

LA RADIO QUE SOÑÉ. Una radio poliedro, aspersor, plaza.

Proyecto para la Dirección Artística de M21

Dirección Colegiada Ángeles Oliva y Toña Medina

ÍNDICE

1. Marco conceptual
2. Misión
3. Objetivos
4. Acciones propuestas
 - 4.1. Programación
 - 4.2. Parrilla
 - 4.3. Emisora Escuela
 - 4.4. Residencias
 - 4.5. Mapa sonoro
 - 4.6. Memoria sonora
5. Web y redes
6. Participación de la audiencia
5. Audiencia y estrategias de comunicación
6. Red de alianzas
7. Perspectiva de género
8. Gestión

1. MARCO CONCEPTUAL

M21 Radio tiene un año de vida y al mismo tiempo una trayectoria mucho más larga detrás. Nació como Onda IMEFE en 1987 para ser la emisora municipal de Madrid, ya con vocación de radio-escuela. Dejó de emitir en 2004 y ha vuelto a activarse en 2017, con nuevo nombre, para presentarse como una radio municipal adaptada a los contenidos y audiencias de estos tiempos, con una firme voluntad de servicio público. Durante un año ha consolidado una parrilla de múltiples voces y propuestas que a través de 50 programas persigue informar sobre los servicios municipales, difundir y promocionar la oferta cultural y turística de la ciudad y transmitir información de servicio. En paralelo, ha hecho una apuesta por la formación de profesionales de la comunicación ofreciéndoles formación ocupacional y prácticas profesionales en la emisora. M21 aborda ahora una nueva etapa en la que debe despegar para convertirse en una emisora cercana y de referencia para la ciudadanía madrileña y al mismo tiempo con repercusión y alianzas nacionales e internacionales. En una radio que trascienda la programación para dinamizar la vida cultural de la ciudad y dejar entrar a la ciudadanía, desde las periferias hasta el centro. En un laboratorio abierto que combine la emisión con la investigación en nuevos formatos, la experimentación con el servicio público; que se alíe con artistas, agentes culturales y sociales e instituciones públicas y privadas y con los funcionarios para tejer una red que genere intercambio, debate y construcción de pensamiento.

Nuestro proyecto propone una radio **POLIEDRO** que refleje la variedad de voces y sensibilidades que, en movimiento continuo, componen Madrid, y celebre la diversidad y la multiculturalidad como vías de enriquecimiento y crecimiento.

Una radio **ASPERSOR** que amplifique la ciudad y lance a las ondas y al ciberespacio los intereses, las actividades y propuestas de quienes la habitan o transitan por ella como visitantes o turistas; que sea estímulo creativo y vía de difusión para las múltiples expresiones de la cultura en todos sus lenguajes.

Una radio **PLAZA**, un espacio abierto de encuentro y participación, un lugar cercano e inclusivo que difumine barreras y permanezca en escucha permanente y actitud generosa hacia su audiencia.

Nuestro proyecto quiere trabajar para **CREAR COMUNIDAD**, constituirse en herramienta para conectar a esas diferentes realidades y generar nuevas sinergias y alianzas ciudadanas.

Consideramos que la radio pública tiene que apostar por la experimentación y la creatividad, investigar y **ARRIESGAR** en nuevos lenguajes radiofónicos que exploren fuera de las programaciones convencionales.

En paralelo a su programación radiofónica, M21 tiene que desarrollar todo el potencial que tiene como **EMISORA ESCUELA**, con una oferta formativa que continúe con los cursos de formación ocupacional y capacite a estudiantes y profesionales para su desempeño profesional en el sector de la comunicación. Y en paralelo, ponga en marcha una **ESCUELA EXPANDIDA** con cursos y talleres dirigidos a personas y colectivos de todas las edades y capacidades que quieran utilizar la radio en su ámbito laboral, o en sus proyectos culturales, lúdicos o educativos. Manteniendo a la vez el trabajo con escuelas y colegios en sus distintos niveles educativos, generando la implicación de docentes y familias.

Esta dirección alberga en el núcleo central de su proyecto la **PERSPECTIVA DE GÉNERO** en todos los objetivos, actividades y acciones a implementar. No plantea tanto tener programas concretos que traten temáticas referidas a las mujeres, sino una mirada transversal que atraviese todas sus líneas de actuación y que incluye la perspectiva de género y la inclusión de la diversidad en todas sus expresiones.

