

Radio por Internet y podcasts como alternativas al servicio público y a los principales medios de comunicación comerciales en Polonia: casos de *Radio Nowy Świat*, *Radio 357* y *Raport o stanie świata*

Internet radio and podcasts as alternative to the public service and commercial mainstream media in Poland: the cases of *Radio Nowy Świat*, *Radio 357*, and *Raport o stanie świata*

Urszula Doliwa

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86914>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Doliwa, Urszula (2022). "Internet radio and podcasts as alternative to the public service and commercial mainstream media in Poland: the cases of *Radio Nowy Świat*, *Radio 357*, and *Raport o stanie świata*". *Profesional de la información*, v. 31, n. 5, e310506.

<https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.06>

Artículo recibido el 09-03-2022
Aceptación definitiva: 03-08-2022



Urszula Doliwa

<https://orcid.org/0000-0001-6946-7555>

University of Warmia and Mazury
Obitza 1, 10-725 Olsztyn, Polonia
urszula.doliwa@uwm.edu.pl

Resumen

El objetivo de este artículo es mostrar hasta qué punto se pueden construir medios de audio alternativos online, no solo por aficionados, sino también como una combinación de la energía y la participación de periodistas profesionales y la comunidad de oyentes preparados para apoyarles. También se discute el tema de en qué medida esta forma de producción es similar al modelo de medios alternativos producidos por aficionados descrito por Hackett y Carroll (2006), así como por Atton y Hamilton (2010). Se presta especial atención a las formas en que esto puede desafiar la lógica de los medios institucionales y ser una alternativa interesante a los medios públicos pro gubernamentales y los principales medios comerciales en un país de Europa Central y Oriental que está bajando en la clasificación del Índice de Democracia. El podcast *Raport o stanie świata* y dos emisoras de radio por Internet, *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* de Polonia, que se analizan en este artículo, nacieron en un acto de protesta contra los cambios negativos en la radiodifusión de servicio público, que se convirtió en una herramienta de propaganda. Están financiados por los oyentes a través de la plataforma de crowdfunding *Patronite* y no emiten publicidad. Se diseña un marco para analizar su funcionamiento, utilizando, en particular, las teorías de la esfera pública y de los medios alternativos. El estudio se basa en el análisis de contenido de las transmisiones de llamadas difundidas para el primer aniversario de las emisoras, *Radio Nowy Świat* (16 de abril y 9 de julio de 2022) y *Radio 357* (5 de enero de 2022), y se utilizan entrevistas preestructuradas con los patrocinadores de *Raport o stanie świata*. Se analizan los sitios web y las cuentas de redes sociales de estas iniciativas, así como la cobertura de prensa y los datos recopilados por el Consejo Nacional de Radiodifusión en relación con la *Polskie Radio*. La investigación encontró que los tres proyectos *Raport o stanie świata*, *Radio Nowy Świat* y *Radio 357*, a pesar de haber

sido iniciados por profesionales, comparten algunas de las características de los medios alternativos y pueden cambiar significativamente el modelo de producción de audio, financiación y rutinas de consumo en Polonia.

Palabras clave

Radio; Radio por Internet; Audio digital; Radio web; Emisoras; Podcasts; Podcasting; Transmisión de podcasts; Radio pública; Medios de comunicación; Polonia; Europa Central y Oriental; Sistema de medios; Medios independientes; Esfera pública; Medios alternativos.

Abstract

The aim of this article is to show to what extent alternative audio media can be built online, not only by amateurs but also as a combination of the energy and involvement of professional journalists and the community of listeners who are ready to support them. Moreover, the topic of the extent to which this form of production is similar to the model of alternative media produced by amateurs described by Hackett and Carroll (2006), as well as Atton and Hamilton (2010), is also discussed. Special attention is paid to the ways this can challenge the institutional media logic and provide an interesting alternative to pro-government public media and commercial mainstream media in a country in Central and Eastern Europe that is dropping down the rankings of the Democracy Index. The podcast *Raport o stanie świata* and two Internet radio stations, *Radio Nowy Świat* and *Radio 357* from Poland, which are analysed in this article, were born in an act of protest against the negative changes in public service broadcasting, which became a propaganda tool. They are financed by listeners via the crowdfunding platform *Patronite* and do not broadcast advertising. A framework for analysing their functioning is devised using, in particular, theories of the public sphere and of alternative media. The study is based on content analysis of the call-in broadcasts disseminated for the first anniversary of the stations, *Radio Nowy Świat* (April 16 and July 9, 2022) and *Radio 357* (January 5, 2022). Pre-structured interviews with the patrons of *Raport o stanie świata* are also used. Websites and social media accounts of these initiatives, as well as press coverage and data gathered by the *National Broadcasting Council* in relation to *Polish Radio*, are analysed as well. The research found that all three initiatives *Raport o stanie świata*, *Radio Nowy Świat* and *Radio 357*, despite being started by professionals, share some of the characteristics of alternative media and can significantly change the model of audio production, financing and consumption routines in Poland.

Keywords

Radio; Internet radio; Digital audio; Web radio; Radio stations; Podcasts; Podcasting; Public radio; Media; Audio communication; Poland; Central and Eastern Europe; Media system; Independent media; Public sphere; Alternative media.

1. Introducción

La ecología de los medios de comunicación ha mutado del sistema de difusión tradicional a una nueva ecología mediática adaptada a los nuevos modelos de consumo de medios (Scolari, 2018).

La transmisión en streaming comenzó con la radio a mediados de la década de 1990, y fue la radio la que convirtió a la web basada en texto y gráficos en una plataforma totalmente multimedia (Bottomley, 2016, p. 3). La radio por Internet —una señal de audio distribuida a través de Internet (Black, 2001), incluidas las emisoras de radio solo web— permea las lógicas de la radio, haciendo de la participación y co-creación de la audiencia el punto central (Bottomley, 2016, pp. 18-19).

El término ‘podcasting’, introducido en 2004 por el periodista Ben Hammersley, es una combinación de ‘pod’, del nombre del reproductor de mp3 *iPod*, y ‘cast’ de la palabra ‘broadcast’. El término se introdujo para describir el fenómeno emergente de producción de contenido de audio subido a Internet (Bonini, 2015). El momento *eureka* del podcasting llegó con el lanzamiento de *Serial* en octubre de 2014, que cuenta la historia de un asesinato en una escuela secundaria de Baltimore en 1999. Fue descargado más de 80 millones de veces (Frary, 2017).

Cuanto más popular se ha vuelto el podcasting, más a menudo se ha sugerido que los podcasts son más bien ‘textos multimodales complejos’ (Vasquez, 2013, p. 240), distinguibles de la radio tradicional debido a la ‘hiperintimidad’ de la escucha cercana y activa a personas de la propia comunidad o ámbito de interés específico (Berry, 2016, p. 667).

Según Mark Frary, los podcasts han demostrado ser la herramienta perfecta para compartir conocimientos e información también en las áreas más censuradas del mundo y convertirse en parte del movimiento de libertad de expresión. Por ejemplo, analiza el caso de Vietnam y el podcast *Loa.fm* bajo la dirección del editor Quỳên Ngô, que apareció en abril de 2015. En Zimbabue, Christopher Farai Charamba y Tawanda Henry Biti producen el podcast semanal *Politics and beyond* desde finales de 2016 (Frary, 2017). *Sinica*, un podcast semanal sobre eventos en China presentado por Kaiser Kuo y Jeremy Goldkorn, residentes de Beijing desde hace mucho tiempo, también solía ser muy popular (*Sinica*, 2018).

El tema del papel del audio digital para ofrecer una alternativa a los principales medios de comunicación está poco estudiado. Hay muchos estudios sobre la radio comunitaria como una forma de discurso alternativo en el aire (Howley, 2005; Gordon, 2012), sin embargo, rara vez se concentran en la radio por Internet o el podcasting como una forma de transmisión comunitaria. Sin embargo, como subrayan algunos autores, el podcasting con fines públicos ha creado un

espacio único (y excepcionalmente valioso) de discurso público, especialmente en la fase precomercial del podcasting (**Aufderheide et al.**, 2020).

