

La comunicación desde abajo

Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España



COMUNICACIÓN

**Alejandro Barranquero
y Chiara Sáez Baeza (coords.)**

gedisa
editorial

La comunicación desde abajo

Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España



COMUNICACIÓN

**Alejandro Barranquero
y Chiara Sáez Baeza (coords.)**

gedisa
editorial

Alejandro Barranquero
y Chiara Sáez Baeza (*coords.*)

LA COMUNICACIÓN DESDE ABAJO

Historia, sentidos y prácticas de la comunicación
alternativa en España

C O M U N I C A C I Ó N

C O M U N I C A C I Ó N

- Itinerarios y formas del ensayo audiovisual*** NORBERTO MÍNGUEZ (ED.)
- Narrativas transmediales*** DOMINGO SÁNCHEZ-MESA (ED.)
La metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales
- Comunicar y educar en el mundo que viene*** ROBERTO APARICI Y DAVID GARCÍA MARÍN
- La divulgación científica*** AGUSTÍN VIVAS MORENO, DANIEL MARTÍN PENA Y
Estructuras y prácticas en las universidades MACARENA PAREJO CUÉLLAR
- La radio universitaria*** AGUSTÍN VIVAS MORENO, DANIEL MARTÍN PENA Y
Gestión de la información, análisis y modelos de organización MACARENA PAREJO CUÉLLAR
- Entre selfies y whatsapps*** MIGUEL ÁNGEL CASADO, ESTEFANÍA JIMÉNEZ Y
Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada MAIALEN GARMENDIA
- Tendencias en comunicación*** RAMÓN ZALLO ELGEZABAL
Cultura digital y poder
- Serious Games for Health*** YURI QUINTANA Y ÓSCAR GARCÍA
Mejora tu salud jugando
- La educación mediática en la universidad española*** JOAN FERRÉS PRATS Y MARIA-JOSE MASANET (EDS.)
- Niños y jóvenes ante las redes y pantallas*** M.^a AMOR PÉREZ-RODRÍGUEZ, ÁGUEDA DELGADO-PONCE, ROSA GARCÍA-RUIZ Y M.^a CARMEN CALDEIRO
- Cultura Transmedia*** HENRY JENKINS, SAM FORD Y JOSHUA GREEN
- Periodismo y nuevos medios*** SANTIAGO MARTÍNEZ ARIAS Y JOAQUÍN SOTELO
Perspectivas y retos GONZÁLEZ
- La construcción de personajes audiovisuales*** JOSÉ LUIS VALHONDO CREGO Y AGUSTÍN VIVAS MORENO
Habilidades informativas
- Mediaciones ubicuas*** JUAN MIGUEL AGUADO
Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público
- La comunicación audiovisual en tiempos de pandemia*** ENRIQUE BUSTAMANTE, MIQUEL FRANCÉS Y GUILLERMO OROZCO (COORDS.)

LA COMUNICACIÓN DESDE ABAJO

Historia, sentidos y prácticas de la
comunicación alternativa en España

Alejandro Barranquero
y Chiara Sáez Baeza (*coords.*)

La colección «Readers» de AE-IC-GEDISA ha sido seleccionada en sus tres primeros números de propuesta pública por un Comité Editorial compuesto por destacados autores españoles y extranjeros en comunicación que, asimismo, han comprobado la fidelidad y calidad de sus contenidos. La Asociación quiere agradecer la labor de estos colegas, haciendo constar sus nombres y centros académicos:

Dr. Martín A. Becerra (Universidad de Quilmes, Argentina)

Dra. Delia María Covi (Universidad Autónoma de México)

Dra. Margarita Ledo (Universidad De Santiago de Compostela)

Dr. Miquel de Moragas (Universidad Autónoma de Barcelona)

Dra. Cristina Peñarín (Universidad Complutense de Madrid)

Dr. Giuseppe Richeri (Universidad de Lugano, Suiza)

Dr. Ramón Zallo (Universidad del País Vasco)

gedisa
editorial

© Alejandro Barranquero y Chiara Sáez Baeza (*coords.*)

© Ilustración de cubierta: Antonio Santana

Cubierta: Juan Pablo Venditti

Primera edición: julio 2021

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano

© Editorial Gedisa, S.A.

www.gedisa.com

Con la colaboración de:

AEIC

Asociación Española de Investigación de la Comunicación

<http://ae-ic.org/>

info@ae-ic.org

Preimpresión: Fotocomposición gama, sl

ISBN: 978-84-18525-46-9

Queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión, en forma idéntica, extractada o modificada, en castellano o en cualquier otro idioma.

Índice

Prólogo. Medios comunitarios y políticas de comunicación

1. Las primeras iniciativas y la aportación académica
2. Proyectos editoriales y asociaciones académicas
3. Sobre la tipología de la comunicación comunitaria
4. Diversidad de fenómenos y multiplicación de denominaciones
5. De la tipología a la definición
6. Los medios comunitarios y la nueva ecología de la comunicación
7. Recuperar críticamente el optimismo inicial
8. Vigencia de las políticas de comunicación en la era big data

Referencias

Una comunicación desde abajo. Introducción al volumen

Referencias

1. Genealogía conceptual de la comunicación alternativa en el debate internacional comparado

Introducción

1. La comunicación alternativa y el campo de la comunicación
2. Conceptos clave para la comprensión de la comunicación alternativa
3. Herramientas auxiliares para la problematización de la alternatividad
4. El carácter situado de la conceptualización
5. Neosemánticas de la alternatividad
6. Parientes conceptuales

7. La especificidad euromediterránea

Conclusiones

Referencias

2. Libres y comunitarias. Medio siglo de radio alternativa en España (1976-2020)

Introducción

1. Las décadas de 1970 y 1980: eclosión del movimiento de las radios libres en España
2. Los años noventa y los primeros 2000: el resurgimiento de las radios libres y comunitarias
3. Segunda mitad de la década de los 2000: organización y avances por la legalización
4. Del 15M a la pandemia de la COVID-19: perspectivas para el futuro

Referencias

Fuentes legales

3. El audiovisual alternativo. Videoactivismo, televisiones alternativas y cine comunitario y participativo en España

Introducción

1. Conceptualización
2. Las experiencias pioneras y el audiovisual en la transición a la democracia
3. La crisis del cine militante y el desarrollo de las televisiones locales
4. El auge del videoactivismo, vídeo participativo y la desregularización de la televisión comunitaria
5. La canalización del descontento social a partir de las telestreet y las primeras experiencias de vídeo participativo
6. Nuevos escenarios tras el 15M

Conclusiones

Referencias

4. El legado de la cultura hacker en los movimientos y medios ciudadanos españoles

Introducción

1. Conceptos clave y propuesta teórica
2. Una mirada histórica al uso sociotécnico de las TIC
 - 2.1. Los albores de internet
 - 2.2. Los convulsos años noventa
 - 2.3. El nuevo siglo y la Web 2.0

Conclusiones

Referencias

5. Regulación y políticas para la comunicación alternativa en España: una evaluación crítica

Introducción

1. Políticas de comunicación en Europa y América Latina
 - 1.1. Aproximación histórica a las políticas de comunicación en el contexto de la Unión Europea
 - 1.2. Políticas de comunicación y medios alternativos en Europa
 - 1.3. Políticas de comunicación en América Latina y radiodifusión comunitaria
2. Políticas de comunicación en España
 - 2.1. El marco regulatorio español
 - 2.2. Medios audiovisuales: de la exclusión al incumplimiento
3. Medios impresos y digitales: de la marginalidad al naufragio en la red
 - 3.1. Medios impresos: de la censura a la ausencia de políticas públicas
 - 3.2. Medios digitales, náufragos en la red

Conclusiones y recomendaciones

Referencias

Fuentes legales

6. Participación, sostenibilidad y redes del tercer sector de la comunicación

Introducción

1. Comunicación y participación. Una relación política
2. Comunicación y sostenibilidad. Autonomía frente al entorno
3. El tercer sector de la comunicación en España desde su trabajo en red
 - 3.1. Primeras redes, desarrollo de una propuesta político-comunicacional
 - 3.2. Hacia unas redes de colaboración operativa
 - 3.3. Ahondando en la sostenibilidad ante nuevos retos y amenazas

Conclusiones

Referencias

7. La formación en comunicación y cambio social en España: medios comunitarios, universidades y tercer sector

Introducción

1. La formación en el ámbito de los medios comunitarios y educativos
2. La comunicación alternativa y para el cambio social en la universidad española
3. La formación en comunicación desde ONG y tercer sector

Conclusiones

Referencias

Sobre los autores

Prólogo. Medios comunitarios y políticas de comunicación

Miquel de Moragas Spà
(*Universitat Autònoma de Barcelona*)

Este libro está dedicado a poner de relieve un importante sector de la comunicación (que inicialmente podemos denominar comunitaria y/o alternativa) que sigue ocupando un lugar estratégico en las políticas de comunicación, aunque siempre tratando de evitar el eclipse que le proyectan los grandes *mass media* y las nuevas plataformas de información y entretenimiento. No podemos afirmar, sin embargo, que se trate de un sector ignorado por la práctica académica —este libro es una prueba más de ello—, porque desde los años sesenta del pasado siglo XX han sido numerosos los estudios dedicados a la tipología (ecología) y las funciones de estos medios (Sáez y Barranquero, capítulo 1).

1. Las primeras iniciativas y la aportación académica

La participación académica en el debate sobre medios comunitarios es anterior a la etapa fundacional de las políticas nacionales de comunicación y a las primeras propuestas de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) de los años setenta (Sáez y Barranquero, capítulo 1). En América Latina algunas experiencias de comunicación alternativa, con el apoyo a veces de investigaciones académicas, se convirtieron en referentes históricos globales. Es el caso de las «radios mineras» en Bolivia en los años cincuenta y sesenta. Luego vendrían las radios populares como alternativas a las radios de propaganda para el desarrollo, y la fundación, en

1972, de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) (Bergés y Ramos, capítulo 6).

En Europa, los medios «alternativos» tomaron impulso en el contexto de los movimientos de mayo de 1968, con la comunicación urbana de las primeras radios libres, entre las que se pueden destacar las pioneras *Radio Alice* de Bolonia, creada en 1976 y *Ona Lliure* de Barcelona, creada en 1979, ya en época democrática. Se trataba de fenómenos urbanos de inspiración libertaria, y asociados a movimientos sociales con voluntad de comunicación alternativa a los grandes medios (Pérez y Reguero, capítulo 2). En todo caso, cabe señalar que España constituye un caso aparte, puesto que los primeros medios «alternativos» fueron los medios «clandestinos» (prensa de ciclostil, cine militante, octavillas), perseguidos por la dictadura de Franco con doble pena de cárcel por propaganda y pertenencia a organizaciones ilegales. La principal finalidad de la comunicación clandestina era dar señales de vida de la oposición, hacer circular noticias prohibidas por la censura y dar soporte a convocatorias de movilización (Vilar y Muñoz, capítulo 3).

La actividad académica acompañó desde un principio a estos movimientos. En 1978, una sección de la Asociación Sociológica Internacional (ISA), liderada por Edgar Morin y José Vidal Beneyto, se propuso organizar un primer simposio internacional sobre «Alternativas populares a los medios de comunicación» que, finalmente, con los auspicios de la Facultad de Ciencias de la Información de la UAB, se celebró aquel mismo año en Salou (Tarragona). Participaron destacados investigadores internacionales, algunos profesionales de la comunicación y el espectáculo, así como una amplia delegación de profesores y profesoras de las Facultades de Ciencias de la Información de la UAB y de la Complutense.