Planteamos tejer una **RED DE ALIANZAS** con diversos agentes y entidades para construir en común. Con los distintos agentes municipales, que compartan intereses y objetivos, así como con entidades y agentes públicos y privados que participan en la actividad cultural de la ciudad. Asimismo, afianzar la colaboración con emisoras latinoamericanas y locales y extenderlo a emisoras europeas para propiciar la emisión de programas conjuntos y fomentar sinergias.

La condición de emisora pública plantea desafíos, estímulos y exigencias. No está supeditada a criterios comerciales, su rentabilidad debe medirse en función del aprovechamiento óptimo y transparente de los fondos públicos, y del servicio a la sociedad que la financia, especialmente en sectores vulnerables o en la conservación del patrimonio cultural común. Al mismo tiempo, se plantea una alta exigencia en el rigor de los criterios de programación, que ha de ser plural y diversa y al mismo tiempo mantener la coherencia interna para elaborar una identidad reconocible y posicionable, y que en nuestro proyecto habrá de plegarse a los objetivos desarrollados más abajo.

2. MISIÓN

M21 es una emisora pública municipal y necesita un nuevo impulso para ofrecer una programación poliédrica que haga sonar el latido de la ciudad, la multiplicidad de experiencias culturales, deportivas o medioambientales y de interés turístico que circulan por Madrid, en todos sus barrios y distritos. Y que al mismo tiempo mantenga una coherencia y un formato estético que le proporcionen una identidad propia para convertirse en un referente para la audiencia, distinguirse del resto y posicionarse en un lugar destacado dentro del espectro de frecuencias radiofónicas y de emisoras en Internet. Ha de continuar con la difusión y cobertura de cuestiones de servicio público que transmitan información práctica a la ciudadanía, y con la tarea fundamental de formar a profesionales en el sector de la comunicación radiofónica. M21 tiene que buscar los mecanismos para comunicar todo ese potencial mediante programas atractivos para la ciudadanía, afianzar la emisión digital a través de una web y de una app actualizadas y mantener unas redes sociales activas y creativas para aumentar el tráfico en la web, la escucha por FM y la participación de la audiencia.

3. OBJETIVOS

- **DAR VOZ.** Existir para que hable la ciudadanía con toda su diversidad. Buscar, apoyar y cuidar la participación de las múltiples sensibilidades que habitan la ciudad.
- **ABRIR.** Una radio en la que quepan todos los barrios, en la que todos los distritos tengan presencia para expresar sus necesidades e intereses, con participación de colectivos, asociaciones, coordinadoras y asambleas populares.
- **CREAR COMUNIDAD. LA RADIO ES NUESTRA.** Tanto hacia dentro, promoviendo la comunicación horizontal dentro del equipo de la emisora, como hacia afuera, a través de talleres y actividades realizadas mediante la Emisora Escuela y otras acciones que acercan nuevos públicos a la radio.
- **FORMAR.** Mantener una oferta formativa que contemple tanto cursos de formación ocupacional para promover la inserción laboral de profesionales, como la formación en talleres dirigidos a la población en general y a colectivos específicos en particular.
- **SER ALTA VOZ.** Dar cabida en la programación a las actividades y propuestas de los grandes centros culturales de Madrid Destino: Centro Cultural Matadero, Centro Cultural Conde Duque, Centro Cultural de la Villa Fernán Gómez, Centro Cultural Centro Centro, Centro Cultural Medialab-Prado, Teatro Español, Teatro Circo Price y otros que se incorporen.
- **DIBUJAR** el mapa sonoro de Madrid, con las voces, lenguas, ruidos y músicas de todos sus barrios. Construido con la participación de la audiencia.
- **RECOGER** la memoria sonora de Madrid. Rescatar la tradición oral para partir del relato de los mayores y llegar a la confluencia con los más jóvenes. Archivar y hacer accesible desde la web todo ese material, como parte del patrimonio sonoro madrileño.
- **CANALIZAR** procesos o iniciativas que se produzcan en la ciudad. Emitir desde plazas, parques o mercados, al lado de las vecinas, hacer reporterismo, poner los micrófonos y dejar que se oiga lo que está sonando en Madrid.