Este artículo examina en qué medida se pueden construir medios de audio digital alternativos, no solo por aficionados, sino como una combinación de la energía y la participación de periodistas profesionales y la comunidad de oyentes que están listos para apoyarlos. El contexto geográfico de este estudio es importante: Polonia es un país ubicado en Europa Central y Oriental en el que la libertad de expresión todavía existe, pero es cada vez más difícil de ejercer, especialmente en los medios de comunicación de servicio público. El objetivo es mostrar cómo este tipo de medios, como en el modelo de medios alternativos producidos por aficionados descrito por **Hackett y Carroll** (2006), pueden impugnar la concentración del poder mediático institucional (**Atton; Hamilton**, 2010, p. 124) y se está convirtiendo en una interesante alternativa a los medios públicos comerciales y oficialistas.

2. Medios en Europa Central y del Este

Después de la Segunda Guerra Mundial, la mayoría de los países de Europa Central y Oriental se encontraron en la esfera de influencia soviética. Los medios ciertamente tuvieron un papel importante en el derrocamiento del comunismo en la región después de 1989, siendo los aceleradores del cambio (**Ociepka**, 2003, p. 18). La transformación del sistema comunista a la democracia dio como resultado el surgimiento de nuevos medios, incluidos los de radiodifusión: emisoras de radio y emisoras de televisión privadas, que comenzaron a desempeñar un papel muy importante en cada país. Después de un breve período de júbilo por la libertad y diversidad de los medios de comunicación en Europa Central y Oriental, los medios se convirtieron en objeto de conflictos políticos y económicos. Las expectativas del mercado también dejaron una profunda huella en los sistemas de medios emergentes, lo que resultó en su comercialización y globalización. Es más, como dicen **Jakubowicz y Sükösd** (2008, p. 18), en los países de Europa Central y del Este, la política pública en el campo de los medios sirvió a los objetivos de los partidos en lugar del interés público. También rara vez se vieron como el conjunto de valores claramente definidos a los que se supone que sirven los medios (**Sparks; Reading**, 1998, p. 180).

Slavko Splichal destaca que a pesar de la comercialización del sistema de medios en Europa Central y del Este a principios de la década de 1990, los métodos de control comunistas eran evidentes (**Splichal**, 1994, p. 86), e incluso a fines de la década de 1990 había “una cantidad sorprendente del viejo orden” (**Sparks; Reading**, 1998, p. 175). Bogusława Dobek-Ostrowska diagnostica con precisión que debemos asociar el fenómeno de la politización de los medios de comunicación con la inmadurez de las élites políticas y con la herencia de ciertos hábitos adquiridos durante el período comunista (**Dobek-Ostrowska**, 2002, p. 28). Para los nuevos partidos políticos que estaban poco integrados en los movimientos sociales, el control de los medios era extremadamente importante (**Hallin; Mancini**, 2012, p. 21).

Desafortunadamente, estos problemas aún son visibles en los países de la región. Europa Central y Oriental se caracteriza por un papel top-down mucho más visible del poder estatal en los medios de comunicación que en las sociedades occidentales (**Bognar**, 2018, p. 228). A pesar de los sistemas democráticos en estos países, sus políticos todavía utilizan, en mayor o menor medida, el poder y la influencia para ejercer presión sobre los medios (**Williams**, 2008, p. 149). Peter Bajomi-Lázár subraya que si bien es aconsejable y necesario un cierto grado de intervencionismo estatal en el mercado de los medios, en Europa Central y del Este se confunde con demasiada frecuencia con el intervencionismo destructivo por parte de las élites gobernantes, que él ubica en el contexto de la política partidista de los medios. (**Bajomi-Lázár**, 2017). En este contexto, vale la pena recordar la afirmación de Karol Jakubowicz de que la mayoría de los sistemas de medios poscomunistas son “libres pero no independientes” (**Jakubowicz**, 2001, p. 59). Sin embargo, se han producido períodos de cierta despolitización, que se alternan con otros de mayor control.

3. El caso polaco

Polonia, que supo aprovechar la experiencia de los periodistas clandestinos de la oposición, estuvo, junto con la República Checa y Hungría, entre los líderes de la región en cuanto al ritmo de privatización de los medios y el reconocimiento de su independencia después de 1989 (**Curry**, 2006, p. 92). Sin embargo, Polonia no evitó los problemas típicos de otros países de Europa Central y Oriental. Excomunistas, así como representantes de la oposición, intentaron influir en los medios. Hubo los característicos notables retrocesos en el proceso de democratización de los medios, que llevaron a un mayor control sobre los mismos (**Curry**, 2006, p. 92).

Pero que ahora lo que podemos observar es un paso atrás más serio en la democratización de los medios. Después de una fase de crecimiento estable, Polonia ha descendido en la clasificación del *Democracy Index*, publicado por la *Economist Intelligence Unit* (EIU). El país ya no figura en la categoría más alta de ‘democracia consolidada’, según la metodología del informe. Ahora se clasifica como una ‘democracia semiconsolidada’. La EIU culpó directamente al partido gobernante nacionalista y populista *Ley y Justicia* (PiS) de Polonia por la reducción de nivel del país y declaró:

“ El podcast *Raport o stanie świata* y dos emisoras de radio por Internet, *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* de Polonia, que se analizan en este artículo, nacieron por un acto de protesta contra los cambios negativos en la radiodifusión de servicio público, que se había convertido en una herramienta de propaganda del gobierno. ”

“El partido gobernante conservador-nacionalista *Ley y Justicia (PiS)* continuó sus esfuerzos para convertir al país en una democracia antiliberal, restringiendo la independencia del poder judicial y consolidando la propiedad de los medios en manos polacas” (EIU, 2020).

En el *World Press Freedom Index*, Polonia cayó a su posición más baja hasta el momento en el puesto 64, después de años consecutivos de descenso desde el puesto 18 (*World Press Freedom Index*, 2021).

Los cambios negativos en el sistema de medios son cada vez más visibles e incluyen, entre otros:

- convertir a los medios públicos en una herramienta de propaganda;
- facilitar que las empresas estatales den apoyo financiero a los medios que apoyan al gobierno en forma de publicidad (mientras que los medios de comunicación de oposición no pueden contar con este tipo de apoyo); -absorción de las grandes empresas de medios privados por parte de empresas estatales supervisadas por partidarios del gobierno;
- intentos de eliminar del mercado a las empresas privadas que se oponen al gobierno a través de cambios en la ley de medios¹.

El panorama de los medios se ha vuelto muy polarizado, lo que refleja una división en la sociedad polaca entre partidarios y opositores del gobierno. En contraste con la situación en Hungría, muchos medios privados en Polonia son muy críticos con el gobierno (Karolewski; Benedikter, 2016), pero el entorno para llevar a cabo tal actividad se está volviendo cada vez más difícil.

En el contexto de este artículo, los cambios especialmente interesantes son los relacionados con el sector de los medios públicos, que dieron lugar a iniciativas independientes de audio en Internet y han cambiado significativamente el panorama de los medios en este campo.

Después de que el partido *Ley y Justicia* ganara las elecciones en el otoño de 2015, cambió el sistema legal bajo el cual se eligieron los gestores de los medios públicos. Esta nueva regulación, llamada *Pequeña Enmienda de la Ley de Radiodifusión del 29 de diciembre de 1992 (Parlamento Polaco, 2015)*, permitió un reemplazo inmediato de las juntas directivas de *Telewizja Polska i Polskie Radio*. Según Stanisław Jędrzejewski, debido a estos cambios,

“también se cuestionó el principio que constituía la base de la filosofía reguladora (...) de este sistema, es decir, que la autoridad del gobierno sobre los medios públicos sea ejercida por una autoridad distinta de la subordinada directamente al gobierno o a una parte de él” (Jędrzejewski, 2021).

A esta reforma le siguieron otras, la más importante de las cuales fue la creación del *Consejo Nacional de Medios (Rada Mediów Narodowych)* en 2016 con el derecho de contratar y despedir personal directivo de *Telewizja Polska i Polskie Radio*, un poder que había estado anteriormente en manos del *Consejo Nacional de Radiodifusión (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji)* (Parlamento Polaco, 2016)². Estos cambios en el sistema legal fueron el comienzo de cambios significativos en los programas de *Telewizja Polska i Polskie Radio*.