Aquel simposio, sin olvidar los medios informativos, también consideraba el valor político del cine, el vídeo, los espectáculos, las fiestas y los rituales populares, con unas ponencias recopiladas en un libro emblemático: *Alternativas populares a las comunicaciones de masas* (Vidal Beneyto, 1979). Aquel congreso concluyó con la propuesta (entrevista en *La Vanguardia* de 26 de mayo de 1978) de que las Facultades de Ciencias de la Información también debían estar al servicio de esta alternativa

comunicativa y no únicamente, de la «gran» comunicación. En paralelo a lo que sucedía en Europa, las dos últimas décadas del siglo XX coincidían con el desarrollo en América Latina de estudios sobre comunicación y culturas populares, con una peculiar visión que ha quedado sintetizada en la fórmula de Martín Barbero (1978) «de los medios a las mediaciones», donde lo comunitario y alternativo deja de ser un caso aparte para formar parte del núcleo de los estudios de comunicación.

2. Proyectos editoriales y asociaciones académicas

A finales de siglo surgen diversas iniciativas editoriales —ahora también desde Norteamérica— que recopilan experiencias internacionales de comunicación comunitaria, facilitando así los estudios comparados y, por tanto, la teoría sobre estos medios (Sáez y Barranquero, capítulo 1). Se trata de trabajos que dejan testimonio de experiencias diversas, consideradas como ejemplos locales de interés mundial, desde la comunicación indígena a la prensa satírica europea, o desde las radios libres a las radios educativas (Rodríguez, 2001; Gumucio y Tufte, 2006; Downing, 2010). Paralelamente, aparecen los primeros grupos de trabajo y asociaciones de investigación dedicadas al intercambio de conocimientos y a difundir el valor democrático de estas experiencias. Algunos ejemplos:

- En 1985 la IAMCR/AIERI creó el grupo de trabajo «Participatory communication research» que se convertiría en sección propia en 1994. En el congreso de 2002 en Barcelona se inauguraría una nueva sección con el título de «Community communication», que en 2017 cambiaría de nombre para denominarse «Community communication and alternative media».
- En 2001 se constituye la red académica internacional «OurMedia/NuestrosMedios», una denominación que coincide con un libro de uno de los pioneros de la economía política de la comunicación, Robert McChesney (Nichols y McChesney, 2002).

- En 2015 la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) crea un nuevo grupo de trabajo con la denominación de «comunicación y ciudadanía».
- En 2016 se constituye la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) que se propone promover iniciativas e investigaciones a favor de la comunicación del tercer sector, y está conformada por expertos y expertas y profesionales del sector.

No puede afirmarse, exactamente, que esta temática haya sido ignorada por la investigación académica. Lo que más bien ha sucedido es que los responsables de las políticas de comunicación han sido reticentes a seguir las recomendaciones académicas al respecto.

3. Sobre la tipología de la comunicación comunitaria

Uno de los principales retos de la investigación en este campo de estudios ha sido y sigue siendo el establecimiento de una primera clasificación o mapa tipológico, empezando por elegir los términos más genéricos para referirse a todo su conjunto: comunitaria, alternativa, popular, ciudadana, del tercer sector, entre los más utilizados. La denominación de estas experiencias no es trivial. Por una parte, debe hacer posible el análisis comparado a escala mundial, estableciendo un mapa conceptual que nos permita identificar los rasgos pertinentes de sus diversas prácticas. Por otra parte, y esto es muy importante, las nomenclaturas facilitan la adopción de políticas de comunicación, tanto por lo que se refiere a la regulación de su emisión como por lo que se refiere a los apoyos a su producción.

Un ejemplo histórico de la transcendencia política de estos trabajos conceptuales lo encontramos en el uso del término *comunicación de proximidad*, iniciado en el ámbito académico en los años ochenta, en una época que era fundamental la delimitación de espacios de comunicación en la sociedad democrática: local, nacional, autonómico, estatal, comarcal, comunitario (Sáez y Barranquero, capítulo 1). El concepto «proximidad»

surgió de la necesidad de superar el desgaste semántico del concepto «local», cuando muchos medios, autodenominados locales, dejaron de serlo. Berlusconi reclamaba la televisión local para convertirla en global.

En aquellos años también propusimos utilizar el concepto de *mesocomunicación* (Moragas, Recoder y Corbella, 1984) para reconocer unas prácticas de comunicación social ubicadas entre la comunicación interpersonal y la comunicación de masas, identificando el sector de la comunicación local como un todo que incluye prensa, radio y televisión. Pero el concepto «proximidad» aportaba un valor añadido a esta primera tipología tan aséptica. Con el concepto de proximidad se expresaban dos coordenadas al mismo tiempo: la que correspondía a los espacios físicos, territoriales, lingüísticos, y la que correspondía a la naturaleza de las relaciones que podían establecerse entre emisores y receptores: compromiso, implicación, participación o complicidad.

Podemos extrapolar aquella experiencia a otros conceptos como los de *medios comunitarios*, *ciudadanos* o del *tercer sector*, una terminología que pueda resultar operativa para identificar estos medios entre el sector público/institucional y el sector privado/comercial de la comunicación. No se trata, pues, de extenderse en un puro ejercicio nominalista, sino de aportar conceptos operativos en términos de políticas democráticas de comunicación.

4. Diversidad de fenómenos y multiplicación de denominaciones

La diversidad de medios, funciones y contextos de la comunicación comunitaria ha dado lugar a un gran número de denominaciones (Ferron, 2012). Pero esta diversidad nominal no debería entenderse, de manera esencialista, como un problema, sino como una respuesta a la complejidad de la ecología de la *mesocomunicación*, más diversa y compleja que la comunicación de masas de gran difusión. Cada denominación tiene además su contexto histórico y su ideología. Las primeras tipologías se establecieron

en los años sesenta por contraposición a unos *mass media* que se reconocían como dominantes, con connotaciones diversas, más políticas cuando se usaba el término *alternativos*, y más humanistas (e incluso cristianas) al usar el término *comunitarios*, o más culturales al usar el término *populares*. Años más tarde, ya en el siglo XXI, se extenderá la denominación de *ciudadanos*, asumida la función que tienen estos medios en el sistema democrático.

Las distintas denominaciones también responden a las funciones de cada medio, a su naturaleza tecnológica y a su contexto histórico. En España, por ejemplo, podemos distinguir cinco grandes etapas en la comunicación comunitaria, según sus funciones en el sistema político: etapa clandestina (durante la dictadura de Franco), etapa alternativa (en la transición de los años setenta), etapa de proximidad (con las autonomías y las democracias municipales, en los años ochenta), etapa popular-alternativa (en los años noventa), etapa ciberactivista (en torno al 15M de 2011) y la actual etapa que confronta algoritmos de control y ciudadanía.

La terminología utilizada también expresa las funciones de estos medios en la ecología de la comunicación: términos que connotan mayormente las alternativas a los medios dominantes (independientes, libres, disidentes, clandestinos, contrainformativos); términos que los identifican como una alternativa al poder establecido (insurreccionales, de resistencia, contestatarios, rebeldes, revolucionarios); otros de carácter situacional (de la diáspora, rurales, urbanos, barriales, *underground*); por sus actores (indígenas, juveniles); por su pertenencia a movimientos sociales (feministas, pacifistas, ecologistas), por ámbito temático (educativos, religiosos, políticos); por su ideología política (anarquistas, comunistas), etc. ¿Pero qué tienen en común todos ellos? Más importante que la tipología será la definición de sus rasgos comunes y la identificación de sus funciones específicas en el sistema de comunicaciones.

5. De la tipología a la definición

Hace ya algunas décadas que la Asociación Mundial de Radios Comunitarias identificó algunos rasgos comunes básicos que, aún hoy, y a

pesar de los cambios, consideramos vigentes:

- Unas determinadas condiciones de propiedad (sin ánimo de lucro).
- Una forma horizontal y participativa de gestión y producción de contenidos.
- El objetivo de profundizar en la democracia y de ejercer la libertad de expresión sin restricciones.

Estos rasgos implican la asunción de valores intangibles como el compromiso con el bien común. El reconocimiento de estos rasgos comunes es fundamental como preámbulo a su reconocimiento por parte de las políticas de comunicación. En las últimas décadas —ya algo tarde— algunas instituciones como el Consejo de Europa han reconocido la contribución de estos medios a la diversidad y equilibrio en el sistema cultural y político, como instrumentos a favor del pluralismo, la inclusión social y el diálogo intercultural, recomendando a los Estados que reconozcan y regulen la existencia de los medios comunitarios o del tercer sector (García y Lema, capítulo 5). También en España la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) de 2010 introdujo en su articulado esta misma retórica: «Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios, tanto públicos, comerciales como comunitarios que reflejen el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad» (Artículo 4).

El tiempo ha ido evidenciando que los obstáculos no estaban en los principios, sino en los reglamentos y en los calendarios. Pasados los años —como se constata en los diversos capítulos de este libro—, las autoridades siguen sin cumplir con las recomendaciones del Consejo de Europa y con las previsiones de la ley, al no haber concedido ni licencias ni espacios a las emisiones de radios libres y comunitarias, ignoradas en los sucesivos planes técnicos de telecomunicaciones. Pero, mientras se produce esta discusión, el sistema de comunicaciones sigue un proceso acelerado de cambios que obligan a los movimientos de comunicación comunitaria a ir abandonando los esquemas propios de la era *broadcasting* para intentar adaptarse a las nuevas oportunidades —y riesgos— de la comunicación en la era digital.

6. Los medios comunitarios y la nueva ecología de la comunicación

Con la implantación de internet (hacia 1996) y la extensión de las redes sociales (entre 2005 y 2010), la ecología de la comunicación experimenta un cambio irruptivo que lógicamente también afectará al paradigma de la comunicación comunitaria. Se va dejando atrás la etapa de organización vertical de los medios y empiezan a diluirse las fronteras entre los distintos ámbitos de comunicación: personal, profesional, mediático y social.

La era internet significaba la multiplicación de canales, medios y plataformas. Todas las entidades podían disponer de recursos de comunicación sin necesidad de obtener permiso administrativo. Asimismo, un número creciente de personas lleva en sus bolsos o bolsillos una cámara de foto/vídeo con un dispositivo (*smartphone*) para difundir sus imágenes. En este nuevo contexto, las reivindicaciones de comunicación comunitaria verán ampliar sus objetivos: ya no se trata sólo y únicamente de reclamar el acceso a canales propios (radios libres, televisiones), sino de tomar posiciones ante las nuevas plataformas en la red.

El nuevo sistema de comunicación ya no debe interpretarse como una suma de medios, sino como una red y, por tanto, como un instrumento de organización, de cooperación, tanto interna (entre los propios medios alternativos), como externa en la organización política y la movilización social (tecnopolítica) (Bergés y Ramos, capítulo 6). Asimismo, la aportación alternativa de internet no debe buscarse sólo en los contenidos sino, sobre todo, en la coordinación y la movilización que estas prácticas y tecnologías facilitan (Candón y Calvo, capítulo 4).