- **AMPLIFICAR.** Apoyar a la escena musical *under* madrileña, a aquellos grupos y solistas que no suenan en la radio comercial, en todos los estilos musicales.
- **ATRAER.** Enganchar a los más jóvenes a la radio: recoger su cultura y sus reflexiones, que ellos y ellas sean protagonistas.
- **ARRIESGAR.** Incorporar y promover los nuevos formatos radiofónicos y dar cabida a los artistas y creadores en la programación. Apoyar lo nuevo, en el campo artístico y también en proyectos sociales, culturales, educativos o medioambientales.
- **COMUNICAR** los diferentes ámbitos de trabajo del Ayuntamiento de Madrid. Informar de gestiones prácticas para la ciudadanía y promover la difusión de los derechos ciudadanos.
- **TRABAJAR EN RED.** Compartir contenidos con emisoras locales, estatales o internacionales y apoyar a la red de radios comunitarias. Buscar alianzas con las áreas del Ayuntamiento y vías de cooperación con otros agentes e instituciones públicas y privadas para promover la participación de la sociedad, la pluralidad y la cohesión social y facilitar vías de financiación de la emisora que garanticen su viabilidad.
- **DIFUNDIR** más allá de las ondas a través de la página web, las redes sociales y las campañas de comunicación.
- **ESCUCHAR** a la audiencia, contar con los oyentes como sujetos activos de M21.

4. ACCIONES PROPUESTAS

4.1. PROGRAMACIÓN.

Los criterios de programación serán coherentes con los objetivos planteados, para construir una emisora plural y diversa que exprese las múltiples sensibilidades, voces, y expresiones de la ciudadanía madrileña, con especial espacio para los colectivos más vulnerables y subrepresentados en los espacios públicos. La diversidad, la perspectiva de género, la participación y la hibridación serán líneas transversales que orienten e impregnen toda la programación, que será exigente en

formatos y contenidos y se mantendrá abierta a las realidades cambiantes de Madrid. Habrá de existir un seguimiento constante de programas y contenidos para asegurar que se adaptan a las líneas fundacionales de M21 y a los planteados por esta Dirección. No habrá relleno, ni en programas ni en contenidos, y eso se consigue con el rigor en la programación y con la documentación, profesionalidad y preparación previa a la emisión por parte de los y las profesionales. Como radio pública, M21 tiene que estar comprometida con la diversificación de su audiencia, para aprovechar el potencial de llegar a diferentes públicos y de incluir un sector social cada vez más amplio. Se incluirán programas realizados por los siguientes colectivos: personas de diferentes orígenes y extractos sociales, personas con diversidad funcional, inmigrantes de segunda generación, personas con diferentes identidades y orientaciones sexuales, jóvenes, muy jóvenes, mayores y niños y niñas, personas reclusas, profesionales de trayectoria reconocida en el medio radiofónico, junto a otras provenientes de la radio asociativa y comunitaria, artistas sonoros, profesionales que aporten desde otros sectores creativos: narrativas de las redes sociales, artes escénicas, ciencia, literatura, vídeo, polipoesía, historia o deporte.

- **Identidad sonora.** Se realizarán cuñas, indicativos, caretas de programas y piezas específicas, con una estética creativa y contemporánea, que proporcionen un envoltorio sonoro a toda la programación. El objetivo es dotar a la emisora de una identidad propia y reconocible por la audiencia, respetando la identidad de cada programa. En momentos específicos del año, se elaborarán una serie de piezas cortas de radioarte alrededor de una temática concreta que salpicarán la programación durante un tiempo y se irán renovando cíclicamente.
- **Duración de programas.** Aunque las necesidades de cobertura de una parrilla que ha de ajustarse necesariamente a un presupuesto requieren de programas que en su mayoría tendrán una hora de duración, se pretenden incluir también programas más cortos, ya sean piezas breves como las que se cuentan en el punto anterior, otras creadas por artistas

invitados, audios enviados por la audiencia, capítulos de seriales o de documentales realizados durante las residencias explicadas más abajo, juegos sonoros o mensajes de los y las oyentes, que alteren la previsibilidad establecida y proporcionen a la parrilla dinamismo y creatividad.

- **Archivo.** Como se detalla más abajo en la parrilla de programación, este proyecto plantea incluir una labor de archivo y preservación del patrimonio sonoro, musical y oral madrileño, a través de los proyectos de memoria sonora, la elaboración de un mapa sonoro, las derivas psicogeográficas o recorridos sonoros y otros posibles proyectos en esa línea.
- **Hibridación.** Buscaremos programas que tengan enfoques y temas transversales, donde se aborde la historia, la ciencia, el medioambiente, el deporte o la filosofía desde la hibridación, donde se busque su conexión con el cine, la literatura, la música y otras expresiones artísticas. Programas que usen una temática concreta para hablar de cuestiones más amplias y en profundidad, con diferentes visiones que vayan fuera de los lugares comunes y sean interesantes. Programas que traten, por poner un par de ejemplos, la ciencia a través del cine o combinen la filosofía con el hip hop.