Es cierto que antes de que *Ley y Justicia* se convirtiera en el partido gobernante en 2015, los gobiernos anteriores intentaron influir en lo que se transmitía en los medios públicos y en quién podría ser el presidente de *Telewizja Polska i Polskie Radio*, pero esta influencia nunca fue tan inmediata, ni se planteó un cuestionamiento tan severo y tan profundo de las reglas básicas bajo las cuales funcionaba el servicio público de los medios de comunicación. La radio y la televisión polacas se han convertido en herramientas de propaganda que apoyan abiertamente al gobierno. Tal como muestra Piotr Żuk en base al análisis del programa de la televisión polaca, esta propaganda se basa en la promesa de asistencia social de las autoridades populistas, así como en la ideología nacionalista, homofóbica y excluyente (Żuk, 2020). Esta es la razón por la cual la gente en Polonia comenzó a llamar a la estación *TVPiS (Televisión del Partido de la Ley y la Justicia)* en lugar de *TVP (Televisión Polaca)*. Se crearon varios portales independientes y cuentas de redes sociales para documentar y burlarse de la propaganda oficial, especialmente en la televisión polaca, como *tvpis.org*, *pasek-tvpis.pl*, y www.facebook.com/tvpisstop

Los cambios en la *Polskie Radio* despiertan emociones especialmente fuertes en la sociedad en el caso *Terceer Canal*, que fue



<https://raportostaniewiata.pl/>

creado en 1958 y obtuvo cobertura nacional en 1962. La programación estaba basada en personalidades de la radio y tenía un enfoque musical. Estaba dedicado a una audiencia educada y muy entregada (Oleszkowicz, 2021) que buscaba un estilo de radio diferente al que ofrecían otros canales; no tan oficial, en el que se presentaba más música occidental y se toleraba un poco más la libertad de expresión en plena Era Comunista (Gutowski, 2012). El carácter único de *Tercer Canal* se fue forjando a lo largo de los años y sobrevivió en mayor o menor medida hasta la primavera de 2020. Es cierto que, desde 2016, en *Tercer Canal* se pudieron observar cambios importantes de personal y de programación, así como un cambio de tono general para volverse progubernamental y conservador, sin embargo, su fórmula única finalmente fue eliminada por intervención política directa en la programación en 2020.

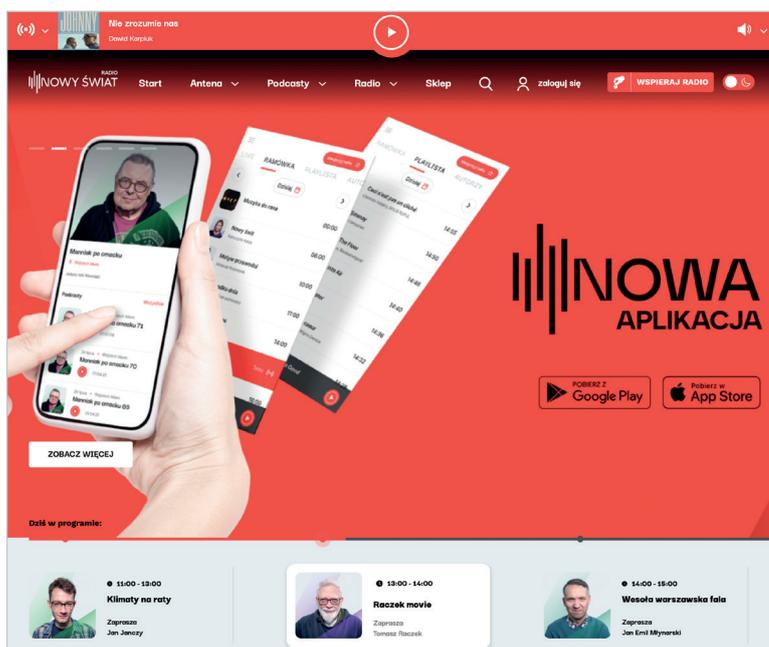
El objetivo es mostrar cómo este tipo de medios, como en el modelo de medios alternativos producidos por aficionados descrito por Hackett y Carroll (2006), pueden impugnar la concentración del poder mediático institucional (Atton; Hamilton, 2010, p. 124), y se está convirtiendo en una alternativa a los medios públicos comerciales y progubernamentales

El 15 de mayo de 2020, *Tercer Canal* emitió el listado semanal de *Hits List*, que estuvo encabezado por una de las principales personalidades de la emisora, Marek Niedźwiedzi. Según la información brindada durante el programa, el primer lugar de la lista lo ocupó el raper polaco Kazik y su canción “Tu dolor es mejor que el mío”, que contiene referencias a la visita a un cementerio de Jarosław Kaczyński (líder del partido *Ley y Justicia*) el 10 de abril de 2020, a pesar de su cierre debido a la pandemia. Después de la transmisión, la canción fue eliminada de la web oficial de la radio y la web de *Hits List* dejó de funcionar. Provocó el éxodo masivo de los periodistas más populares de *Tercer Canal*, que fue precedido por el despido o la salida de la emisora de otras celebridades. Como la popularidad del canal y su carácter único se basaban en ellos, se produjo un cambio completo en la programación, y también en la audiencia que estaba muy unida a la estación y mostró mucha solidaridad con los periodistas que se marcharon.

Los intentos de rescatar una programación de tan larga trayectoria no terminaron con éxito a pesar de varias protestas organizadas por los oyentes, políticos y el apoyo de varias organizaciones. La audiencia de la emisora disminuyó al nivel más bajo de su historia: menos del 2% (Kurdupski, 2021). Sin embargo, esta situación allanó el camino para soluciones alternativas innovadoras sobre cómo lidiar con un entorno desfavorable para la transmisión de audio en Polonia. Así comenzó la historia del podcast *Raport o stanie świata* y dos emisoras de radio por Internet, *Radio Nowy Świat* y *Radio 357*, así como algunas otras iniciativas. El éxito de estos proyectos incluso superó las expectativas de los fundadores.

Dariusz Rosiak, quien solía ser el presentador de una conocida transmisión de alta calidad de *Third Channel Raport o stanie świata [Informe de la situación mundial]* en el que se discutían asuntos internacionales del momento, fue despedido en enero de 2020, sin ninguna explicación de la junta directiva del canal. La única oportunidad de despedirse de los oyentes que le habían estado escuchando durante 13 años fue una publicación en la página de fans de Facebook (*Raport o stanie świata*, 2020). Decidió pedir ayuda a los oyentes para poder continuar con su actividad en forma de podcast independiente. La producción está financiada por los oyentes a través de la plataforma de crowdfunding *Patronite*.

“La nueva vida del *Informe* comienza ahora” —con estas palabras se iniciaba el primer episodio de podcast, publicado el 7 de marzo de 2020 en las plataformas de podcasting. Vale la pena mencionar que el presentador de este podcast, Dariusz Rosiak, no solo tuvo mucho éxito en la recaudación de dinero para su proyecto, sino que también la comunidad de periodistas valoró mucho su producción. Fue galardonado con el prestigioso premio, *Periodista del Año 2020* (*Prensa*, 2021). Otros importantes periodistas de *Tercer Canal*, que fueron despedidos de la *Polskie Radio* o renunciaron, aconsejados por fieles oyentes que no soportaban la desaparición del aire de sus queridas personalidades de la radio, también decidieron buscar soluciones en Internet para su actividad. Los que abandonaron la estación un poco antes decidieron iniciar *Radio Nowy Świat* por Internet. La fundación de la emisora estuvo precedida por la recaudación de fondos



<https://nowywiad.online/>

para este fin a través de la plataforma de crowdfunding *Patronite* en abril de 2020 (Bochyńska, 2020a), que fue un éxito rotundo y permitió lanzar una emisora de radio por Internet en julio de 2020. La emisora se hizo muy popular en poco tiempo y disparó las ventas de receptores adaptados para escuchar radio online. Fueron anunciados en el portal de ventas más popular de Polonia como receptores a través de los cuales “es posible escuchar *Radio Nowy Świat*”. Esta emisora inició una pequeña revolución radiofónica en Polonia en el mercado de los receptores de radio por Internet. La estación demostró que, a pesar de estar activa solo en Internet, podía atraer a una gran audiencia, que no solo estaba lista para escuchar la radio online, sino también para comprar nuevos equipos si era necesario y financiar el día a día de la estación.

Los cambios negativos en el sistema de medios son cada vez más visibles e incluyen, entre otros, convertir a los medios públicos en una herramienta de propaganda, y brindar apoyo financiero a los medios que apoyan al gobierno por parte de empresas estatales en forma de publicidad (mientras que los medios de comunicación de oposición no pueden contar con este tipo de apoyo)

A esta emisora le siguió *Radio 357*, otra emisora online creada por ex periodistas del *Tercer Canal*. Comenzó a emitir en enero de 2021 y también está financiada por los oyentes a través de la plataforma de crowdfunding *Patronite*. Durante el primer año superó a *Radio Nowy Świat* en la cantidad de personas que regularmente apoyan su funcionamiento.