En este nuevo contexto, los medios comunitarios deben afrontar ahora tres principales retos:

1. En primer lugar, la defensa de la neutralidad de la red y, con ella, la defensa de la libertad de expresión en la era digital. Todos los contenidos tienen derecho a circular por la red recibiendo el mismo trato, sin discriminación por su origen, uso o aplicación. Esto significa que los proveedores de internet no pueden bloquear

determinados contenidos por motivo de intereses económicos, políticos o ideológicos.

2. En segundo lugar, procurar que se haga transparente el «sotobosque» de influencias, algoritmos desconocidos, robots, etc. que conforman nuestras burbujas informativas. Democratizar la comunicación significa evitar que las grandes burbujas creadas supuestamente para nuestro confort se conviertan en nuestra propia jaula de datos.
3. Finalmente, en tercer lugar, intentar contrarrestar la manipulación y la circulación de falsas noticias, recuperando uno de los primeros conceptos utilizados para referirse a la comunicación comunitaria: la «contrainformación» (Candón y Calvo, capítulo 4).

En la era *big data*, la alternatividad no debería concebirse como una línea que actúa en paralelo a la comunicación dominante, sino como una línea que establece polémica con ella, en el sentido de establecer discusiones y controversias con ella. La era *big data* es también la era del ciberactivismo, de la posibilidad de desvelar secretos como en el caso de *WikiLeaks* de Julian Assange, que ponían en la red una filtración masiva de documentos oficiales de los Estados Unidos. Es también el caso de la aparición de *Anonymous*, representado por un personaje con una interrogativa máscara, que ha hecho fortuna como imagen de la amenaza popular al poder a través de ciberataques. Estas filtraciones, o mejor, la recuperación transparente de información, constituyen un ejemplo, a modo de iceberg, de las nuevas posibilidades de la contrainformación.

7. Recuperar críticamente el optimismo inicial

En un primer momento, con excesivo tecno-optimismo, se recibió internet como una oportunidad para la comunicación interactiva y por tanto para la comunicación alternativa. Esto ha sido cierto sólo en parte. El empoderamiento no es un resultado automático de los cambios tecnológicos, sino de su confluencia con los movimientos sociales. Pronto vimos que la tecnología digital no sólo no hacía desaparecer la centralización y el control

de la información, sino que, por el contrario, facilitaba la concentración del poder de la información en cinco grandes gigantes (Google, Amazon, Microsoft, Facebook y Apple) construyendo, en expresión de J. Van Dijck, «una especie de infraestructura en línea de nuestras vidas». Por esto dicha autora sugiere cambiar el nombre genérico de redes sociales, que expresa el optimismo tecnológico-social inicial del proceso, por el concepto más amplio de «plataformas de conectividad» (Van Dijck, 2016).

A lo largo de la historia de la comunicación hemos visto varias veces cómo la introducción de novedades se presenta inicialmente con las mejores expectativas de democratización y de participación, para ir perdiendo esta virtualidad a medida que la tecnología se implantaba en el mercado, respondiendo, cada vez más, a los intereses de la economía global. Así sucedió con el cine, la radio, la televisión y el vídeo. Así está sucediendo, también, con internet y las redes sociales. La introducción de internet se presentaba cargada de promesas, mientras que su consolidación apuntaba hacia la recentralización y la comercialización de sus prestaciones (Wu, 2016).

Ésta es una cuestión que debe plantearse dialécticamente. Ni optimismo ni pesimismo. Ni apocalípticos, ni integrados. La existencia de las redes sociales explica el éxito inicial —que se irá repitiendo— de grandes movilizaciones urbanas (como el 15M en Madrid y Barcelona o el Occupy Wall Street, en Nueva York), pero, en otro extremo, también ofrece a las élites políticas y económicas la posibilidad de asumir directamente la iniciativa de la comunicación, relegando así el papel mediador (y crítico) de los medios de comunicación (Vilar y Muñoz, capítulo 3). La aversión de Trump a los medios y su uso reiterado de Twitter es un buen reflejo de esta nueva estrategia.

También es cierto —evidencia dialéctica— que la eclosión de las redes sociales flexibilizó las relaciones en el interior de las organizaciones políticas y los movimientos sociales, cuestionando las formas jerárquicas de organización y distribución de información. El movimiento de protesta quería ser alternativo respecto de las formas de hacer política centralizada, autoritaria y burocratizada, y esto era, precisamente, lo que le ofrecían las

estructuras de la red: espacios de autonomía, de difícil control por parte de los gobiernos, y alternativa a los canales de comunicación dominantes:

Si, por un lado, ha crecido la vigilancia, la creación de programas y dispositivos espías para frenar la acción colectiva y someter a las personas a constante vigilancia, también lo ha hecho la tecnopolítica, es decir, la creación de espacios, nodos y dispositivos que potencian la acción colectiva (Reguillo, 2017: 119).

La red facilitaba la polinización (extensión) de ideas y su convocatoria a nivel mundial: «En la red se puede ser asamblea, y en la calle somos red» (Reguillo, 2017: 124). Facebook se usaba para programar las protestas, Twitter para coordinarlas y YouTube para darlas a conocer al mundo.

8. Vigencia de las políticas de comunicación en la era *big data*

En los últimos años, los cambios se han acelerado, iniciándose un nuevo ciclo. Internet y las redes sociales no eran el final de un proceso, sino un eslabón para el inicio de una nueva etapa: la de la era *big data*, abriendo múltiples incógnitas sobre las formas de control y el poder de la información.

Cuando aún quedan por resolver muchos de los problemas de las políticas de comunicación del siglo XX, entre ellos la regulación democrática de los medios comunitarios, o del servicio público audiovisual independiente. Los nuevos cambios plantean importantes problemas adicionales. ¿Con qué instancias locales, nacionales o internacionales pueden negociarse ahora estas políticas? La rapidez con la que se producen los cambios facilita que las iniciativas escapen al poder político y pasen a ser controladas por las grandes multinacionales del sector, orientadas por los grandes recursos de investigación de que disponen. La democracia tiene ahora el reto de recuperar la iniciativa en la regulación y planificación de la nueva superestructura de comunicaciones.

Para ello será necesaria la regulación de las grandes plataformas de internet. Esto implica denunciar las limitaciones de los procesos de autorregulación que ellas mismas proponen, exigir transparencia sobre los algoritmos utilizados para la gestión de la información, defender el derecho de los usuarios a no ser espiados ni extorsionados por la trazabilidad de los datos capturados en sus conexiones a internet, o defender la transparencia en la información ante las falsas noticias con el apoyo de robots automáticos, etc.

En este nuevo contexto las políticas de defensa de la comunicación del tercer sector deberán ampliar su enfoque más allá de lo que era común en la era *broadcasting*, con miras a un universo más complejo de los servicios públicos de información en la era digital, que incluirá, entre otros, la información, la cultura, la educación y a diversas formas de patrimonio comunitario. Éste será el nuevo escenario de oportunidades y riesgos de las políticas de comunicación.

A los antiguos retos de la era *broadcasting*, que siguen vigentes, se le añaden ahora los nuevos problemas de control de la ciudadanía derivados de la gestión masiva de datos. A la reivindicación de licencias para emitir se le añaden ahora las reivindicaciones para la neutralidad de la red. A la reclamación de un sistema audiovisual público independiente se le añade ahora la reivindicación de un «internet para todos» y la previsión de un servicio público de información que incluya la política, la educación, la cultura y el bienestar común.

Mientras tanto, los medios comunitarios deben aprender a aprovechar las contracciones y las oportunidades que las redes de comunicación dejan a su paso. Asimismo, las instituciones académicas de comunicación deben apoyar estos procesos. En los años ochenta se nos pedía que participásemos en la defensa del movimiento de la comunicación local y comunitaria, describiendo el sistema y divulgando el valor de su aportación a la democratización. El nuevo escenario pide de nuevo la contribución de la investigación para interpretar las tendencias, hacer prospectiva, interpretar las funciones de la comunicación en la nueva era digital y reclamar, con fundamento, los derechos de la comunicación comunitaria. Este libro contribuye a ello.

Referencias

- Downing, J. (ed.) (2010). *Sage Encyclopedia of Social Movement Media*, Sage, Londres.
- Gumucio, A. y Tufte, T. (eds.) (2006). *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings*, Communication for Social Change Consortium, Nueva Jersey.
- Moragas, M.; Recoder, M. J. y Corbella, J. (eds.) (1984). *Primeres Jornades de Mesocomunicació a Catalunya*, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Nichols, J. y McChesney, R. (2002). *Our Media, Not Theirs: The Democratic Struggle against Corporate Media*, Seven Stories Press, Nueva York.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*, NED editores, Barcelona.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*, Hampton Press, Nueva Jersey.
- Vidal Beneyto, J. (ed.) (1979). *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Wu, T. (2016). *El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información*, FCE, México.

Una comunicación desde abajo. Introducción al volumen

Chiara Sáez Baeza (Universidad de Chile)

Alejandro Barranquero

(Universidad Carlos III de Madrid)

Los medios comunitarios (Atton, 2001), ciudadanos (Rodríguez, 2001), populares (Kaplún, 1987) o radicales (Downing, 2001) acumulan una extensa historia dedicados a la promoción de un modelo de comunicación alternativo al que predomina en medios públicos y privados-comerciales. Dichos medios se caracterizan por facilitar la participación de la ciudadanía en las distintas fases del proceso comunicacional —desde la producción de contenidos a la búsqueda de fondos— y por fomentar un periodismo inclusivo, comprometido con los derechos humanos y con las demandas y discursos de la sociedad civil, sus organizaciones y sus movimientos sociales. En la actualidad, el tercer sector de la comunicación (TSC) es un vasto territorio que incluye a medios sin ánimo de lucro de tipo diverso, desde los más tradicionales medios libres, comunitarios o educativos, a un sinfín de prácticas y agentes como cooperativas de medios; colectivos de vídeo participativo y cine comunitario; medios rurales, étnicos o indígenas; o distintas organizaciones *online* que producen información alternativa como comunidades de cultura libre o colectivos de producción de conocimiento *peer-to-peer*. Todos estos proyectos no intentan maximizar el beneficio económico, sino que invierten cualquier fondo nuevo recibido en la mejora y el fortalecimiento del proyecto —pagando salarios, equipamiento, tecnologías, etc.— y de su intervención social en distintas comunidades.

A pesar de su importancia y evidente impacto en la ciudadanía, el campo constituye aún un sector marginalizado dentro del ecosistema mediático,

dado que muchos de estos medios y proyectos intentan garantizar su misión social e independencia editorial en un marco de escasez de recursos y bajo una normativa no siempre favorable. No obstante, en los últimos años, el sector ha comenzado a fortalecerse a partir de la constitución de redes transnacionales (como AMARC o el Community Media Forum Europe-CMNE) y, sobre todo, gracias a normativas de carácter internacional (Parlamento Europeo, 2008; Consejo de Europa, 2009), que alientan a proteger y promocionar el sector de cara a mejorar su impacto territorial, su integración en las economías locales, y, sobre todo, su transferencia a la ciudadanía y los grupos vulnerables: migrantes, etnias y culturas minorizadas; mujeres y colectivos LGTBQI+; jóvenes y mayores; población reclusa; colectivos con algún trastorno de salud mental o diversas capacidades cognitivas, físicas, etc.