4.2. LA PARRILLA

Enumeramos aquí algunas de las propuestas con las que queremos contar, de acuerdo con los objetivos que planteamos:

- Programas que cuenten lo que está pasando en **los distintos distritos**, sus problemáticas y necesidades a través de sus habitantes. Poniendo el foco en lo cercano, dejar espacio al contenido humano y la subjetividad.
- Programas realizados por jóvenes que son **segunda generación de inmigrantes**: chinoles, afrodescendientes, magrebíes, etcétera, con contenidos no sobre la especificidad de la inmigración, sino sobre los propios intereses que ellos y ellas planteen: música, cómic, series, redes sociales, deporte...

- Programas específicos que recojan, amplifiquen y difundan las experiencias desarrolladas por los **grandes centros culturales de Madrid Destino**: Centro Cultural Matadero, Centro Cultural Conde Duque, Centro Cultural de la Villa Fernán Gómez, Centro Cultural Centro Centro, Centro Cultural Medialab-Prado, Teatro Español y Teatro Circo Price.
- Programas realizados por **personas con y sin discapacidad intelectual y enfermedad mental**, dinamizados por profesionales de la radio con experiencia en trabajo con personas con diversidad funcional.
- Programas que cuenten la **memoria de los barrios** a través de sus habitantes más mayores. Se trata de un proyecto más amplio que combina emisión, investigación, formación y archivo, y que está desarrollado más abajo.
- Programas sobre **expresiones culturales, artísticas o sociales** que no estén dictados por la tiranía de la actualidad o la *agenda setting*, que muestren los **procesos creativos**, los recorridos, que tengan más de reflexión que de información o agenda.
- **Programas musicales** que no estén basados en novedades ni listas de éxitos, y que incluyan todos los estilos musicales. Fomentar la calidad, la crítica y el rigor, contextualizar la música, poner el foco en lo extra-musical, hablar de su entorno histórico y cultural.
- Programas que muestren **retratos sonoros** de personajes concretos, aglutinadores, peculiares de los diferentes barrios y distritos.
- **Programas especiales** realizados in situ desde celebraciones, fiestas y eventos de la ciudad en los distintos barrios. Adecuándonos a las dotaciones técnicas y presupuestarias, y en coordinación con las Áreas del Ayuntamiento, Madrid Destino y otras entidades públicas y privadas, se trasladarán los medios técnicos necesarios para emitir desde calles, parques y plazas con participación del público. Se elegirán eventos como la Feria del Libro, el Año Nuevo Chino o la Noche de los Teatros.

- **Retransmisión de conciertos** en directo vía FM o *streaming*. Para dar visibilidad a grupos de música de la escena *underground* madrileña, que no suenan en las radios comerciales, se retransmitirán sus conciertos desde locales y salas. También se emitirán actuaciones y conciertos programados por el Ayuntamiento en los distintos distritos, en Los Veranos de la Villa, Carnaval u otras celebraciones durante el año.
- **Jornada de programación de conciertos** emitidos desde el auditorio de Centro Centro con público en directo. Con periodicidad anual, coincidiendo con una celebración determinada, como el Día Internacional de la Radio, o el Día de la Música.
- **Ficción sonora** con lenguaje contemporáneo. Se incluirán seriales radiofónicos, docudramas, *feature* o piezas de radioteatro.
- Programas realizados por **artistas sonoros** que investiguen más allá de los límites de los formatos radiofónicos y experimenten con el lenguaje. Queremos incluir propuestas que, desde esos lenguajes creativos, trabajen con colectivos específicos, como jóvenes en riesgo de exclusión social, o mujeres empleadas en el trabajo doméstico. Este sería un programa para desarrollar dentro de las actividades de la Emisora Escuela, detallado más abajo.
- **Comisariado**. Una vez por año se invitará a una artista o colectivo de artistas a realizar una labor de comisariado de propuestas sonoras que configuren una programación a emitirse durante una jornada, coincidiendo con el Día Internacional del Arte o de los Museos.
- **Mapa Sonoro** de Madrid, compuesto por las grabaciones enviadas por vecinas y vecinos que cuentan a qué suena su calle, su patio, su mercado, la obra de abajo o el parque del barrio.
- **Rutas psicogeográficas**. Un programa de paseos sonoros por distintos barrios de Madrid, guiados por una persona que los recorre y registra ambientes, conversaciones con vecinas, comerciantes y viandantes, desde la subjetividad, lo irracional y lo emocional.
- Programas realizados mediante las **Convocatorias de Residencias Radiofónicas**, explicadas más abajo. Con documentales sonoros, ficción y periodismo de investigación.