4. Internet, nuevos medios y una esfera pública alternativa

El término esfera pública fue definido originalmente por el filósofo alemán Jürgen Habermas, quien caracterizó la esfera pública como

“formada por personas privadas reunidas como público y articulando las necesidades de la sociedad con el estado” (Habermas, 1989).

La esfera pública es un lugar común para todos, donde se pueden intercambiar ideas e información. En *Structural transformation of the public sphere*, Habermas argumenta que los medios de comunicación de masas, que deberían facilitar el debate y dar espacio a diferentes voces, no tienen mucho éxito en esto, debido a su comercialización y a la influencia de determinadas relaciones públicas (Habermas, 1989).

La esfera pública en el contexto de los medios se puede analizar en las tres dimensiones introducidas por Dahlgren (2005): estructural, representacional e interaccional. La dimensión estructural de la esfera pública se refiere a la forma de organización de un espacio comunicativo particular; esta dimensión está conectada con cuestiones como el acceso, la libertad de expresión y el nivel de inclusión. La dimensión representacional es una estructura construida sobre la apertura y la accesibilidad. Esta dimensión está relacionada con temas como el establecimiento de la agenda, el pluralismo de puntos de vista, la precisión de la cobertura y otros. La última dimensión es la interaccional. Está conectada con el intercambio de opiniones entre los ciudadanos y los medios de comunicación y entre los propios ciudadanos (Batorski; Grzywińska, 2018).

Desde que Internet se popularizó en la vida cotidiana, los académicos han discutido si ayudaría al desarrollo de la democracia y el debate público (Dahlgren, 2005). Muchos investigadores estaban convencidos de que contribuiría a la democratización de la sociedad (Papacharissi, 2002) y fomentaría la actividad ciudadana (Kling, 1996).

Sin embargo, a pesar de las declaraciones de que la era digital daría nuevas oportunidades para la pluralidad, la realidad es otra: no todas las voces son iguales y no todas son escuchadas por igual (Luce et al., 2017). La esfera pública en la era de las grandes plataformas de medios online se ha comercializado mucho y, como subraya Sekloča (2019), existe reciprocidad entre los usuarios cuando intercambian contenido, pero no entre los usuarios y los medios que producen contenido o el centro político. Internet está lejos de revitalizar la esfera pública y, con bastante frecuencia, se adapta al *status quo* actual (Morozov, 2011).

Sin embargo, hay muchos ejemplos de que Internet puede servir como una plataforma de discusión alternativa al discurso de los medios tradicionales. Este fenómeno se observa en gran medida en países autoritarios (Etling; Roberts; Faris, 2014), donde se convierte en un mecanismo de comunicación política que puede conducir a notables victorias democráticas (como lo atestigua, por ejemplo, lo que hicieron las redes sociales en la Primavera Árabe) (Ingram; Bar-Tura, 2014). Los blogs fueron reconocidos como una plataforma que proporcionaba una esfera pública alternativa: un espacio para el debate y la organización cívica que difiere significativamente del proporcionado por los principales medios de comunicación, la televisión y el gobierno (Etling; Roberts; Faris, 2014), así como algunos canales de *YouTube* (Antony; Thomas, 2010, pp. 1280-1296). Los medios hiperlocales se definen por cubrir áreas geográficas muy pequeñas, tener una orientación comunitaria, dar cobertura a espacios olvidados por los grandes medios, producir contenido original y ser muchos en Internet (Metzgar; Kurpius; Rowley, 2011, p. 714; Harte et al., 2019) y también vale la pena mencionarlos en este contexto. El audio a través de Internet también puede ofrecer una alternativa.

5. Características de los medios alternativos

La creciente popularidad del audio online, especialmente en forma de podcasting, pero también de radio web, hace que el audio digital sea un medio perfecto para convertirse en una alternativa a los medios convencionales.

En general, se entiende que los medios alternativos son medios no dominantes (en contraste con los que suelen denominarse medios convencionales, vinculados a discursos hegemónicos y de gran poder económico) (Atton, 2002).

Hackett y Carroll (2006) presentaron tres características de los medios alternativos:

1. Tienen a ser 'relativamente autónomos del capital corporativo y del estado'. Su independencia de las formas dominantes de organización de los medios los alienta a experimentar con métodos de control más inclusivos e igualitarios, como la toma de decisiones colectiva y por consenso;
2. Tienen a perseguir objetivos políticamente progresistas; 'dan voz a temas marginados en los medios hegemónicos';
3. Promueven la 'comunicación horizontal entre miembros de grupos marginados y entre estos grupos'.

Hackett y Carroll (2006) subrayan la importancia de los medios alternativos en la transformación de las audiencias de consumidores de medios a participantes del proceso de producción de medios. Es más, como demostraron Curran y Seaton (1997), basándose en el ejemplo de la prensa radical inglesa, los medios alternativos conducen al rediseño de roles y responsabilidades técnicas y profesionales, junto con la transformación social y cultural.

Como señala O'Donnell, en un contexto de esfera pública, los medios alternativos en Internet podrían ofrecer una alternativa a los medios masivos mediante el uso de diferentes prácticas de producción, como las que fomentan las capacidades de reflexión sobre las experiencias de las audiencias de los medios (O'Donnell, 2001).

6. Metodología

Se diseñó un marco para analizar la actividad de *Radio 357*, *Radio Nowy Świat* y *Raport o stanie świata* en Internet utilizando teorías particulares de la esfera pública y de los medios alternativos.

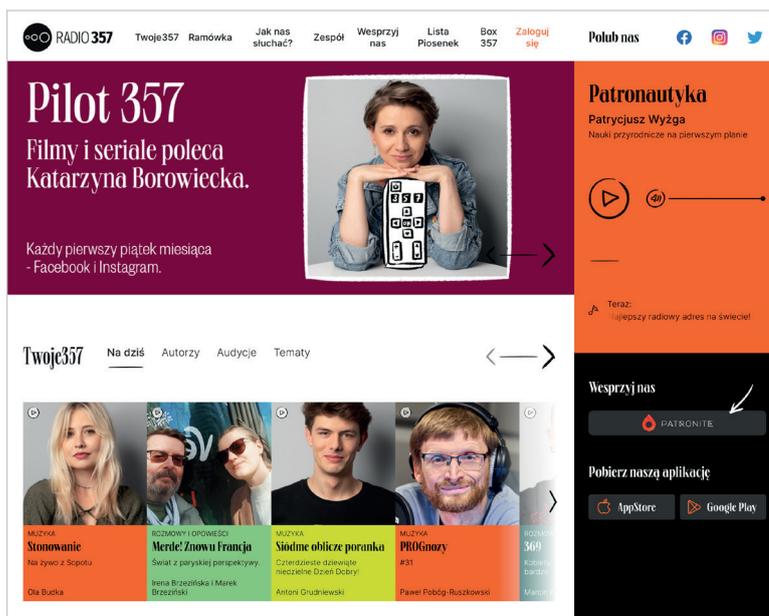
La investigación se basa en el análisis de contenido de las transmisiones de llamadas difundidas en el primer aniversario de las emisoras *Radio Nowy* (dos transmisiones del 9 de julio de 2021) y *Radio 357* (una transmisión del 5 de enero de 2022). Dos de ellos se recibieron directamente de las emisoras, no se publicaron online o el acceso a ellos estaba limitado solo a los usuarios. También se analizaron cuatro entrevistas preestructuradas con patrocinadores del podcast *Raport o stanie świata* que se realizaron en junio de 2021 (Doliwa et al., 2022).

En la investigación de estos proyectos resultaron útiles las declaraciones publicadas en las webs oficiales, los perfiles de *Patronite* y las páginas de fans de *Facebook*. Se obtuvieron datos adicionales de artículos de prensa. La información sobre el presupuesto de la radio nacional polaca, utilizada en la sección de discusión para comprender mejor la eficacia de las emisoras de radio por Internet recién establecidas, se obtuvo de los informes oficiales publicados por el regulador *Consejo Nacional de Radiodifusión*. La audiencia de radio de *Trzeci Canal* de la *Polskie Radio* es proporcionada por un centro de investigación reconocido responsable del análisis regular en este campo: *Track Kantar Polska*. Los datos sobre el número de streamers de *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* provienen de las propias emisoras y en un principio fueron recopilados por los periodistas del portal online dedicado a los medios *wirtualnemedial.pl*.