En el ámbito español, los medios libres y comunitarios emergen con fuerza en el marco de la Transición, si bien existen precedentes notables en épocas anteriores, tales como la prensa obrera y popular del siglo XIX o las muy diversas manifestaciones contraculturales que se promueven durante la II República o la Guerra Civil española. A partir de los años noventa, el sector comenzó a articularse en forma de coordinadoras y redes, aunque siguió sufriendo las consecuencias de una acusada falta de reconocimiento por parte de las autoridades reguladoras, lo que provocó a veces su reconversión en otro tipo de proyectos (como medios privados o locales municipales), además de multas y cierres frecuentes. En la actualidad, y ahora en espera de un nuevo marco regulatorio, la Ley General de la Comunicación Audiovisual (2010) reconoce a los medios audiovisuales sin ánimo de lucro, si bien con importantes limitaciones y con una ausencia destacada de marcos autonómicos que reconozcan y promocionen su labor. No obstante, la emergencia de tecnologías de bajo coste y la reactivación de movimientos sociales de muy diversa índole —los movimientos antiglobalización desde finales de los noventa, el ciclo de protestas de protestas que arranca en 2011 con el 15M y las *mareas*, o el reciente auge del movimiento feminista, ecologista y de los jubilados— han provocado la emergencia de una nueva generación de medios libres, ciudadanos o cooperativos (El Salto, La Directa, La Marea, Crític, Ágora Sol, La Veïnal,

etc.), que se suman a otros que acumulan décadas de vida como CUAC FM en A Coruña, Onda Color en Málaga, Radio Vallekas, Enlace y OMC en Madrid, Hala Bedi e Irola Irratia en Euskadi, o Radio Bronka y Contrabanda en Barcelona, etc.

Ligado a su progresivo reconocimiento, en los últimos años se ha reactivado el interés académico por la materia. En la actualidad, las secciones de comunicación comunitaria son unas de las más dinámicas y activas en grandes asociaciones de investigación de la comunicación. Nos referimos a entidades como la International Association for Media and Communication Research (IAMCR) o la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Asimismo, desde principios de siglo XXI, ha habido un aumento exponencial de publicaciones relacionadas con el campo, bien en forma de manuales y reflexiones académicas (Atton, 2001; Bailey, Cammaerts y Carpentier, 2008; Downing, 2001; Fuller, 2016; Gordon, 2009; Pavarala, 2014; Rodríguez, 2001), bien en forma de *readers* o monografías íntegramente dedicadas a explorar la historia o comparar el sector desde una perspectiva internacional (Atton, 2015; Downing, 2011; Couldry y Curran, 2003; Gordon y Mihailidis, 2016). Si bien el reconocimiento de estos medios es muy amplio en contextos como Latinoamérica o en diversos países del ámbito anglosajón (ej. Canadá, Australia, Reino Unido, etc.), el conocimiento especializado sobre el tercer sector de la comunicación es mucho menor en países como España. Así, distintos trabajos han puesto de manifiesto el escaso interés con el que aún cuenta la comunicación alternativa y para el cambio social en la investigación en comunicación, en comparación con temas nuevos como *apps* y redes tecnológicas (Barranquero y Sáez, 2010; Fernández Viso, 2012; Marí Sáez, 2013), por lo demás demasiado sujeta a modas académicas, dictados del mercado o el devenir de lo «nuevo» y lo oportuno por encima de lo histórico y lo trascendente.

El presente volumen plantea un recorrido por los orígenes, la evolución y el estado presente del tercer sector de la comunicación en España. Partimos para ello desde una perspectiva inédita por cuanto en el país no ha existido hasta la fecha ningún libro íntegramente dedicado a analizar la historia o las características estructurales del sector y que, además, enfatice

distintas dimensiones como la sostenibilidad, su incidencia en las comunidades locales, o los marcos normativos que facilitan o aletargan su labor. En este sentido, el trabajo intenta llenar una importante laguna académica desde una perspectiva comparada y multidimensional, dado que ayuda a dar a conocer el sector comparando su evolución en distintas regiones y prestando atención a dimensiones tan variadas como sus modelos de organización o sus potencialidades pedagógicas.

El capítulo **Genealogía conceptual de la comunicación alternativa**, de Chiara Sáez Baeza y Alejandro Barranquero, encuadra la comunicación alternativa al interior del campo más amplio de la comunicación, identificando aproximaciones y conceptos clave que otorgan densidad teórica al campo y permiten una apreciación crítica y profunda del mismo. Este trabajo culmina con una referencia a otras disciplinas y teorías que funcionan como herramientas auxiliares a estos propósitos y que ayudan a la categorización y comprensión epistemológica de un objeto tan escurridizo como los medios alternativos y ciudadanos. Además, el capítulo propone la genealogía conceptual de la comunicación alternativa como un «proceso situado» y en el que se identifican tres tradiciones afincadas geográficamente (latinoamericana, europea y estadounidense) y dos grandes momentos de este debate, separados por el rompimiento que supusieron Chiapas y Seattle desde mediados-finales de los noventa en un contexto en que confluyeron el auge de la globalización neoliberal, nuevas formas de ejercicio de la ciudadanía, y el surgimiento de estrategias de resistencia vinculadas al desarrollo de las nuevas tecnologías. El capítulo culmina con una propuesta de comprensión de la especificidad euromediterránea en este contexto.

El capítulo **Libres y comunitarias. Medio siglo de radio alternativa en España (1976-2020)**, a cargo de José Emilio Pérez Martínez y Núria Reguero Jiménez, recorre la evolución de la radio alternativa en la España democrática, estableciendo una serie de fases de desarrollo que facilitan su sistematización y comprensión: la eclosión de las radios libres y comunitarias, a finales de los años setenta y década de los ochenta; el resurgimiento en los noventa, al calor de diferentes movimientos sociales y de dinámicas locales facilitadas por internet; y la reactivación de sus reivindicaciones legales en la segunda mitad de la década del 2000,

coincidiendo con la amenaza de las políticas de corte comercial para la transición digital de la radio y la televisión. A este recorrido se suma el propio impacto del 15M y cómo se han organizado estas emisoras en el contexto de la pandemia de la COVID-19, particularmente durante los meses de confinamiento, y los efectos de la misma sobre el sector.

El capítulo **El audiovisual alternativo. Videoactivismo, televisiones alternativas y cine comunitario y participativo en España**, de Griselda Vilar Sastre y Daniel David Muñoz Morcillo, revisa los principales eventos históricos del audiovisual alternativo en España desde los años setenta hasta el momento actual, con el objetivo de comprender el fenómeno a nivel internacional y nacional. El análisis se encuentra organizado por décadas con el objetivo de vislumbrar las similitudes y diferencias entre los distintos periodos, así como observar la evolución entre las prácticas, las problemáticas a las que se enfrentan, y sus ciclos de mayor actividad o retroceso. Asimismo, se propone una conceptualización del fenómeno de las prácticas audiovisuales alternativas, relacionando los diversos enfoques que nutren dichos procesos y que representan una variedad de propuestas teóricas y prácticas como son el cine militante, el videoactivismo, el tercer sector del audiovisual y el vídeo participativo.

El capítulo **El legado de la cultura *hacker* en los movimientos y medios ciudadanos españoles**, de José Candón-Mena y Dafne Calvo, aborda las distintas lógicas que han guiado el uso comunicativo de las TIC por parte de los movimientos sociales del estado español, incidiendo en los diferentes niveles de acceso, uso y apropiación de las TIC con fines comunicativos. También indaga en la inclusión del desarrollo de herramientas digitales que van más allá de la apropiación tecnológica, contribuyendo al propio desarrollo autónomo de herramientas tecnológicas; el papel de los colectivos de *hackers*, *hacktivistas* y comunidades de *software* libre en la alfabetización digital de los movimientos españoles; e incluso el apoyo a los mismos como colectivos «sociotécnicos» que facilitan infraestructuras y herramientas al servicio de la comunicación de los movimientos. Finalmente, reflexiona sobre las formas de colaboración entre estos *hackers* y activistas con periodistas, activistas de la contrainformación, o medios comunitarios vinculados a los movimientos

sociales para diseñar acciones comunicativas o reforzar proyectos de comunicación, y en particular, para el fortalecimiento de las redes y medios de comunicación comunitarios preexistentes y la creación de nuevos medios y proyectos comunicativos vinculados a colectivos y movimientos sociales.

El capítulo **Participación, sostenibilidad y redes del tercer sector de la comunicación**, escrito por Laura Bergés Saura y Juan Ramos Martín, repasa la historia y principales características de las redes de medios del tercer sector de la comunicación, su estructura y organización, sus objetivos y su incidencia en la sostenibilidad y participación de dichos medios en el Estado español. Se refiere al modo en que estas redes han tenido como principales ámbitos de trabajo la acción político-legal, la coproducción de contenidos, la formación y el desarrollo técnico, cuatro ámbitos estrechamente relacionados con la sostenibilidad de sus miembros. Y, por otro lado, analiza en qué medida los medios del tercer sector se conectan también a otras redes transdisciplinares —que van más allá de los propios medios—, articulando así mecanismos de participación en los procesos comunicativos y generando nuevas dinámicas de colaboración.

El capítulo **Regulación y políticas para la comunicación alternativa en España: una evaluación crítica**, de Javier García e Isabel Lema-Blanco, realiza una completa evaluación de las políticas de comunicación orientadas a los medios alternativos y comunitarios en España desde el período de la Transición. Los autores identifican una relación del marco legislativo español con las políticas europeas a favor de la democratización mediática. A su vez, la regulación española recibe el influjo de las experiencias latinoamericanas de movilización de la sociedad civil a favor de la comunicación comunitaria. La tesis del capítulo es que, a pesar del contexto europeo en el que están inmersos, los medios alternativos españoles comparten con los latinoamericanos dificultades similares para la implementación de cambios estructurales, producto del predominio de una cultura clientelar y una falta de voluntad política para el impulso del tercer sector de la comunicación.

Por último, el capítulo **La formación en comunicación y cambio social en España: medios comunitarios, universidades y tercer sector**, de Alejandro Barranquero y Chiara Sáez Baeza describe los aciertos y

limitaciones de los procesos educativos implementados en España en torno a la comunicación alternativa y para el cambio social. Para ello, pone el foco en las tres organizaciones que más han contribuido a la implementación de estas perspectivas: los medios alternativos, las universidades y ciertos núcleos de investigación, y las propias organizaciones del tercer sector. El artículo concluye indicando que la formación en estas perspectivas es aún una asignatura pendiente en el ámbito de los medios comunitarios o de la formación superior, que deberían dotarse de programas de contenidos de mínimos en estas materias, además de fortalecer un diálogo que contribuiría a reforzar la misión social de las distintas organizaciones.

Además de los rasgos descritos, el presente volumen se caracteriza por incorporar en su autoría un conjunto de factores que intentan garantizar la multidimensionalidad del análisis. En esta línea, nos gustaría destacar, para terminar, una serie de atributos del trabajo realizado y que a continuación presentamos.