- Programas de **humor**, teniendo en cuenta el humor en redes, y el **stand up comedy**, que genera un discurso humorístico crítico y crea nuevas maneras de comunicación, con posibilidad de hacer programas en directo con público desde el auditorio de Centro Centro.
- **En paralelo**. Se compartirán contenidos con **emisoras locales, estatales o internacionales**, Proponemos contactar con emisoras y entidades con los que esta dirección ya ha trabajado como Radio Ressonance, de Londres; RadioArte, del Canal Arte francés; FM La Tribu, de Buenos Aires; Radio Eterogénia, de Córdoba (Argentina); la Fonoteca Nacional Mexicana; Naisa Radio, de Canadá; o Ràdio Zero, de Lisboa.

4.3. EMISORA ESCUELA

Onda IMEFE nació con vocación de Emisora Escuela y M21 mantiene esta intención desde su texto fundacional. El objetivo último de la formación ocupacional es la inserción laboral, una tarea muy compleja en un sector, el del periodismo y la comunicación, en constante cambio y que suele ofrecer condiciones laborales precarias. Es por ello necesario que la formación que se ofrezca sea competitiva y acorde a los tiempos de transformación que vive la radio, donde cada vez se pide a los y las profesionales más autonomía, y lo que antes se dividía en diferentes figuras (productor, realizador, locutor) hoy en día se le exige a una sola persona. Por ello planteamos estudiar la actualización del contenido de los cursos de locución y técnico de sonido que se imparten ahora, y ampliar su oferta para ofrecer una formación de radio actualizada, práctica y acorde a las necesidades del sector de la comunicación y conectada con empresas para promover las posibilidades de inserción laboral en alianza con otras Áreas Municipales o instituciones públicas o privadas relacionadas con la comunicación. Se podrán ofertar cursos de radio creativa, realización y montaje, edición digital, radio multimedia, podcasting, ficción sonora o radioteatro, entre otros.

Este proyecto quiere continuar con un tipo de redacción en M21 en la que se combinan profesionales de trayectoria con estudiantes en prácticas, y en esa medida plantea mantener y afianzar los convenios actuales para el desempeño de prácticas profesionales de estudiantes de

diversas Universidades, escuelas de sonido como el CEV y el programa de Garantía Juvenil de la UE, y plantea extender estos convenios a diferentes centros de formación y entidades especializados en radio y sonido.

Esta dirección plantea el proyecto de **escuela expandida**, para ir más allá del concepto de escuela actual y ampliar el trabajo de formación en radio fuera de los canales ya establecidos. Sería una escuela que llegue a diferentes segmentos de la población a través de talleres e iniciativas en las que participarían otros organismos públicos o privados, colectivos y asociaciones: Museos, Centros de Arte, Centros de Mayores, Bibliotecas Municipales, colegios y unidades de formación e inserción laboral. Nuestra experiencia de 15 años en formación en radio con todo tipo de colectivos nos ha demostrado que además de un medio de comunicación, la radio es también una herramienta pedagógica muy valiosa para trabajar múltiples facetas de forma transversal: el desarrollo de una voz propia, la autoestima, el trabajo en equipo o la adquisición de habilidades de expresión. Planteamos una emisora escuela que permee en la población de Madrid y le invite a expresarse. Una escuela con un espíritu lúdico, donde se explore el placer de hacer radio, contar historias, tocar emociones o aprender a través del trabajo con sonido. Un espacio que contribuya a crear comunidad y tejer redes a diferentes niveles, con atención prioritaria a los colectivos especialmente vulnerables, población en desventaja por motivos de origen social, económico cultural o étnico, o con especiales dificultades de inserción sociolaboral. Todas estas líneas de actuación impregnan el presente proyecto y son desarrollo de los objetivos expresados más arriba.

Esta escuela expandida revertirá en la emisora mediante diversos canales. Por un lado, en los contenidos, con la emisión de programas, seriales y piezas de radio realizadas en los cursos, talleres y actividades. Por otro, mediante la visibilización de la emisora ante amplias capas sociales y el vínculo generado por la participación en cursos y actividades, cuestiones que repercutirán en visitas a la web, aumento de usuarios y posibles oyentes de la radio.