La lista completa de fuentes utilizadas está disponible en la lista de referencias al final de este artículo.

El punto de partida del análisis es la fecha de salida al aire de *Trzeci Canal* de la *Polskie Radio* en enero de 2020 de la emisión *Raport o stanie świata* [World Status Report] de Dariusz Rosiak. Este evento animó al autor a iniciar un podcast con el mismo nombre, financiado por los oyentes a través de una plataforma de crowdfunding y allanó el camino para el desarrollo de otros dos exitosos proyectos de audio por Internet, *Radio Nowy Świat* y *Radio 357*, también iniciados por ex periodistas de *Trzeci Canal*. El final de este estudio está marcado por el primer aniversario de funcionamiento del más joven de los proyectos descritos: *Radio 357* en enero de 2022, y un resumen de los resultados financieros de las tres iniciativas proporcionados por la plataforma de crowdfunding *Patronite* en febrero de 2022.

Las grandes empresas de medios privados que se oponen al gobierno son absorbidas por empresas estatales supervisadas por partidarios del gobierno, con la intención de eliminarlas del mercado a través de cambios en la ley de medios



<https://radio357.pl>

7. Resultados

El análisis del funcionamiento de los tres proyectos se realizó en referencia a las características de los medios alternativos enunciadas por **Hackett** y **Carroll** (2006) y descritas anteriormente.

7.1. Relativamente autónomos del capital corporativo y del estado

La independencia de *Radio Nowy Świat*, *Radio 357* y el podcast *Raport o stanie świata* está garantizada principalmente por el modelo de financiación. Decidieron basar su actividad en el apoyo económico de sus oyentes y no en la publicidad emitida. Esto los hace independientes del capital corporativo y de la financiación estatal. En el caso de las radios online comentadas, el apoyo de los oyentes es la principal fuente de ingresos, sin embargo, ocasionalmente se producen acuerdos de patrocinio y colaboración entre las empresas y estas iniciativas de audio. Pero, en este momento, ciertamente pueden ser sostenibles incluso sin este apoyo financiero adicional.

Raport o stanie świata fue el primer proyecto de este grupo registrado en la plataforma de crowdfunding: fue el 25 de febrero de 2020. *Radio Nowy Świat* pronto lo siguió y comenzó a recaudar dinero a través de *Patronite* menos de dos meses después de *Raport o stanie świata*. Esta iniciativa también recaudó la mayor cantidad de dinero desde su inicio. Sin embargo, por ahora, el mayor número de patrocinadores apoya a *Radio 357*, lo que resulta en la mayor suma de pagos mensuales, no solo en el contexto de estas tres iniciativas, sino también en general en Polonia.

Tabla 1. Datos básicos sobre el funcionamiento de *Radio Nowy Świat*, *Radio 357* y *Raport o stanie świata* en la plataforma de crowdfunding *Patronite* (9 de febrero de 2022).

Nombre	Fecha de registro	Número de patrocinadores	Ingreso mensual en PLN/€	Ingresos en total en PLN/€
Dariusz Rosiak (<i>Raport o stanie świata</i>)	25.02.2020	6,067	91,440 / 19,202	1,646,885 / 345,846
<i>Radio Nowy Świat</i>	16.04.2020	30,976	632,043 / 132,729	14,641,353 / 3,074,684
<i>Radio 357</i>	05.10.2020	43,387	817,591 / 171,694	10,386,402 / 2,181,144

Lo importante es el hecho de que los patrocinadores parecen ser muy leales y están listos para dar apoyo financiero a largo plazo. Así lo confirma no solo la investigación realizada entre los de *Raport o stanie świata* (Doliwa et al., 2022), sino también datos recopilados por la plataforma *Patronite*, que fueron admitidos por uno de los empleados de la plataforma, Marcin Skonieczny, durante la emisión de aniversario de *Radio 357* (*Radio 357*, 2022).

La independencia del Estado en el caso de las tres iniciativas analizadas también se asegura a través de la difusión del programa —a través de Internet, lo que significa que no se necesita ningún permiso especial o licencia formal de transmisión. La implementación de estos dos cambios, el sistema de financiación e Internet, hace que estos proyectos sean resistentes a la presión no solo gubernamental, sino también empresarial.

Esta independencia es vista y admirada por los oyentes. Puede servir de ejemplo la opinión de uno de ellos, expresada durante las transmisiones del aniversario en *Radio 357*.

“*Radio 357* es el primer medio libre, verdaderamente libre en Polonia, porque contrariamente a lo que se pudo ver en las calles últimamente, la lucha por los medios libres, *Radio 357* es independiente de la política y los anuncios agresivos” (Marcin; *Radio 357*, 2022).

7.2. Tienden a tener objetivos políticamente progresistas, dan voz a temas que son marginados en los medios hegemónicos

El modelo de funcionamiento de los medios analizados es diferente al resto de medios, lo que a su vez los hace diferentes y alternativos a lo que ofrecen las radios tradicionales. Esto tiene que ver con un sistema diferente de financiación y organización de la emisora, pero también con una programación diferente.

Una de las diferencias es que los políticos no son invitados a la emisora (su voz aparece únicamente en los boletines informativos en el caso de las emisoras de radio). En cambio, son los periodistas políticos y los expertos los que comentan los temas de actualidad.

Además, no se emiten anuncios. En *Radio 357* se ofrece un slogan “¿Anuncios? Gracias a ustedes no los tenemos” y se ofrecen breves sketches que son parodias publicitarias.

Lo que parece importante en el caso de las radios analizadas es que apoyan a jóvenes talentos periodísticos, teatrales y musicales. Según lo declarado por el editor jefe de la estación *Nowy Świat* [*Nuevo Mundo*]

La emisora analizada demostró que, a pesar de estar activa únicamente en Internet, podía atraer a una gran audiencia, que no solo estaba lista para escuchar la radio online, sino que también podía contribuir a comprar nuevos equipos si era necesario y financiar el día a día

“No es ‘Nuevo Mundo’ solo de nombre: queremos educar a las futuras generaciones de locutores de radio profesionales que tomarán las riendas en unos pocos o una docena de años, y lo harán con destreza” (Bochyńska, 2020b).

El equipo no solo ofreció actuar en vivo a unos jóvenes talentos que fueron seleccionados en una convocatoria, sino que también les brindó capacitación.

Ambas emisoras apoyan firmemente a los artistas jóvenes. Como subraya una de las antiguas celebridades del *Tercer Canal de la Polskie Radio*, ahora empleado de *Radio 357*, Piotr Stelmach,

“Apoyamos firmemente a los artistas polacos y ayudamos a los artistas jóvenes. Nosotros mismos recibimos mucho apoyo de los mecenas y queremos compartirlo transmitiéndolo” (Jk, 2022).

Las dos emisoras organizan conciertos de jóvenes músicos, les invitan al estudio y también les dan la oportunidad de ser locutores de radio.

Además, el programa de ambas emisoras de radio no está estrictamente formateado. Esto significa que están abiertos a una variedad de estilos musicales. Además, ambas emisoras no renuncian a contenidos de alta calidad y producción costosa; los ejemplos incluyen reportajes y documentales de radio, así como radionovelas, géneros que anteriormente estaban limitados a la radio pública.

Tiziano Bonini describe a los podcasters como los herederos del espíritu libre de los creadores de la radio pirata independiente (Bonini, 2015). Cuando comparamos la ‘gran ola’ de radio pirata en Polonia desde principios de la década de 1990 (Doliwa, 2022) con las iniciativas discutidas en este artículo (dos emisoras de radio online y el podcast *Raport o stanie świata*) podemos encontrar muchas similitudes. Lo que vale la pena destacar, en particular, es el entusiasmo único que acompaña a tales iniciativas tanto por parte de los creadores como de los oyentes, quienes, como en la década de 1990, están dispuestos a apoyar los proyectos económicamente.

7.3. Comunicación horizontal

Uno de los aspectos de comunicación que une a las tres iniciativas es la fuerte relación con el público en general y con los patrocinadores en particular. Al describir el proyecto, sus creadores suelen utilizar términos como ‘nuestro podcast’ y ‘nuestra estación’, lo que convierte a los seguidores en una parte importante de estas iniciativas. Por ejemplo, el autor del podcast *Raport o stanie świata*, Dariusz Rosiak, lo llama en el sitio web oficial,

“un hogar para miles de oyentes que quieren conocer el mundo en toda su riqueza, un mundo complejo pero fascinante, ambiguo e inspirador” (*Raport o stanie świata*, 2022).