En primer lugar, el análisis que realizamos no aísla o analiza por separado los diferentes medios en relación con sus formatos (prensa, radio, televisión, cibermedios, etc.) o tipología (comunitarios, educativos, cooperativos, etc.), sino que intenta integrarlos, en la medida de lo posible, desde una perspectiva transmidiática y focalizada en las *prácticas y mediaciones* (Rodríguez, 2001) que caracterizan al sector y que en ocasiones llega a permear al periodismo profesional, aportando con su perspectiva al desarrollo de proyectos híbridos, que también constituyen prácticas alternativas de comunicación (Márquez y Peñarín, 2020). Es decir, más que focalizar en el medio en sí aislándolo de otras tecnologías (Treré, 2020), nos interesa analizar cómo las distintas personas y comunidades se relacionan y apropian de las tecnologías y medios para implementar procesos de transformación y justicia ecosocial. En este sentido, haremos uso frecuente de etiquetas como la de tercer sector de la comunicación, que, más allá de su carácter imperfecto y omniabarcante, ayudan a comparar el sector y a reflejar su heterogeneidad (medios libres, cooperativos, educativos, etc.) y su carácter contrahegemónico en relación con los contenidos o modelos de organización e interacción con las comunidades con respecto a los medios *mainstream* o convencionales.

En segundo lugar, el volumen integra como firmantes a personas asociadas al Grupo Temático (GT) Comunicación y Ciudadanía de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación-AE-IC, actualmente adscrito a la Sección de Estructura y Políticas de Comunicación (www.ae-ic.org), así como miembros de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) (www.riccap.org). Los autores/as se caracterizan por un conocimiento especializado y una trayectoria amplia en la investigación de la comunicación alternativa, el tercer sector de la comunicación y perspectivas afines. No obstante, el libro intenta incorporar diversos grados de veteranía y experiencia, desde investigadores/as de mayor trayectoria a otros menos consolidados. Asimismo, el grupo fue invitado a trabajar en grupos de pares para la consecución de los distintos capítulos que articulan la propuesta, garantizando el equilibrio de género y la implementación de pensamiento colectivo en esta materia, que es, además, una de las señas de identidad del tercer sector de la comunicación. Asimismo, los autores/as proceden de distintas universidades, disciplinas y contextos, lo que contribuye a incorporar una clara perspectiva interuniversitaria, transdisciplinaria y regionalmente diversa.

En tercer lugar, este libro intenta fomentar un acercamiento introductorio y divulgativo dirigido a dar a conocer y profundizar en el conocimiento del tercer sector de la comunicación en el ámbito académico, lo que incluye tanto a estudiantes de grado y posgrado como a profesorado que imparte materias relacionadas con comunicación y cambio social, periodismo y derechos humanos, comunicación y género, comunicación/educación, etc. Asimismo, se orienta al propio ámbito de los/as profesionales y activistas que diariamente ponen su esfuerzo en fortalecer y dinamizar el sector de los medios comunitarios, ciudadanos y cooperativos. Entendemos que este volumen puede facilitar elementos de apoyo para sus procesos de formación, empoderamiento, legitimación y construcción de ideario político-comunicacional.

Queremos, por último, dar un agradecimiento especial a todas las personas que durante estos últimos años han dinamizado y aportado un esfuerzo ímprobo a la consolidación del Grupo Temático Comunicación y

Ciudadanía de la AE-IC (nacido en 2014) y de la Red RICCAP (desde 2016). Sin la experiencia y pasión que se vive en estos espacios de investigación, divulgación y transferencia, el presente volumen no habría sido posible. No queremos finalizar estas líneas sin dar un agradecimiento especial a otras personas (algunas autoras) que han contribuido altruistamente a la revisión de algunos capítulos dado su grado de experticia y complementando nuestra labor de edición y revisión de los trabajos. Nos referimos a Concha Mateos, Arantxa Freire, Eloísa Nos Alás, Ígor Sádaba, Núria Reguero, Isabel Lema-Blanco y Javier García García. Gracias a todas estas personas por su apoyo y sus afectos.

Referencias

- Atton, C. (2001). *Alternative Media*, Sage, London.
- (2015) (ed.). *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, Routledge, London.
- Bailey, O.G.; Cammaerts, B. y Carpentier, N. (2008). *Understanding Alternative Media*, Open University Press, Maidenhead.
- Barranquero, A. y Meda, M. (2015). «Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M», en *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 15, 1, págs. 139-170.
- Brecht, B. (2006). «The radio as an apparatus of communication», en Gumucio Dagron, A. y Tufte T. (eds.), *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings*, Communication for Social Change Consortium, Nueva Jersey.
- Calvo, D. (2020). «¿Quién sustenta a quienes sustentan a los comunes?: tecnología y cultura libre ante el capitalismo informacional», en *Teknokultura*, 17, 1, págs. 13-22.
- Couldry, N. y Curran, J. (2003) (eds.). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*. Rowman & Littlefield, Lanham, MD.

- De Certeau, M. (1999). *La invención de lo cotidiano. I Artes de Hacer*, Universidad Iberoamericana, México.
- Downing, J. D. H. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- (2011) (ed.). *Encyclopedia of Social Movement Media*, Sage, London.
- Enzensberger, H. M. (1984). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Anagrama, Barcelona.
- Fuller, L. K. (2016) (ed.). *The Power of Global Community Media*, Palgrave, Basingstoke.
- Gordon, J. (2009) (ed.). *Notions of Community: A Collection of Community Media Debates and Dilemmas*, Peter Lang, Oxford.
- Gordon, E. y Mihailidis, P. (eds.) (2016). *Civic media: Technology, design, practice*, MIT Press, Cambridge.
- Kaplún, M. (1987). *El comunicador popular*, Humanitas, Buenos Aires.
- Márquez, I. y Peñarín, C. (2020). «CTXT: hacia un modelo de negocio posible para el periodismo digital independiente», en *Profesional de la Información*, 29 (1). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.13>
- Paravala, V. et al. (2014). *Community Radio Continuous Improvement Toolkit, Version 2.0*, UNESCO Chair on Community Media, University of Hyderabad (Hyderabad).
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizen's Media*, Hampton Press, Cresskill.
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido*. Friedrich-Ebert-Stiftung, Bogotá.

1

Genealogía conceptual de la comunicación alternativa en el debate internacional comparado

Chiara Sáez Baeza (Universidad de Chile)

Alejandro Barranquero

(Universidad Carlos III de Madrid)

Introducción

La comunicación alternativa es un concepto polisémico, al cual se le han otorgado gran cantidad de atributos y adjetivos. Sin embargo, el punto de partida común es la idea de que la comunicación alternativa siempre remite a diversas formas de expresión, representación y mediatización presentes en la esfera pública que no forman parte de la opinión pública dominante o convencional, a la que se oponen y de la que a menudo son excluidas. Estas expresiones configuran un espacio plebeyo o subalterno, en el cual se manifiestan las aspiraciones y deseos de todos aquellos sujetos y colectivos que por razones de clase, etnia, género u otras, no suelen ser reconocidos como interlocutores válidos en el debate público.

Rastrear sus orígenes nos lleva a reconocer distintas formas de expresión, especialmente a partir del Renacimiento y el desarrollo de la imprenta (Bajtín, 2003 [1987]; Thompson, 2012 [1963], McIlvenna, 2016), que indican que la lucha de individuos y grupos excluidos por hacerse ver y oír, o por acceder y apropiarse de los dispositivos de expresión de cada época, no es en absoluto un aspecto periférico de la modernidad. Desde un punto de vista académico, la comunicación alternativa puede entenderse entonces como un campo orientado a investigar, teorizar y planear estrategias sobre y a partir de experiencias comunicacionales alternativas y ciudadanas

incluyendo expresiones en diversos soportes mediáticos —prensa, radio, televisión, internet—, así como en distintas vías de expresión cultural: artes plásticas, música, teatro, cómic, etc.

1. La comunicación alternativa y el campo de la comunicación

A nivel conceptual, la comunicación alternativa se alimenta y se constituye a partir del diálogo entre tres paradigmas centrales del campo de la comunicación: la economía política, los estudios culturales y las teorías latinoamericanas de la comunicación para el cambio social. Dichas corrientes cuentan con un largo recorrido histórico cuyos aportes fundamentales al concepto de comunicación alternativa resumimos a continuación.

A grandes rasgos, la economía política se puede definir como «el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación» (Mosco, 2006, p. 59). Esta perspectiva se caracteriza por haber desarrollado un vasto conocimiento sobre el sistema comunicativo en tanto que *totalidad social*, desde la perspectiva del materialismo histórico. La economía política presta especial atención a los procesos de mercantilización, estructuración y especialización de la comunicación y la cultura dentro del capitalismo, además de observar el rol que juegan los estados, a través de las políticas públicas de comunicación. Esta tradición teórica es sensible a los problemas de concentración de la propiedad en las industrias culturales y su impacto sobre la representación de la diversidad social, lo que constituye un punto de partida para la crítica y la constitución de la comunicación alternativa como un espacio contrahegemónico frente al sistema de medios tradicionales.

Los estudios culturales británicos, en especial los originados en torno a la Escuela de Birmingham, representan una vertiente heterodoxa dentro del marxismo europeo orientada a cuestionar la idea ortodoxa de una

sobredeterminación de la economía sobre la cultura (Williams, 1980). Su aporte a la teoría de la comunicación alternativa, al ser una corriente materialista, conduce a una revalorización de las expresiones culturales populares como parte de una experiencia subalterna de estar en el mundo, poniendo el acento en la capacidad de resignificación y reapropiación de mensajes y discursos hegemónicos por parte de los sujetos populares y dominados. Estos aportes son a su vez deudores de la idea ya germinal en Gramsci (1986) respecto a que la dominación se vuelve legítima a través de una relación dialéctica entre convencimiento y consentimiento; en este paradigma, se asume que la cultura porta a su vez elementos de estructura y de agencia y estos últimos tienen un potencial para la generación de discursos alternativos que desafían a los sentidos dominantes. A nivel latinoamericano, autores como García Canclini (1989) y Martín Barbero (1987) van a desarrollar una aproximación particular a este debate desde las particularidades de la relación entre cultura popular y cultura de masas dentro de este contexto.

Las teorías latinoamericanas de la comunicación para el cambio social emergen como una respuesta crítica a la relación entre los sectores populares, los procesos de *modernización* en los mal llamados contextos *subdesarrollados* y el uso persuasivo de los medios de comunicación de la época —radio y prensa, especialmente— para generar cambios de conducta o eliminar factores culturales de los sectores marginados —campesinos, indígenas, poblaciones urbanas excluidas, etc.—, factores que eran considerados barreras u obstáculos al «desarrollo», entendido éste como un proceso de imitación de los valores culturales del norte global (Beltrán, 1976; Díaz Bordenave, 1976). Frente a estas perspectivas modernizadoras, nacidas originariamente en EE.UU. para combatir el *subdesarrollo*, teóricos latinoamericanos hicieron hincapié en la necesidad de incorporar el conocimiento, opiniones y visiones de mundo de los propios sectores sociales considerados «subdesarrollados» desde este marco. De hecho, la obra de pioneros como Freire, Kaplún o Beltrán estuvo inspirada por una amplia gama de experiencias de comunicación alternativas y educ comunicativas surgidas a partir de los años cincuenta en todo el continente. Éstas ayudaron a pensar en las posibilidades de la comunicación

como un proceso dialógico (Freire, 1970) que supone una posición activa de los sujetos participantes (con independencia de su conocimiento, educación o cultura formal) en la construcción de sus formas propias de comunicación y cultura, así como a conducirles a descubrir las condiciones de su opresión y a construir alternativas comunitarias de cambio (Kaplún, 1985 y 1998; Beltrán, 2008).