Para llevar a cabo estos talleres y proyectos radiofónicos se buscarán acuerdos con diferentes Áreas del Ayuntamiento de Madrid, así como con los Centros Culturales de Madrid Destino, para compartir intereses y recursos y dinamizar los estudios o medios técnicos de radio que existieran en ellos. Se mantendrán y ampliarán las redes hasta ahora tejidas con Cruz Roja, Save the Children, Pedagogías Invisibles o Secretariado Gitano, y se establecerán vías de colaboración con otros agentes y entidades madrileñas diversas con las que esta Dirección ha trabajado: Museo Nacional de Arte Reina Sofía, Centros de Salud Mental, Museo Thyssen Bornemisza, Red de Centros de Servicios Sociales, Plena Inclusión Madrid, la Fundación Lesionado Medular, la Federación Española de Enfermedades Raras o el Instituto Cervantes.

Esta dirección se propone continuar el proyecto Radioactivos, que M21 ha emprendido con la colaboración de la Fundación la Caixa, mediante el cual un Radio Bus Escolar que actualmente se encuentra en fase de equipamiento, recorrerá los centros educativos. Cumpliendo lo que estipula el Código de Buenas Prácticas de M21, proponemos una apuesta firme por la participación de la población infantil y juvenil en la programación de la emisora, en coordinación con la comunidad educativa madrileña a través de los Consejos Escolares y las Asociaciones de Familias de los colegios y escuelas, y otras entidades que trabajan con infancia y juventud. Planteamos incluir estas actividades como parte del proyecto de Escuela Expandida, en la que se organicen talleres y cursos de radio y radioteatro para niñas y niños, campo en el que esta dirección tiene una amplia experiencia.

Todos los cursos y talleres impartidos, así como las prácticas profesionales tendrán herramientas de evaluación que incluyan preguntas abiertas y permitan a los participantes valorar la formación y las prácticas en M21 de manera anónima.

4.4. RESIDENCIAS

Se convocará un programa de residencias de investigación para la realización de documentales sonoros, ficción o periodismo de investigación. Irán dirigidas a creadores sonoros con apoyo

económico para realización y producción, así como acceso a los medios técnicos de M21 para grabación, edición y montaje. Se trata de lenguajes que requieren tiempo y medios y tienen poco espacio en las emisoras convencionales, sometidas a la tiranía de la inmediatez. Los temas serán variados, siempre ligados a la ciudad de Madrid. Los programas, seriales o documentales realizados se emitirán en M21 como parte de su programación. Se estudiará la posibilidad de establecer acuerdos con Matadero para buscar la vía para proponer Residencias Sonoras de manera conjunta, dentro de su programa de Residencias. Esto mismo será extensible al Centro Cultural Conde Duque o cualquiera de los otros Centros Culturales que componen Madrid Destino.

4.5. MAPA SONORO

Será un mapa colaborativo que, mediante el envío de audios por parte de los oyentes, irá dibujando el relieve sonoro de la ciudad. Se les invitará a grabar fragmentos de audio que recojan el sonido de plazas, mercados y mercadillos, bares, la ribera del río o el interior de iglesias o mezquitas. Estos audios salpicarán la parrilla y las redes sociales de M21 y se concentrarán en un mapa interactivo insertado en la web donde en cada uno de los audios se desplegará una ficha con información adicional. El mapa servirá para incentivar la participación de la audiencia en M21, enriquecer la parrilla y producir actividad en las redes sociales.

4.6. MEMORIA SONORA

Proponemos contar la memoria afectiva de los barrios a través de sus habitantes más mayores, recopilar sus historias, anécdotas y recuerdos, para revivir cómo era su barrio en su juventud y hacer de puente para que su relato llegue a jóvenes que habitan hoy esos mismos barrios y que, a través de talleres de radio creativa, trabajarán sobre las grabaciones para reinterpretarlas con ficción y crear piezas de radio con entidad propia que se emitirán en la parrilla de la emisora. El proyecto empezará en un distrito concreto, a determinar con Madrid Destino y el Área de Cultura del Ayuntamiento de Madrid, y se podrá implementar como parte de las actividades de sus programas Experimenta Distrito, Mirador Arganzuela o Mirador Usera.