Los creadores de las tres iniciativas se sienten responsables ante los oyentes y patrocinadores y todos ellos comunican la importancia de esta relación e involucran a la audiencia en varias iniciativas. Estas no son solo conciertos en vivo y transmisiones desde lugares públicos (que durante la pandemia tuvieron que ser limitados), sino también plataformas especiales que pueden usarse como un canal de comunicación bidireccional, por ejemplo, grupos cerrados de *Facebook* para patrocinadores. También se utilizan formas de comunicación ‘antiguas’, por ejemplo, para la *Polish TOP Radio 357* (la lista de las mejores canciones del mundo publicada desde la época en que la mayoría de los periodistas de *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* trabajaban en *Tercer Canal de la Polskie Radio*) se recibieron más de 9.000 tarjetas postales con sugerencias de canciones. Hacer de los patrocinadores el elemento indispensable del proyecto también aporta a nivel simbólico. Por ejemplo, *Radio 357*, al preparar un videoclip para una canción grabada especialmente para el primer aniversario de la emisora, decidió utilizar no solo los rostros de los presentadores populares de la emisora, sino también los enviados por los patrocinadores (Ørganek; Komoszyńska, 2022).

La estrecha relación entre los emisores y los oyentes también se puede informar desde la perspectiva de la audiencia. Un ejemplo puede ser una declaración proveniente de una de las entrevistas con los patrocinadores que apoyan económicamente a *Raport o stanie świata*. Como admite uno de ellos, Maciej Adamczyk,

“He establecido una relación con los autores. Es una forma de cercanía o familiaridad, los oyentes están más cerca de los emisores” (Doliwa et al., 2022).

Se compartieron opiniones similares durante las emisiones de invitaciones o llamadas de aniversario en *Radio Nowy Świat* y *Radio 357*.

“*Radio 357* trabaja en colaboración con sus oyentes y, por lo tanto, es un medio verdaderamente independiente que puede hacer lo que quiera con los oyentes, los cuales realmente co-crean esta radio. Feliz cumpleaños” (Marcin; *Radio 357*, 2022).

“Ambas emisoras no renuncian a contenidos de alta calidad y costosa producción, como producciones especializadas y documentales de radio, así como radioteatro, géneros que antes estaban limitados a la radio pública”

“Lo que vale la pena destacar es el entusiasmo único que acompaña a tales iniciativas, tanto de los creadores como de los oyentes, quienes, como en la década de 1990, están dispuestos a apoyarlas”

“Soy patrocinador desde el principio, tan pronto como me enteré de que el canal comenzaría. Esta noticia me conmovió mucho. Después de realizar los trámites y unirnos al grupo de patronos, solo nos quedó esperar, porque esperé junto con mi esposa, y de hecho toda la familia. Esta espera, era como la de un niño esperando que llegara la Navidad, mirabas el calendario, ¿ya está? Oh no, todavía no (...). Así que esperamos hasta que finalmente despegó. Fue una gran emoción” (Mariusz; *Radio Nowy Świat*, 2021a).

“*Raport o stanie świata, Radio Nowy Świat y Radio 357*, a pesar de haber sido iniciadas por profesionales, comparten algunas de las características de los medios alternativos en los tres aspectos descritos por Hackett y Carroll. Demostraron que es posible recaudar dinero para este tipo de proyectos entre los oyentes y renunciar a la publicidad”

Los oyentes tampoco dudan en dar algunos consejos a la emisora por correo electrónico, redes sociales o llamadas telefónicas, como Dawid, que llamó a la emisora durante la emisión del aniversario.

“Un pequeño comentario organizacional. Es muy importante responder a los correos electrónicos de los oyentes” (Dawid; *Radio 357*, 2022).

También están involucrados en la organización de algunos eventos de radio, como la reunión de aniversario de los patrocinadores y los periodistas de *Radio Nowy Świat* en *Przypki* (*Radio Nowy Świat*, 2021a).

Las emisoras se sienten responsables ante los oyentes y tratan de ser lo más transparentes posible en su funcionamiento. Esto se puede ilustrar con la declaración de la editora jefe Magdalena Jethon de *Radio Nowy Świat*, quien, en la transmisión del primer aniversario, presentó una breve descripción de cómo se gasta el dinero de los patrocinadores y anunció la fecha en que se publicará el informe detallado oficial sobre las finanzas (*Radio Nowy Świat*, 2021b).

Además, las iniciativas de las radios analizadas parecen tener un modelo de funcionamiento más democrático. Esto es particularmente visible en *Radio 357*, que tiene una forma de sociedad limitada basada en una cooperativa de empleados y dos personalidades destacadas detrás de esta iniciativa: Kuba Strzyczkowski y Marek Niedźwiecki, y la Junta, que es responsable del cumplimiento de los objetivos acordados con los patrocinadores. Como subraya Tomasz Michniewicz, uno de los creadores de *Radio 357*, esta es una estructura mucho más democrática y transparente que en una estación de radio típica.

“Hemos elegido esta forma porque es la más cercana a nosotros. Hace cumplir el consenso, no existe un gobierno corporativo prescriptivo y jerárquico. Ya hemos trabajado en una estructura de este tipo. Ahora queremos construir un lugar que todos albergaremos. Esto no quiere decir que todos los asuntos serán decididos por todos, pero el punto es acordar las direcciones y la estrategia, elegirla con el voto de la mayoría” (Kozielski, 2021).

Radio Nowy Świat también tiene una forma legal de sociedad de responsabilidad limitada, pero las acciones están en manos de los periodistas y personas más importantes involucradas en hacer posible el proyecto.

Cabe destacar que los periodistas tienen la sensación de que es “su” radio, lo que puede ilustrarse con una declaración de uno de los principales periodistas de *Radio 357* durante la transmisión del aniversario.

“Recuerdo la entrega de los equipos, cuando todos admiraban la primera consola, los micrófonos que venían en paquetes tan grandes. Al desenvolver, nos sentimos un poco como niños con regalos de Navidad. Arreglamos el calendario, ideamos nuevos títulos de programas, poniendo atención a lo que cuestan porque sabíamos que no podíamos pagar todo” (Strzyczkowski; *Radio 357*, 2022).

Especialmente en la fase inicial de la creación de la radio, los periodistas tuvieron que involucrarse en actividades que no son típicas de ellos, como planificar el presupuesto y asegurar los aspectos técnicos y legales. Estaban felices haciendo eso porque tenían la sensación de que estaban participando en algo importante, en lo que tenían una influencia.

8. Conclusión

Las tres iniciativas, *Raport o stanie świata, Radio Nowy Świat y Radio 357*, a pesar de haber sido iniciadas por profesionales, comparten algunas de las características de los medios alternativos en los tres aspectos descritos por Hackett y Carroll (2006). Demostraron que lo que hasta ese momento parecía improbable era, de hecho, posible. Por ejemplo, demostraron que es posible recaudar dinero para este tipo de iniciativas entre los oyentes y renunciar a la publicidad. El modelo de financiación de estos proyectos es completamente diferente a lo que se conocía antes, sobre todo si tenemos en cuenta la escala de estas iniciativas y el número de oyentes y patrocinadores que las apoyan.

También demostraron que la falta de licencia oficial y la difusión del programa solo por Internet ya no es problema. Las dos emisoras analizadas cambiaron las reglas del juego en lo que respecta a escuchar la radio a través de Internet y desempeñaron un papel similar en Polonia, al popularizar esta forma de escuchar contenido de audio,

“Estos dos cimientos —el sistema de financiación e Internet— hacen que estos proyectos sean resistentes no solo a la presión gubernamental, sino también a la empresarial”

al que *Serial* realizó en Estados Unidos al popularizar el podcasting (Spinelli; Dann, 2019). Los polacos de diferentes edades demostraron que estaban listos para escuchar *Radio Nowy Świat* o *Radio 357* a diario, no solo a través de ordenadores y teléfonos móviles, sino también comprando nuevos receptores de radio por Internet.