No obstante su clara vinculación epistemológica a estas tradiciones teóricas, la comunicación alternativa ha padecido históricamente una triple invisibilización (Sáez, 2009): en la historia de la comunicación social, dentro del sistema de medios y dentro de la investigación aplicada. Por un lado, y en la medida que la historia de la comunicación social ha permanecido anclada a la noción *habermasiana* de esfera pública (actualmente cuestionada desde distintas disciplinas por su orientación blanca, masculina, desde una posición económica específica, racional y letrada), ha sido insensible a las diversas formas colectivas de expresión y comunicación que, en distintos momentos y lugares de la historia moderna, han operado de manera autónoma y confrontativa por fuera de esas categorías. En esta línea, autores como John Thompson (1998: 103) van a señalar que: «no se puede asumir que estos movimientos fueran derivados u organizados a lo largo de líneas similares, de las actividades que tenían lugar en la esfera pública burguesa. Por el contrario, las relaciones entre esta esfera pública burguesa y los movimientos sociales populares eran con frecuencia conflictivas».

Por otro lado, la dupla habitual en el sistema de medios en muchos estados democráticos ha estado protagonizada por medios de titularidad pública y medios privados: los primeros muchas veces estatales y los segundos, claramente comerciales. A este binomio se orienta el debate, la publicidad y las políticas públicas. Y, aunque los Estados deben garantizar la diversidad de emisión, lo que hacen en la mayoría de los casos es generar políticas de comunicación que no la favorecen sino que más bien niegan su estatus jurídico o imponen restricciones para el autofinanciamiento de aquellos medios que no se encuentran vinculados a grandes intereses políticos ni comerciales. Así, la situación de precariedad y marginalidad que sufren los medios que se apartan del binomio público comercial no es un

atributo intrínseco a su alternatividad, sino que es más bien consecuencia de un marco político, económico y jurídico concreto que refuerza su invisibilización.

Por último, y aunque la comunicación alternativa no es un objeto de estudio reciente dentro del campo de la investigación en comunicación surgido a partir del desarrollo de la web social (ver, por ejemplo, Mattelart y Siegelau: 1977, 1983), sí ha permanecido como un campo *menor* en términos de relevancia o estatus, tal y como señala Atton (2002: 7): «los medios alternativos y radicales difícilmente aparecen en las tradiciones teóricas dominantes de la investigación sobre medios». A diferencia del sistema oficial de medios y su disección en emisores-mensajes-receptores, podemos afirmar que la comunicación alternativa es un objeto de estudio *indisciplinado*. Es decir, sus expresiones se han caracterizado históricamente por su carácter inconstante, difuso y en ocasiones efímero: si se le mira con el mismo foco de análisis que a los medios tradicionales no se podrá decir mucho de ellos y su influencia será denostada. No obstante, la comunicación alternativa «tiene una importancia fuera de toda proporción con su volumen» (MacBride, 1980: 147-148).

Una consecuencia lógica de la opción teórica y metodológica por una división de la comunicación en emisor-mensaje-receptor ha sido el desarrollo de investigaciones y producciones teóricas que operan dentro de esta tríada. Sin embargo, el proceso ocurrido en el camino es que aquella diferenciación originalmente analítica se ha naturalizado, sin cuestionar sus implicancias epistemológicas en el sentido de delimitar artificialmente un campo de investigación. Esto incide aún más en la invisibilización de la comunicación alternativa como objeto y como ámbito de discusión teórica.

2. Conceptos clave para la comprensión de la comunicación alternativa

La conexión de la comunicación alternativa con paradigmas centrales del campo de las teorías de la comunicación también se expresa en la relevancia

que tienen algunos conceptos provenientes de estos paradigmas en la reflexión teórica específica. Entre los más importantes podemos señalar el materialismo cultural, la cultura popular, la esfera pública y la hegemonía.

Desde la perspectiva de los estudios culturales, la cultura constituye un nivel específico del sistema social y, a su vez, no puede ser estudiada aisladamente, porque está inserta en todo hecho socioeconómico. En otras palabras, la cultura es concebida como una dimensión de sentido que no opera fuera de la acción social cotidiana ni de las necesidades de la vida material. Con ello, todas las formas de expresión, aun sin un discurso explícito al respecto, remiten siempre al ámbito de la reproducción, un ámbito ligado a las desigualdades sociales, que implica que la cultura no pueda ser estudiada aisladamente: «cualquier práctica es simultáneamente económica y simbólica, a la vez que actuamos a través de ella, nos la representamos atribuyéndole un significado» (García Canclini, 1989: 45).

El enfoque materialista nos ayuda a comprender que las posibilidades viables de transformación social sólo pueden darse a partir de las posibilidades contenidas por la realidad y no como un simple fruto del voluntarismo. Esto significa considerar la cultura en general y a la comunicación alternativa en particular como una dimensión de sentido que no opera fuera de la vida cotidiana ni del ámbito de las necesidades. Dicho de otra manera, las expresiones simbólicas buscan otorgar un sentido y significancia a las condiciones de reproducción material de la vida: «El pensar y el ser habitan un solo y mismo espacio, y este espacio somos nosotros mismos. Así como pensamos, también tenemos hambre y sentimos odio, enfermamos o amamos y la conciencia está entremezclada con el ser; así como contemplamos lo ‘real’, experimentamos nuestra propia palpable realidad» (Thompson, 1981: 37). En este punto, las preguntas relevantes serían: ¿Qué expresiones de sentido y qué visiones del mundo transmiten las expresiones de la comunicación alternativa? ¿A qué condiciones materiales de reproducción de la existencia remiten? ¿Frente a qué visiones del mundo y condiciones materiales son alternativas? En otras palabras, no hay comunicación alternativa si no hay vinculación con la cultura popular, en toda su multidiversidad: desde la cultura obrera y las subculturas juveniles

hasta las culturas *kinki* o *trap*, si pensamos en manifestaciones muy extendidas en el contexto español.

La cultura popular es elaborada a partir de una condición de subordinación económica, política y simbólica, pero no permanece aislada, sino que evoluciona en constante interacción con el campo cultural más amplio. Desde la perspectiva de los estudios culturales, la cultura popular no posee una esencia, sino que más bien se articula en torno a un principio estructurador, que se compone por «las tensiones y las oposiciones entre lo que pertenece al dominio central de la cultura de élite o dominante y la cultura de la periferia» (Hall, 1984: 102). Esto, a su vez, no implica necesariamente una condición de marginalidad, residualidad, homogeneidad o pureza, con la cual a veces se ha intentado abordar conceptualmente el campo. Por el contrario, la cultura popular es un concepto dinámico y su contenido puede variar tanto en términos temporales como geográficos. Para Dussel (2003), por ejemplo, lo popular en el contexto latinoamericano incluye a artesanos y pueblos indígenas, una categorización que no es tan evidente en otros contextos.

Downing en particular, sostiene que la cultura popular es «la matriz genérica de los medios alternativos radicales» (2001: 10). En este sentido, entiende que las experiencias que disciplinariamente han sido analizadas desde este término comparten unas prácticas y una discursividad contrahegemónica ancladas en la cultura popular y que abarcan «la danza, el teatro callejero, las caricaturas, los carteles, la parodia, la sátira, las representaciones artísticas, el grafiti, los murales y las canciones populares o la música instrumental, cuyo empuje comunicativo depende, no de la lógica altamente fundamentada, sino de su fuerza estéticamente concebida y concentrada» (Downing, *ibíd.*: 45).

Las experiencias de comunicación alternativa son, a su vez, expresiones de una esfera pública alternativa, entendida ésta como un conjunto de grupos e instituciones que trabajan juntas para instigar al debate público sobre asuntos políticos y económicos independientemente del Estado y del mercado. Caracterizada también por su vinculación al desarrollo de los movimientos sociales, el concepto de esfera pública alternativa dirige la atención al rol de las experiencias de comunicación alternativa en la

estimulación del debate público desde un punto de vista subalterno (Atton, 2002).

Por último, el concepto de hegemonía remite a la idea de que la legitimidad de los sectores dominantes no radica tanto en su poder de coacción como en su capacidad para imponer su propia visión de mundo. En otras palabras, las ideas, discursos e imágenes que favorecen la dominación de los sectores dominados se caracterizan por su capacidad de presentarse ante la sociedad como «la sociedad misma» (Thwaites, 1994). La hegemonía no sería una capacidad adscrita a ciertos grupos, sino una capacidad en disputa que se construye a través de un proceso (Aguirre Bianchi, 1986). En este contexto, la comunicación alternativa tendría siempre un propósito contrahegemónico, puesto que expresaría en diferentes formas una visión alternativa a las políticas, prioridades y perspectivas hegemónicas (Reyes Matta, 1983; Downing, 2001; Rodríguez, 2001). Esta dimensión contrahegemónica de la comunicación alternativa no se expresaría sólo en su discursividad, sino también en su estética o en su praxis organizacional cotidiana, lo que implica una «transformación de roles, rutinas, emblemas y signos existentes» (Atton, 2002: 19) en conexión con las tácticas cotidianas de resistencia presentes en la cultura popular (Scott, 2003; De Certeau, 1996). Esta dimensión contrahegemónica puede ser acotada y estar limitada a cierto ámbito —la comunicación alternativa como un «neutralizador de alcance sectorial» (Moragas, 1979: 79), o puede ser la expresión prefigurativa de una futura estructura más democrática de la comunicación, que, a su vez, estaría inserta en un proyecto futuro de sociedad más democrática (Cesareo, 1979; Nethol, 1982; Reyes Matta, 1983; Simpson Grinberg, 1986).

3. Herramientas auxiliares para la problematización de la alternatividad

Además de su anclaje y sustento al interior las teorías de la comunicación y la cultura, la comunicación alternativa se sirve de otras disciplinas ajenas a

la comunicación como herramientas auxiliares para su desarrollo y problematización, entre las principales: la historia, el derecho y, más recientemente, la teoría decolonial.

Hay consenso entre distintos investigadores del campo respecto a la idea de que la historia de la comunicación alternativa es mucho más extensa y compleja de lo que parece a primera vista: «la tradición de los medios radicales ha sido una tradición vívida y central de la historia internacional de los movimientos populares contra la tiranía, la mistificación, la explotación y la hipocresía» (Downing, 2001: 101). Pero, dado su carácter de objeto de investigación difuso, efímero e inconstante, ésta requiere un análisis desde una perspectiva histórica de largo plazo para evitar «ser ciegos al impacto de esas actividades de comunicación radical si nos acercáramos a ellas sólo en términos cortoplazistas» (Ibid.: 118).

Esto se relaciona a su vez con la historia de los movimientos sociales. Es decir, las experiencias de comunicación alternativa sirven para mantener viva la memoria de éstos cuando se encuentran en fases latentes o de menor agitación: «es común que, aunque los movimientos sociales estén en declive, el medio mantenga la llama viva en torno a un determinado tema durante el período entre la implicación activista actual y la futura. Por eso estos medios no son sólo productos de los movimientos sociales, sino que también los nutren, incluso cuando se encuentra en una de sus fases subterráneas» (Downing, 2010), pues «aunque muchos medios ciudadanos tengan cortos ciclos de vida, eso no significa que ellos no consigan nada» (Rodríguez, 2001: 159). La perspectiva histórica también contribuye a tener en cuenta el poder formativo de las condiciones históricas sobre las formas de comunicación (Gibbs y Hamilton, 2001), y además ayuda a abandonar enfoques vanguardistas y tecnologicistas de la comunicación alternativa (Hamilton y Atton, 2001), centrándose en el sentido de los procesos mismos antes que en sus líderes o en el tipo de tecnología utilizada.