5. WEB Y REDES SOCIALES

La radio del presente es multimedia. Según el estudio hecho por la plataforma Egostreaming¹, el consumo de radio online ha crecido un 22% en los últimos tres años. Por eso la web de M21 no se puede entender como un mero complemento de la emisora sino como una parte indispensable. Esta dirección propone aunar esfuerzos para que la web gane en claridad, esté actualizada, sea atractiva, su diseño sea coherente con la identidad sonora de la radio y tenga una rápida capacidad de reacción ante cualquier incidencia. Para ello, como tarea inicial se analizará el flujo de visitas y descargas y se diseñará una estrategia para aumentar el número de escuchas. Se buscará ganar en claridad con la reducción del número de menús, se pondrá especial énfasis en cómo se presentan los podcasts, su imagen asociada, su lugar asignado en la web y se crearán “paquetes temáticos” que rescatarán programas del archivo que giren en torno a un tema específico bajo títulos sugerentes como *Cualquier tiempo pasado fue peor*, *La boina (de polución)* o *Gente extraordinaria*, por poner algunos ejemplos. La web no sólo se encargará de ser contenedor y difusor de la programación, también informará puntualmente de todas las acciones relacionadas con la Emisora Escuela.

La radio multimedia encuentra en las redes sociales su principal puerta de acceso. Un gran porcentaje del tráfico generado en la web se produce vía Facebook o Twitter. Por eso proponemos establecer un plan estratégico de redes para fomentar la redirección a la web y la participación del oyente a través de:

- Acciones 'transmedia' en las que se pueden personalizar diferentes elementos a través de un *hashtag*.

¹ Estudio general sobre audiencia de radio online 2017.
<https://www.egostreaming.com/audiencia-radio-internet.php>

- Crear campañas con recursos como imágenes, audios y videos. Hacer una programación en paralelo a la radio (Por ejemplo, cuando se celebre el año nuevo chino ir subiendo a la web curiosidades, noticias, vídeos relacionados con la cultura china).
- Hacer convocatorias, concursos y encuestas. Recabar la opinión de los oyentes sobre un tema en concreto para que luego tenga un reflejo en la programación.

La presencia en las redes sociales y los webmedia se trabajará de forma adaptada a las características de cada red con iniciativas creativas que fomenten la participación e inviten a la escucha. Proponemos las siguientes plataformas: Facebook, Twitter, Instagram y un canal de Youtube, este último para colgar vídeos de producción propia. La mayor parte de las tareas que implican estos objetivos serán llevados a cabo por la persona encargada de web y redes en plantilla de M21 en estrecha colaboración con la dirección y con las personas que hacen los programas de la parrilla. Para ello se les ofrecerá formación sobre redes sociales y radio. Esta dirección también prestará especial atención al buen funcionamiento de la app de M21 diseñada para dispositivos móviles.

6. PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA

Más allá de las llamadas, mensajes o tuits, la radio la hacen los oyentes y por ello apostamos por reforzar todos los mecanismos de *feedback* para conocer las opiniones de la audiencia con una comunicación permanente a través de diferentes vías:

- El defensor/a del oyente se mantendrá para recoger quejas y demandas.
- Los programas promoverán de forma creativa la participación.
- Redes sociales: se mantendrá un contacto continuo explicado anteriormente.

- Campañas transmedia que tengan en cuenta a los oyentes como creadores donde se les invite a participar activamente en piezas sonoras colectivas.
- Programas realizados con público en directo, tanto en el Auditorio de Centro Centro como en las salidas al exterior que hagan los programas en momentos puntuales, o en las jornadas especiales explicadas más arriba.
- El mapa sonoro de Madrid explicado en otro punto.
- Los proyectos comunitarios que se detallan en la Emisora Escuela.

7. AUDIENCIA Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Aumentar y diversificar la audiencia será una de las metas de esta dirección que estudiará las deficiencias de escucha a través de FM en amplias áreas de Madrid, y dedicará esfuerzo a agilizar el proceso de traslado de antena en el que se encuentra ahora para mejorar la señal en toda la ciudad. Planteamos realizar una investigación cualitativa de inicio que ayude a definir los perfiles, gustos e intereses de la audiencia potencial de M21. Con estos datos se creará una campaña de marketing de la emisora para el lanzamiento de la parrilla de 2019 con una identidad gráfica, un slogan y una serie de acciones estratégicas. Para ello se contará con los recursos de Madrid Destino y del Ayuntamiento de Madrid. Se encargará la producción de videos promocionales que resuman acontecimientos destacados en la radio o anticipen eventos importantes. Se trabajará de forma cohesionada con todo el equipo de M21 a través de reuniones periódicas y de la elaboración de un calendario interno de comunicación.