Las radios analizadas parecen tener un modelo más democrático de funcionamiento

Las iniciativas analizadas también demostraron que podían ofrecer programas de alta calidad (la calidad, por ejemplo, fue confirmada por los premios y nominaciones ganados por los periodistas de *Raport o stanie świata*, *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* en *Grand Press 2020* y *2021*) por mucho menos dinero que una emisora pública. Teniendo en cuenta el hecho de que, como declaró el editor jefe de *Radio Nowy Świat*, la estación cuesta alrededor de 6 millones de PLN (1,260,000 €) por año (*Nowy Świat*, 2021b), la suma es varias veces menor que la gastada en *Tercer Canal* de la *Polskie Radio*, que en 2020 recibió un apoyo público de más de 45 millones de PLN (9,450,000 €) (KRRiT, 2021), además, la emisora puede contar con dinero adicional por publicidad.

A la luz de este hecho, una especie de paradoja es también la popularidad de *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* frente a la audiencia del *Tercer Canal* de la *Polskie Radio*. Por supuesto, existen diferencias importantes en la metodología de la investigación en el caso de la radio FM y la radio por Internet, lo que dificulta mucho la comparación. Sin embargo, la audiencia de la emisora del *Tercer Canal* descendió al nivel más bajo de su historia (menos del 2% de polacos entre 15 y 75 años, lo que significa que el número de oyentes oscila en torno al medio millón de polacos (Kurdupski, 2021), mientras que en diciembre de 2021, el contenido de *Radio Nowy Świat* y *Radio 357* fue descargado por un total de 1,3 millones de direcciones IP (Ram, 2022).

9. Notas

1. El caso del canal de noticias de televisión líder en Polonia *TVN24*, que iba a ser eliminado del mercado por cambios en la *Ley de Radiodifusión* que habrían obligado a los dueños de la empresa *TVN-Discovery group* a vender sus acciones por ser el capital de este emprendimiento de origen estadounidense, puede servir como ejemplo: en diciembre de 2021 esa enmienda a la *Ley de Radiodifusión* fue vetada por el presidente.

2. El *Consejo Nacional de Radiodifusión* es el regulador del mercado de los medios de difusión, cuyos miembros son designados por el Presidente, el *SEJM* y el *Senat* (cámara baja y cámara alta, respectivamente, del *Parlamento Polaco*), y cuya autonomía de los cambios en el gobierno están en cierta medida asegurados por la regla de que cada dos años sólo puede ser reemplazado un tercio del *Consejo*, lo que imposibilita los cambios inmediatos en la Junta de los medios de servicio público.

10. Referencias

- Antony Mary-Grace; Thomas Ryan J. (2010). "‘This is citizen journalism at its finest’: YouTube and the public sphere in the Oscar Grant shooting incident". *New media & society*, v. 12, n. 8, pp. 1280-1296.
<https://doi.org/10.1177/1461444810362492>
- Atton, Chris (2002). *Alternative media*. London: Sage. ISBN: 978 0 7619 6770 5
- Atton, Chris; Hamilton, James F. (2008). *Alternative journalism*. London: Sage. ISBN: 978 1 412947039
- Aufderheide, Patricia; Lieberman, David; Alkhalouf, Atika; Ugboma, Jiji-Majiri (2020). "Podcasting as public media: The future of US news, public affairs, and educational podcasts". *International journal of communication*, v. 14, pp. 1683-1704.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13548>
- Bajomi-Lazar, Peter (2017). "Particularistic and universalistic media policies: Inequalities in the media in Hungary". *Javnost - the public*, v. 24, n. 2, pp. 162-172.
<https://10.1080/13183222.2017.1288781>
- Batorski, Dominik; Grzywińska, Ilona (2018). "Three dimensions of the public sphere on Facebook". *Information, communication & society*, v. 21, n. 3, pp. 356-374.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1281329>
- Berry, Richard (2016). "Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium". *Convergence*, v. 22, n. 6, pp. 661-671.
<https://doi.org/10.1177/1354856516632105>
- Black, David A. (2001). "Internet radio: A case study in medium specificity". *Media, culture & society*, v. 23, n. 3, pp. 397-408.
<https://doi.org/10.1177/016344301023003007>
- Bochyńska, Nikola (2020a). *Dariusz Rosiak odchodzi z Polskiego Radia*, January 15.
<https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/dariusz-rosiak-odchodzi-z-trojki-nieprzedluzenie-umowy-raport-o-stanie-swiatea-dlaczego-opinie-kariera>

- Bochyńska, Nikola** (2020b). *Radio 'Nowy Świat' ma już 500 tys. zł i dwa studia. Do zespołu szuka młodych talentów*, May 15.
<https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/radio-nowy-swiat-dwa-studia-zespol-mlode-talenty-poszukiwania-kiedy-start>
- Bognar, Bulcsu; Pázmány, Péter** (2018). "A culture of resistance: Mass media and its social perception in Central and Eastern Europe". *Polish sociological review*, n. 2, pp. 225-242.
<https://doi.org/0.26412/psr202.05>
- Bonini, Tiziano** (2015). "The 'second age' of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium". *Quaderns del CAC*, v. 41, n. 18, pp. 21-30.
https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_EN_0.pdf
- Bottomley, Andrew J.** (2016). *Internet radio: A history of a medium in transition*. PhD. Madison: The University of Wisconsin-Madison.
<https://search.library.wisc.edu/catalog/9912282134002121>
- Curran, James; Seton, Jean** (1997). *Power without responsibility: The press and broadcasting in Britain*. London, New York: Routledge. ISBN: 978 0 415114073
- Curry, Jane** (2006). "Transformacja mediów w Europie Środkowo-Wschodniej: komplikacje wolności dla każdego" [Media transformation in Central and Eastern Europe: The complications in freedom for everyone]. In: Dobek-Ostrowska, Bogusława. *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych* [Mass media in democratizing political systems], Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, pp. 90-114. ISBN: 83 229 2697 9
- Dahlgren, Peter** (2005). "The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation". *Political communication*, v. 22, n. 2, pp. 147-162.
<https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Dobek-Ostrowska, Bogusława** (2002). "Przejście do demokracji a transformacja systemów medialnych w Europie Środkowo-Wschodniej". [The transition to democracy and the transformation of media systems in Central and Eastern Europe]. In: Dobek-Ostrowska, Bogusława. *Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 roku*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, pp. 13-33. ISBN: 83 229 2231 0
- Doliwa, Urszula** (2022). *Pirate waves: Polish private radio broadcasting in the period of transformation 1989-1995*. Berlin: Peter Lang. ISBN: 978 3 631817001
- Doliwa, Urszula; Szydłowska, Magdalena; Szczepańska Paulina; Stachowicz Ada; Kaźmierczak, Piotr** (2022). "Crowdfunding jako metoda finansowania podcastów - analiza motywacji patronów wspierających 'Raport o stanie świata'". [Crowdfunding as a method of financing podcasts - analysis of the motivation of patrons supporting 'Raport o stanie świata']. *Media - biznes - kultura*, v. 12, n. 1, pp. 125-141.
<https://doi.org/10.4467/25442554.MBK.22.008.16153>
- EIU** (2020). *Democracy index 2019*.
<http://www.eiu.com/topic/democracy-index>
- Etling, Bruce; Roberts, Hal; Faris, Rob** (2014). *Blogs as an alternative public sphere: The role of blogs, mainstream media, and TV in Russia's media ecology*. Cambridge: Berkman Center for Internet and Society.
<https://ssrn.com/abstract=2427932>
- Frary, Mark** (2017). "Power to the podcast: Podcasting is bringing a whole new audience to radio and giving investigative journalism a boost. Plus, our handy guide to making your own podcasts". *Index on censorship*, v. 46, n. 3, pp. 24-27.
<https://doi.org/10.1177/0306422017730789>
- Gordon, Janey** (2012). *Community radio in the twenty first century*. Oxford: Peter Lang. ISBN: 3034307284
- Gutowski, Marcin** (2012). *Trójka z dżemem: palce lizać* [The Third Channel with jam: lick your fingers]. Krakow: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak. ISBN: 978 83 24022021
- Habermas, Jürgen** (1989). *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: The MIT Press. ISBN: 0 262 08180 6
- Hackett, Robert A.; Carroll, William K.** (2006). *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. New York, London: Routledge. ISBN: 0415394694
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo** (2012). "Comparing media systems between Eastern and Western Europe". In: Gross, Peter; Jakubowicz, Karol. *Media transformations in the Post-Communist world: Eastern Europe's tortured path to change*. Maryland: Rowman & Littlefield, pp. 15-32. ISBN: 978 0 7391 7494 4
- Harte, David; Howells, Rachel; Williams, Andy** (2019). *Hyperlocal journalism: the decline of local newspapers and the rise of online community news*. London: Routledge. ISBN: 978 1 138674547

