraer el interés real de los migrantes por esta lengua, pues se favorece que estos sigan asociando el uso del euskera a los nativos locales.

Al margen de éste y otros retos a corto y medio plazo, especialmente en el ámbito de la Web y de la interactividad efectiva con la audiencia, resulta interesante destacar los esfuerzos de *Candela radio* por acercarse a la calle y a la ciudadanía, fomentando espacios de interrelación real entre inmigrantes y población autóctona. Se trata en definitiva de una apuesta original y útil por fomentar la interculturalidad y la integración no solo en los espacios privados, sino especialmente en los públicos, a través de la contribución de los medios, una contribución que en el caso de Candela se constituye, incluso, en razón de ser.

A diferencia de otros estudios similares que señalan como función principal de los medios para inmigrantes la conexión con el país de origen, el caso que describe este artículo pone en evidencia otras posibilidades, acordes con la capacidad que tiene la comunicación mediática para integrar personas en contextos sociales y culturales determinados. Es más, se trata de un caso especial puesto que pone de manifiesto el intento de llevar a cabo dicha integración en un contexto bilingüe y con tradiciones y costumbres arraigadas. A este respecto, como se ha visto, la emisora analizada tiene aún pendientes retos importantes, como podría ser la mayor implicación de sus colaboradores y periodistas latinos en la programación en euskera, así como el aumento de ésta. Se trataría de conseguir integrar emocionalmente una manera de pensar cultural específica. Aún y todo, su acercamiento a esta lengua supone un elemento diferenciador respecto a otras emisoras del entorno, incluso de aquellas no dedicadas a priori al público migrante.

Hemos visto también cómo el éxito de Candela reside en su financiación pública y privada, en el atractivo que evidencia su variada programación tanto para la comunidad nativa y foránea, así como en su concepción de la radio como un medio didáctico y entretenido, cuyos micrófonos quedan abiertos a la participación de aquellos que tengan algo de aportar a través de las ondas. Es por ello también una radio cercana, que sale a la calle. Si bien su evolución y desarrollo resultan muy particulares, nada impide extrapolar su experiencia a otras emisoras situadas en entornos cultural y socialmente complejos, dada su utilidad para aumentar el sentimiento local de los migrantes y aportar valores para la construcción de una identidad latina-vasca, en línea con los estudios que abogan por la coexistencia paralela de las integridades culturales originaria y de la sociedad de destino (Lum, 1991; Subervi-Velez, 1986).

5. Bibliografía

Adoni, Hanna; Caspi, Dan y Cohen, Akiba (2006). *Media, minorities and hybrid identities*. Nueva Jersey: Hampton Press.

Baxok, Erramun et al. (2006). *Identidad y cultura vascas a comienzos del siglo XXI*. Donostia: Eusko Ikaskuntza-Sociedad de Estudios Vascos.

Conversi, Daniele (1997). *The Basques, the Catalans, and Spain: Alternative Routes to Nationalist Mobilisation*. C Hurst & Co Publishers Ltd.

Gobierno Vasco (2011). *V Encuesta Sociolingüística*. Vitoria-Gasteiz.

Gaya, Berta (2001). *Mapping Minorities and their Media: The National Context-Spain*. Proyecto EMTEL. Disponible en: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EMTEL/minorities/papers>> (Consulta: 20-12-2014)

Gershon, Zafiro (1995). *Immigrants and Nationalists: Ethnic Conflict and Accommodation in Catalonia, the Basque Country, Latvia and Estonia*. New York: State University of New York Press.

Hiller, Harry H. y Franz, Tara M. (2004). *New ties, old ties and lost ties: the use of the internet in diaspora*. *New Media & Society*, 6 (6): 731-

Howley, Kevin (2005). *Community Media. People, places and communication technologies*. Cambridge: UK press.

Husband, Charles; Liza, Beattie y Markelin, Lia (2000). The Key Role of Minority Ethnic Media in Multiethnic Societies: Case Study, UK. Research Paper for the International Media Working Group Against Racism and Xenophobia (IMRAX) and the International Federation of Journalists (IFJ).

Igartua, Juan José, Cheng, Lifan, y Muñiz, Carlos (2005). Framing Latin America in the Spanish press: A cooled down friendship between two fraternal lands. *The European Journal of Communication Research*, 30(3): 359-72.

Jankowski, Nicholas and Prehn, Ole (Ed.) (2002). *Community media in the information age. Perspective and prospects*. New Jersey: Hampton Press.

Lum, Casey Man Kong (1991). Communication and Cultural Insularity: The Chinese Immigrant Experience. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1), 91-101.

Matsaganis, Matthew D.; Katz, Vikki S.; Ball-Rokeach, Sandra J. (2011). *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*. Sage.

Reese, Leslie (2001) Morality and identity in Mexican immigrant parents' visions of the future. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(3), 455-472.

Rius Sant, Xabier (2007). *El libro de la inmigración en España*. Ed. Almuzara.

Rodriguez, América (1999). *Making Latino News: Race, Language, Class*.

Sabés, Fernando (2009). La prensa latina en España: una experiencia comunicacional nueva. Estudio del caso de la revista Raíz. *Revista F@ro*, 9. Disponible en línea: <<http://web.upla.cl/revistafaro/>> (Consulta: 20-12-2014)

Santillán, José R. (2014). Medios latinos en España. *Razón y Palabra*, nº 63.

Santos Díez, M^a Teresa (2008). Periódicos gratuitos para inmigrantes. Noticias de acá y de allá. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 605-616.

Subervi-Velez, Federico A. (1986). The Mass Media and Ethnic Assimilation and Pluralism: A Review and Research Proposal with Special Focus on Hispanics. *Communication Research*, 13(1): 71-96.

Zabaltza, Xabier e Igartua, Iván (2012). A Brief History of the Basque Language. Etxepare Basque Institute. Disponible online: <<http://www.etxepare.net/en/basque>> (Consulta: 20-12-2014)

Zallo, Ramón (2001). *Cuestión vasca, nacionalismo e izquierda*. Bilbao: Fundación Manu Robles-Arangiz Institutua.

Zallo, Ramón (2006). *Basques, Today: Culture, History and Society in the Age of Diversity and Knowledge*. Irún: Alberdania.

Cómo citar este artículo en bibliografías – How to cite this article in bibliographies / references:

LARRONDO-URETA, A.; AGIRREAZKUENAGA-ONAINDIA, I. (2015): "La integración sociocultural del colectivo latino a través de la radio. Una perspectiva del fenómeno en el contexto identitario y lingüístico vasco". *En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2, pp. 18-25.