El derecho, por su parte, constituye una herramienta auxiliar indispensable si entendemos que la comunicación alternativa es una de las formas en que se manifiesta la libertad de expresión, un derecho reconocido en los textos constitucionales de la mayoría de los países del mundo y en la normativa internacional de los derechos humanos. En este punto, un tema

recurrente es el de la legalidad de la comunicación alternativa. En términos formales, esto ocurre con frecuencia cuando hablamos de medios que utilizan espectro (radio, televisión, incluso telefonía móvil) y que deben solicitar permisos que los habiliten a usar un recurso escaso. Esto conduce al debate sobre las políticas de comunicación orientadas a los medios alternativos, populares y comunitarios, que con frecuencia han sido descuidadas en el ordenamiento del sistema de medios. Sin embargo, otras veces el terreno del debate es más complejo y se relaciona con cuestiones subjetivas o discrecionales, como cuando se persigue legalmente desde el Estado a determinados proyectos de comunicación por el tipo de discurso que llevan adelante y que puede ser incómodo para el *statu quo*.

La Constitución Española, por ejemplo, reconoce el derecho a la libertad de expresión en su artículo 20, referido a la libertad de «expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción» (BOE, 1978: 5). Sin embargo, este derecho no ha sido desarrollado suficientemente en lo que respecta a la generación de condiciones para el desarrollo de medios de comunicación que no sean públicos (estatales, autonómicos, municipales) ni privados-comerciales. En última instancia, el diálogo con el derecho nos remite al rol de los Estados en la promoción (o no) de la comunicación alternativa, y abre una arista específica de discusión dentro del campo.

Por último, el pensamiento decolonial pone en el centro la pregunta por la colonialidad del poder, entendida como «una red de creencias sobre las que se actúa y se racionaliza la acción», que involucra la economía, la política, el conocimiento, las subjetividades, pero cuya identificación permite reconstruir y restituir «historias silenciadas, subjetividades reprimidas, lenguajes y conocimientos subalternizados por la idea de Totalidad definida bajo el nombre de modernidad y racionalidad» (Mignolo, 2010: 14). A juicio de Sousa Santos (2005), las ciencias sociales (y eso incluye a las ciencias de la comunicación) han menospreciado y descuidado en su análisis todo el conjunto de experiencias heterodoxas de las que forman parte las iniciativas y movimientos alternativos, lo que les ha restado credibilidad tanto al interior de la investigación social como de la acción política. Las experiencias de comunicación alternativa, al permanecer

invisibilizadas dentro del campo disciplinar de la comunicación, forman parte de esas experiencias desperdiciadas (sociología de las ausencias) que es preciso traer al frente (sociología de las emergencias). Políticamente, esto implica un punto de partida diferente al cual se han planteado proyectos de comunicación alternativa de carácter vanguardista, que pretenden llegar a los sectores populares con un discurso y un lenguaje ilustrado o académico, que concibe a la cultura popular y a sus sujetos como carentes de un saber transformador de la realidad. Este punto de partida también implica una crítica al rol jugado por las izquierdas políticas ante este tipo de proyectos, que en muchas ocasiones los han intentado dirigir o cooptar hasta el punto de eliminar su autonomía.

A modo de síntesis de esta primera parte, diremos que la teoría de la comunicación alternativa, nutriéndose de un conjunto de macroparadigmas del campo, y en tensión con ellos, así como en relación con disciplinas cercanas, desarrolla una epistemología propia que podríamos resumir en las siguientes características (Barranquero y Sáez, 2010):

1. Una orientación crítica y un compromiso con una praxis transformadora;
2. Una apuesta por metodologías y procedimientos participativos y localizados, que desnaturalizan y desafían la supuesta neutralidad y universalidad de las ciencias modernas/positivistas;
3. Una vocación interdisciplinar y de hibridación teórica, que busca romper la rigidez y compartimentación de los saberes;
4. Y una crítica a los modelos comunicativos imperantes y a su mirada en exceso informacional, mediocéntrica o periodística, promoviendo el grado máximo de la audiencia activa; esto es: la anulación de la distinción entre emisor y receptor porque todas las personas somos potenciales emisoras.

4. El carácter situado de la conceptualización

Históricamente, el área de la comunicación alternativa y comunitaria se ha caracterizado por su enorme dispersión teórica, un hecho del que dan buena cuenta las más de 50 definiciones localizadas por Benjamin Ferron (2012) en distintos contextos y momentos históricos: comunicación alternativa, comunitaria, popular, radical, ciudadana, participativa, táctica, autónoma, para desarrollo y el cambio social, etc. No obstante, esta falta de precisión conceptual en realidad da cuenta del carácter «situado» de las propias etiquetas dado que las denominaciones y sus matices varían en relación con los distintos tiempos y espacios. Por ejemplo, no es lo mismo hablar de «comunicación popular» en Latinoamérica que en los países del Este de Europa, en los que el concepto se tiende a asociar a las formas de propaganda comunista que dominaron durante la Guerra Fría. Asimismo, las etiquetas conceptuales también son afectadas temporalmente. Así, hay algunas que han perdido popularidad con el paso del tiempo —ej. contrainformación—, al tiempo que la popularización de nuevos términos en el ámbito regulatorio —como el de «comunicación comunitaria»— también parece influir en la manera en que los colectivos definen y nombran sus prácticas mediáticas. En esta línea, y más allá de las diferencias y las continuidades, identificamos, a grandes rasgos, tres grandes tradiciones de investigación, la europea, la estadounidense y la latinoamericana.

En Europa, la tradición de comunicación alternativa tiene la particularidad de emerger principalmente como crítica de los medios de comunicación público—estatales durante los años sesenta y setenta. Desde este punto surgirá primero todo el movimiento de las radios libres (Gaido, 1981; Flichy, 1981) y posteriormente el de las teles libres y las televisiones sociales (Mattelart y Piemme, 1981). Ambas manifestaciones buscaban representar las distintas sensibilidades presentes en la sociedad y que la lógica del discurso homogeneizador del Estado no permitía emerger en los medios de su titularidad. Con el tiempo, la mayoría de estas experiencias se fueron debilitando ya por sus propias dinámicas internas o por la falta de apoyo institucional desinteresado. Otras se transformaron en experiencias de carácter comercial o se decantaron por aceptar la ayuda interesada del poder político. Estos dos últimos núcleos constituyen parte importante de los circuitos de comunicación local que se mantienen vigentes en Europa.

En términos teóricos, las problemáticas que más intensamente se plantean en esta tradición son la relación de la comunicación alternativa con las vanguardias artísticas, los movimientos sociales y la izquierda política, así como las condiciones de posibilidad de los marcos regulatorios estatales. En esta tradición el concepto medios libres (*free media*) va a ser muy relevante. Según Reguero (2017: 11), se trata de una «forma de organización social autogestionaria y autónoma, siendo comunitaria por naturaleza, que florece especialmente en tiempos de crisis y que cuestiona tanto los discursos hegemónicos como la estructura de los sistemas nacionales de comunicación». Estos medios se caracterizan por promover la máxima participación en la producción, la gestión y el control de los medios. Pueden prescindir del profesionalismo, producen «contrainformación militante» y explotan el potencial subversivo de la comunicación (Ibid.). Este fenómeno se popularizó en los sesenta y setenta en países como Italia, Francia o Inglaterra. En el caso de las radios libres italianas, nos dice Prado (1983), se abogó explícitamente por una desjerarquización de la toma de decisiones y por la participación directa de los grupos de base, lo que contribuyó a eliminar la división social del trabajo y la jerarquización y compartimentación de las tareas que predominan en los medios convencionales. Por otro lado, en los momentos de conflicto social más intenso, esta misma lógica de funcionamiento había convertido a estas radios en medios acéfalos, producto de sus mecanismos assemblearios y horizontales de toma de decisiones.

En Estados Unidos, la conceptualización de la comunicación alternativa se enlaza con la lucha por los derechos civiles y ya en los sesenta del siglo XX recibe un fuerte empujón derivado del desarrollo del vídeo portátil y de las propias políticas de comunicación que permitieron la entrada de los/as videoactivistas (y de sus trabajos, enfoques e ideas) en los circuitos oficiales de televisión mediante canales de acceso público (Boyle, 1999). Este modelo empezó a mostrar sus falencias apenas comenzó a desarrollarse, tanto por las pretensiones artísticas individuales de los videoactivistas como por las políticas de comunicación cada vez más restrictivas con el acceso público. No obstante, aún persiste un circuito de trabajo que ha aprovechado

el desarrollo de las nuevas tecnologías para alcanzar una audiencia cada vez mayor y cada vez más conectada (Halleck, 2002).

Las problemáticas que se plantean más intensamente en esta tradición son las posibilidades desplegadas por los desarrollos tecnológicos (primero el vídeo y luego internet), el potencial de la sociedad civil organizada, las distintas aristas de las políticas de comunicación, y las alternativas de financiamiento dentro de un sistema de medios fuertemente privatizado y un sistema débil de medios públicos. En esta tradición son claves conceptos como contracultura, videoactivismo y acceso público. Aquí el videoactivismo remite a la idea de colectivos autoconvocados de creadores audiovisuales que integraron la experimentación artística en el soporte televisivo con la movilización política. Esto fue posible en Estados Unidos por la introducción al mercado del *Portapak Sony*, una cámara de vídeo portátil, que inspiró a una masa heterogénea de sujetos sin ninguna formación en el ámbito audiovisual —pero atraídos hacia un sector sin historia, jerarquías ni estructura—, para convertirse en emisores de imágenes. Con el posterior advenimiento de los canales de acceso público a principios de los setenta se produjo así una alianza estratégica entre los grupos de videoactivistas y las emisoras, que se convirtió en un experimento radical de comunicación democrática (Askanius, 2013).

En el ámbito latinoamericano el debate sobre la comunicación alternativa se enlaza con el de la información y la comunicación transnacional como mecanismos neocoloniales, que tuvo un hito en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe realizada en San José de Costa Rica (1976), cuya declaración final apuntó a la problemática de la producción extranjera y la concentración de los medios de comunicación. El potencial de este documento quedó silenciado debido al auge los gobiernos autoritarios durante las décadas de 1970 y 1980, lo que también produjo un nuevo vacío teórico. Respecto de casos concretos, la primera experiencia rastreada corresponde a las radios sindicales mineras bolivianas en la década de los cincuenta, diseñadas, ejecutadas y financiadas por obreros con una fuerte raigambre indígena.

En las siguientes décadas proliferaron diversas experiencias de radio, vídeo y cine militante, como parte de procesos de educación informal y/o de movilización social (Vinelli y Rodríguez, 2004) en que la Iglesia católica también juró un rol relevante (Peppino, 1999), ya sea para incentivar o contener esos procesos. Desde la década de los noventa se produjo un período en que la privatización y la desregulación han convivido con gobiernos progresistas que intentaron democratizar las comunicaciones (Artz, 2017), con diversos niveles de implantación y durabilidad en el tiempo. Una de las problemáticas que más intensamente se plantean en esta tradición es la comprensión de la comunicación alternativa como espacio de libertad y cambio social en el ámbito cotidiano. Y esto se da tanto bajo contextos de gobiernos autoritarios como en ausencia de políticas de comunicación. En esta tradición la idea de alternatividad fue encuadrada bajo conceptos como comunicación popular y comunicación comunitaria. Así, lo que define a la comunicación popular es su carácter de práctica liberadora y transformadora con el pueblo como protagonista, con una particular trascendencia respecto de la organización de los sectores populares (Kaplún, 1985). Para Roncagliolo, un medio comunitario sería aquél que está orientado a la representación de la heterogeneidad social, de cara a «asegurar que todas las voces estén presentes en el espacio radioeléctrico» (Roncagliolo, 1999: 268). Para Gumucio Dagron (2003), la comunicación comunitaria sería aquella que recoge el «pálpito» de la comunidad y el pulso de su vida cotidiana, en contraposición con el «pulpo» de sistema privado y el «púlpito» del sistema público.