- Howley, Kevin** (2005). *Community media: people, places, and communication technologies*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978 0 521796682
- Ingram, David; Bar-Tura, Asaf** (2014). "The public sphere as site of emancipation and enlightenment: a discourse theoretic critique of digital communication". In: Boros, Diana; Glass, James M. *Re-imagining public space: the Frankfurt school in the 21st century*. New York: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 1 349 48052 4
- Jakubowicz, Karol** (2001). "The genie is out of the bottle". In: Giles, Robert; Snyder, Robert W.; DeLisle, Lisa. *Reporting the Post-Communist revolution*. New Jersey: Transaction Publisher. ISBN: 978 1 351307369
- Jakubowicz, Karol; Sükösd, Miklos** (2008). "Twelve concepts regarding media system evolution and democratization in post-communist societies". In: Jakubowicz, Karol; Sükösd, Miklos. *Finding the right place on the map. Central and Eastern European media change in a global perspective*. Bristol: Intellect Books, pp. 9-41. ISBN: 978 1 841501932
- Jędrzejewski, Stanisław** (2021). "The media in Poland: Five years after the breakdown". *Academia letters*, Article 3941. <https://doi.org/10.20935/AL3941>
- Jk** (2022). *Radio 357 nadaje już rok: klip ze słuchaczami, 'Dobrze się słyszeć!' nowym hasłem*, January 7. <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/radio-357-haslo-urodziny-jak-odbierac-the-new-years>
- Karolewski, Ireneusz P.; Benedikter, Roland** (2016). *Poland is not Hungary*, September 21. <https://www.foreignaffairs.com/articles/central-europe/2016-09-21/poland-not-hungary>
- Kling, Rob** (1996). *Computerization and controversy, 2nd ed.: value conflicts and social choices*. London: Morgan Kaufmann. ISBN: 978 0 124150409
- Kozielski, Maciej** (2020). *Radio 357 przedstawiło strukturę. 'Bez hierarchicznego, korporacyjnego ładu'*, October 22. https://www.press.pl/tresc/63654,radio-357-przedstawilo-strukture_-_bez-hierarchicznego_-korporacyjnego-ladu_
- KRRiT** (2021). *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2020 roku*. <https://www.gov.pl/web/krrit/sprawozdanie-i-informacja-z-dzialalnosci-w-2020-roku>
- Kurdupski, Michał** (2021). *Słuchalność Trójki w ciągu 5 lat spadła z 8 proc. do 2 proc. 'Moment krytyczny w kilkudziesięcioletniej historii rozgłośni'*, October 31. <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/sluchalnosc-trojka-w-ciagu-5-lat-spadla-z-8-proc-do-2-proc-moment-krytyczny-w-kilkudziesiecioletniej-historii-rozglosni>
- Luce, Ann; Jackson, Daniel; Thorsen, Einar** (2017). "Citizen journalism at the margins". *Journalism practice*, v. 11, n. 2-3, pp. 266-284. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1222883>
- Metzgar, Emily T.; Kurpius, David D.; Rowley, Karen M.** (2011). "Defining hyperlocal media: proposing a framework for discussion". *New media & society*, v. 13, n. 5, pp. 772-787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>
- Morozov, Evgeny** (2011). *The net delusion: How not to liberate the world*. London: Penguin UK. ISBN: 1610391063
- O'Donnell, Susan** (2001). "Analysing the Internet and the public sphere: The case of Womenslink". *Javnost - the public*, v. 8, n. 1, pp. 39-58. <https://doi.org/10.1080/13183222.2001.11008764>
- Ociepka, Beata** (2003). *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowo-Wschodniej [Who is TV for? The public model in post-communist Central and Eastern Europe]*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. ISBN: 978 83 22923214
- Oleszkowicz, Magdalena** (2012). "Public media in Poland". In: Pokorna-Ignatowicz, Katarzyna. *The Polish media system*. Krakow: Krakow Society for Education: AFM Publishing House, pp. 111-120. ISBN: 978 83 7571 217 9
- Œrganek; Bela Komoszyńska** (2022). 'A jednak cud' - *The new years 2022 feat*, January 5. https://www.youtube.com/watch?v=g_MrhBbNvg&t=13s
- Papacharissi, Zizi** (2002). "The virtual sphere: the internet as a public sphere". *New media & society*, v. 4, n. 1, pp. 9-27. <https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
- Polish Parliament** (2015). "Broadcasting act of 29 December 1992, amended 30 December 2015". *Journal of laws* 2016, item1531.
- Polish Parliament** (2016). Act of 22 June 2016 about the National Media Council. <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu20160000929>
- Press** (2021). *Dariusz Rosiak Dziennikarzem Roku 2020*. <https://grandpress.press.pl/archiwum/grand-press-2020/dariusz-rosiak-dziennikarzem-roku-2020>

- Radio 357 (2022). *Anniversary broadcast: 'Co państwo na to' from 12 am*, January 5.
- Radio Nowy Świat (2021a). *Anniversary broadcast: 'Popołudniowa audycja wyjazdowa' from 4 pm*. July 9.
- Radio Nowy Świat (2021b). *Anniversary broadcast: 'Mija rok od rozpoczęcia zbiórki. Świątujemy Dzień Patronów'*, April 16.
<https://nowywiat.online/mija-rok-od-rozpozecia-zbiorki-swietujemy-dzien-patronow>
- Ram (2022). Radio Nowy Świat i Radio 357 podsumowują ostatni rok i snują plany na przyszłość, January 18.
<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/radio-nowy-swiat-radio-357-liczba-sluchaczy-popularne-audycje-plany-na-2022-rok>
- Raport o stanie świata (2020). *Raport o stanie świata Dariusza Rosiaka*.
https://www.facebook.com/raportostanie/about/?ref=page_
- Raport o stanie świata (2022). *Raport o stanie świata Dariusza Rosiaka*.
<https://raportostanieswiata.pl>
- Scolari, Carlos A.** (2018). "Transmedia literacy: rethinking media literacy in the new media ecology". In: Matthew Freeman, Renira Rampazzo Gambarato. *The Routledge companion to transmedia studies*. New York: Routledge, pp. 323-331. ISBN: 978 1 351054904
- Sekloča, Peter** (2019). The centre and the periphery: productivity and the global networked public sphere. *TripleC*, v. 17, n. 1.
<https://doi.org/10.31269/triplec.v17i1.1062>
- Sinica* (2018). *Sinica*.
<https://www.chinafile.com/library/sinica-podcast>
- Sparks, Colin; Reading, Anna** (1998). *Communism, Capitalism and the mass media*. London: Sage. ISBN: 978 1 446224830
- Spinelli, Martin; Dann, Lance** (2019). *Podcasting. The audio media revolution*. New York, London: Bloomsbury. ISBN: 978 1 501328688
- Splichal, Slavko** (1994). *Media beyond socialism: theory and practice in East-Central Europe*. Boulder: Westview Press. ISBN: 978 0 367157647
- Vasquez, Vivian-Maria** (2013). "Analyzing digital texts as literacy artifacts". In: Peggy Albers; Teri Holbrook; Amy Flint. *New methods of literacy research*. New York: Routledge, pp. 238-242. ISBN: 978 0 415624435
- Williams, Kevin** (2008). *Media w Europie [Media in Europe]*. Warsaw: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. ISBN: 978 83 60807 46 0
- World Press Freedom Index* (2021). *World Press Freedom Index*.
<https://rsf.org/en/ranking/2021>
- Żuk, Piotr** (2020). "One leader, one party, one truth: public television under the rule of the populist right in Poland in the pre-election period in 2019". *Javnost - the public*, v. 27, n. 3, pp. 287-307.
<https://doi.org/10.1080/13183222.2020.1794413>

	http://www.profesionaldelainformacion.com	Bienvenido a EPI Revista científica internacional
e-ISSN: 1699-2407 https://doi.org/10.3145/EPI		Factor de impacto JCR: JIF 2021=3,596
Revista internacional de Información y Comunicación indexada por WoS Social Sciences Citation Index (Q2), Scopus (Q1) y otras bases de datos		Scopus/SCImago Journal Rank: SJR 2021=0,831