8. RED DE ALIANZAS

Este proyecto tiene como una de sus líneas transversales el establecimiento de redes múltiples con agentes y entidades públicas y privadas que comparten intereses y objetivos para crear sinergias, generar programación, incrementar las vías de financiación y desarrollar proyectos conjuntos que enriquezcan las caras de esta emisora poliédrica. Para ello trabajaremos con agentes culturales, sociales y educativos de ámbito local, estatal e internacional.

- Coordinación con entidades y Áreas del Ayuntamiento de Madrid: Centros Culturales de Madrid Destino, Áreas de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social, Cultura y Deportes, Políticas de Género y Diversidad, Equidad, Derechos Sociales y Empleo y Participación Ciudadana, Transparencia y Gobierno Abierto.
- Afianzar la colaboración que existe ahora con emisoras latinoamericanas y locales y extenderlo a emisoras europeas para propiciar la emisión de programas conjuntos.
- Agentes culturales, sociales y educativos del ámbito asociativo: asociaciones vecinales, colectivos de artistas, AFAS de los colegios...
- Entidades privadas que compartan intereses y objetivos.

9. PERSPECTIVA DE GÉNERO

Esta dirección tiene como una de las líneas transversales de su proyecto la perspectiva de género y el principio de igualdad, cumpliendo las obligaciones que establece la Constitución, la legislación estatal, así como el Plan Estratégico para la Igualdad de Género 2018-2020 aprobado por el Área de Políticas de Género y Diversidad del Ayuntamiento de Madrid. Por ello planteamos desarrollar diversas acciones y medidas en materia de género e igualdad para M21. Como medida esencial, se ofrecerá una capacitación en materia de género a todo el personal de plantilla, colaboradores y

estudiantes en prácticas, contando con el asesoramiento técnico del Área de Políticas de Género y Diversidad. Al mismo tiempo, se tendrá en cuenta la perspectiva de género y el principio de igualdad como criterio de actuación en distintos ámbitos del desarrollo de la emisora:

- Criterio de valoración en la selección de programas para la parrilla. Presencia de mujeres en los equipos y en los contenidos.
- Equidad en la plantilla en todos los puestos y equidad en la selección de personas redactoras y técnicas de sonido en los convenios de prácticas profesionales establecidos con distintas entidades.
- Uso del lenguaje inclusivo y no sexista, una responsabilidad especialmente importante en un medio de comunicación.
- Vigilancia para la no existencia de brecha salarial.
- Medidas para facilitar la conciliación familiar y profesional.

10. GESTIÓN

M21 es una emisora pública, y eso supone un compromiso con la transparencia de la gestión, la sostenibilidad y el uso eficiente de los recursos actuando con profesionalidad e independencia. Asimismo, supone la obligación de comunicar a la ciudadanía sus actividades, financiación y presupuestos. Planteamos la necesidad de ofrecer una remuneración justa a todas las personas vinculadas a M21. Apostamos por favorecer la cohesión interna del equipo de plantilla y colaboradores, más allá de la dinámica de las reuniones. Se promoverán actividades en las que participen distintos programas, se ofrecerán talleres de formación interna, tanto en materia de

género, como en herramientas para el manejo de lenguajes creativos, el montaje sonoro y la gestión de redes sociales.

Queremos promover el uso racional de los espacios que integran M21, teniendo en cuenta los estudios y redacción situados en Centro Centro y el estudio de radio proyectado en el Centro Cultural Conde Duque, así como las instalaciones de la Agencia para el Empleo y otros posibles estudios en desuso que sean parte de los centros culturales de Madrid Destino y que puedan adherirse a este proyecto.

Proponemos un modelo de dirección colegiada, que promueve la pluralidad, diversifica las capacidades, fomenta el diálogo, permite la división de tareas y otorga tiempo a la conciliación familiar y profesional. Se establecerán mecanismos de evaluación continua para valorar el grado de cumplimiento de objetivos, y se presentarán de forma pública en la web una memoria anual de actuaciones que incluirá los datos de presupuesto y gastos, así como los convenios y acuerdos establecidos con distintas entidades, tal como establece el Convenio de la Emisora.

Esta dirección pondrá a disposición del proyecto M21 la extensa agenda de contactos que posee en los ámbitos de la radio, el radioarte, la radio educativa, y un conjunto de emisoras públicas y privadas de ámbito local, estatal, europeo y latinoamericano. Sus contactos y experiencia en el trabajo con personas con diversidad funcional, jóvenes y niños, personas mayores, así como con distintas entidades y colectivos sociales e instituciones culturales, centros de arte y museos.