En términos temporales, podemos trazar un rompeaguas en el debate conceptual a partir de hitos de la década de 1990. Específicamente, Chiapas en 1994 y Seattle en 1999 marcarán el inicio de una conciencia global crítica utilizando las tecnologías digitales para difundir nuevas formas de protesta social. En torno a estos acontecimientos es posible trazar un antes y un después en la reflexión teórica, a partir de las nuevas formas de participación política y conformación de redes globales (tecnológicas y activistas) propiciadas por lo que a estas alturas podemos llamar la web 1.0, por su bajo nivel de interactividad. El subcomandante Marcos emitiendo comunicados por internet desde la selva Lacandona o el proyecto *Indymedia*

(que surge en Seattle, pero a partir de redes tecnológicas y financieras propiciadas por activistas históricas de la televisión alternativa estadounidense como DeeDee Halleck), son dos expresiones de este cambio de era, que dan cuenta de las principales líneas de renovación del pensamiento sobre comunicación alternativa a nivel internacional y que marcan sus principales diferencias con el pensamiento producido hasta mediados de los ochenta.

Dentro de estas innovaciones destaca una mayor profundización de la reflexión respecto de la democratización interna de las experiencias y su vinculación con proyectos políticos más amplios. Asimismo, el abaratamiento y usabilidad de las tecnologías digitales ha diversificado su apropiación por parte de la población que no cuenta con un saber especializado en la materia. Sin embargo, lo anterior se ha convertido a su vez en fuente de nuevos activismos, por las externalidades negativas que ha develado internet en términos de privacidad, vigilancia y uso de datos para comunidades en situación de desventaja (Costanza-Chock, 2020).

Así, es posible establecer dos principales conjuntos de conceptos vinculados al campo. El primer conjunto reúne a conceptos que han sido acuñados en torno a los debates sobre la comunicación alternativa que se dieron sobre todo durante las décadas de 1960, 1970 y 1980. De esta primera etapa destacamos conceptos como libres, comunitarios, populares, participativos y activistas (conceptos vistos más arriba). Mientras el segundo conjunto de conceptos ha sido acuñado sobre todo desde los noventa en adelante; es decir, en el contexto del auge de la globalización neoliberal, nuevas formas de ejercicio de la ciudadanía y el surgimiento de estrategias de resistencia vinculadas al desarrollo de las tecnologías emergentes. De esta fase destacamos los conceptos de *medios ciudadanos, críticos, autónomos, tácticos y del tercer sector*.

5. Neosemánticas de la alternatividad

A principios de 2000, Clemencia Rodríguez (2001) acuñó el concepto de medios ciudadanos (*citizens media*) con el objeto de superar lo que la autora

criticaba como los marcos oposicionales y categorías binarias que habían determinado el devenir de la comunicación alternativa, hasta categorizarla como un actor pequeño y desposeído del paisaje mediático en contraste con los poderosos medios *mainstream*. Rodríguez acusaba la limitación que implicaba esta mirada binaria (son/no son) sobre los procesos de empoderamiento que provocan los proyectos de comunicación ciudadana en sus participantes y comunidades. Superados estos marcos, la autora sostiene que el término «medios ciudadanos» expresa mejor la singularidad de unos medios caracterizados por el acceso abierto y el voluntariado, metas de cambio social y una orientación no lucrativa. No obstante, lo más importante de estos medios radica en su potencial sobre los procesos de constitución y afirmación de la ciudadanía (Rodríguez, 2001). Desde esta misma perspectiva superadora de los antagonismos y debates binarios, Fuchs (2010) planteó la necesidad de hablar de medios críticos (*critical media*) para referirse a expresiones caracterizadas por el desafío de las formas capitalistas dominantes no sólo a nivel de contenidos sino también de producción, organización, distribución y recepción, lo que no implica necesariamente que los medios alternativos sean necesariamente no lucrativos. Aunque su concepción no alcanzó la popularidad de la de Rodríguez, precisamente por esto último, su teorización es un aporte interesante por cuanto ayuda a entender los medios críticos dentro de una relación dialéctica con una esfera pública dominante.

Por su parte, Langlois y Dubois (2005) acuñaron el concepto de medios autónomos (*autonomous media*), concibiéndolos como vehículos de los movimientos sociales, intentos por subvertir el orden social reclamando los medios de comunicación; comprometidos, primero y antes que todo, en la amplificación de las voces de personas y grupos normalmente sin acceso a los medios; independientes de instituciones dominantes tales como el estado, las corporaciones, la iglesia, el ejército; animadores de la participación de las audiencias al interior de sus proyectos. Esta conceptualización se mueve más allá de los temas de contenido y se introduce en los de la organización, la participación y el empoderamiento, bajo el supuesto de que un discurso auténticamente alternativo sólo puede ser propiciado a través de una organización que permanezca abierta, transparente y no jerárquica. Incluyen

desde panfletos a periódicos, radios piratas a sitios web y forman parte creciente de las herramientas de los activistas. Aunque formalmente Chris Atton (2002) va a seguir fiel a la etiqueta original de la comunicación alternativa, también centrará su análisis y reflexión en el proceso de «organización-producción-distribución» de la comunicación alternativa; es decir, un proceso no centrado sólo en el mensaje mismo de estos proyectos, sino en sus prácticas prefigurativas de modos más democráticos de vivir en sociedad. Explorando incluso la posibilidad más concreta de un periodismo alternativo (Atton y Hamilton, 2008) en oposición a la tradición burguesa y liberal.

Otro concepto de esta ola es el de mediactivismo. De acuerdo a Pasquinelli (2001), el mediactivista es una nueva figura social donde confluyen los atributos de operador, militante, artista y ciudadano, con la orientación a experimentar formas de autogestión de la comunicación, que pueden ser consideradas como pilares esenciales de una nueva idea de democracia y ciudadanía. También se caracterizaría por su desarrollo del *ludus* y de la creatividad y se constituiría como un modelo y metáfora de «hacer sociedad» en el actual contexto social y tecnológico. A decir de Pasquinelli, Indymedia habría sido el primer ejemplo de estas redes de comunicación autogestionada.

En cierta relación con el concepto anterior está la idea de medios tácticos (*tactical media*), acuñada por Boeckmann, Lovink y García (2003). Este concepto remite al campo de trabajo de unos artistas que adoptan una actitud positiva hacia la tecnología digital contemporánea, con un espíritu crítico e innovador. La noción remite a la integración entre arte y activismo político de base y a la disolución de las barreras entre las figuras del artista, el científico, el teórico y el activista político.

Por último, el concepto de tercer sector está vinculado con la institucionalización de los movimientos sociales (ONG, por ejemplo) y el desarrollo de una economía social que ha proliferado a escala europea a causa del declive del estado de bienestar (Jerez, 1998) y que se corresponde con «organizaciones autónomas no de beneficio que utilizan primordialmente, aunque no exclusivamente, medios simbólicos pro-sociales como la solidaridad, el don, el intercambio simbólico y mantienen una

relación privilegiada de osmosis con redes sociales primarias» (Herrera, citado en López Cantos, 2005: 35). Hasta cierto punto, el sentido original del concepto posee un sentido subsidiario y asistencialista puesto que pretende llegar allá donde el estado no llega. Ya en específico, el concepto de tercer sector de la comunicación o de medios del tercer sector fue trabajado durante la década de los 2000 por algunas autoras catalanas para referirse a las experiencias de comunicación que no son público-estatales ni privado-comerciales y que no persiguen fines lucrativos ni proselitistas (Clua, 2006). Las autoras conciben el concepto como heredero de las reivindicaciones que antaño efectuaron los denominados medios libres y concibe como característica sustancial básica su rol como crisol en el que se expresa la sociedad civil organizada (Clua, 2006; Clua *et al.*, 2006; Mayugo, 2006). Una década más tarde, los trabajos de RICCAP han retomado esta teorización para referir a medios de distinto cuño —comunitarios, libres, cooperativos, educativos, etc.— que se asemejan por su vocación participativa y por sus modos alternativos de pensar y hacer la comunicación al margen del binomio público y privado (Barranquero, 2016).

La posibilidad aglutinadora del concepto de tercer sector pasa por su contexto histórico de surgimiento, más vinculado a la relación entre medios y movimientos sociales en el contexto de la globalización y el desarrollo tecnológico. Si bien esta noción cubre con un vestido nuevo a viejos actores, también resulta interesante por ser capaz de contener experiencias surgidas en períodos históricos marcados por otros hitos, pero que en su momento perseguían los mismos ideales. Es decir, en la teorización ya no se habla sólo de radios libres, piratas, culturales, asociativas, educativas, sin ánimo de lucro, etc., sino también de televisiones comunitarias, de *podcast* y vídeo por internet, o de redes ciudadanas organizadas en torno a distintas tecnologías de la información. A su vez, refleja cierto potencial para la discusión en el marco de las políticas internacionales, por cuanto a nivel europeo se percibe un cambio de coyuntura, que parece más dispuesto a la idea de un tercer sector de la comunicación que a la de comunicación alternativa a secas (Clua, Fernández y García, 2006).

En síntesis, comprender el carácter situado de la conceptualización de la comunicación alternativa también permite observar que lo opuesto a la

alternatividad difiere espacial y temporalmente. Así, mientras en la tradición latinoamericana hay una crítica al imperialismo cultural y un foco sobre la participación de los sujetos populares excluidos en formas más dialógicas e inclusivas de comunicación, en la europea destaca la crítica al Estado y a la incapacidad de los medios públicos para responder a las múltiples subjetividades que circulan en la sociedad, además de las demandas relacionadas con habilitar un espacio en el espectro radioeléctrico para este tipo de comunicaciones. Por su parte, en los estudios estadounidenses se percibe un cruce más evidente entre activismo, medios alternativos y circuitos culturales y de expresión artística. A partir de finales de los noventa comienzan a difuminarse estas distinciones al tiempo que la comunicación alternativa y comunitaria se institucionaliza como campo de investigación. A esto contribuye tanto la actividad y el impulso de las asociaciones científicas del ámbito (como la International Association for Media and Communication Research-IAMCR), como la disolución de los límites entre el activismo mediático más tradicional y el digital, ambos practicados por nuevos movimientos sociales con contornos globales como las protestas de Chiapas desde 1994 o el movimiento antiglobalización desde Seattle (1999) en adelante. En este sentido nos parece interesante destacar el trabajo de John Downing como articulador de estos dos momentos.

En 1984, y en un marco de dominio de los medios analógicos tradicionales, el investigador estadounidense John Downing publicó el libro *Radical Media*, en el que empleó este concepto para referirse a expresiones culturales de pequeña escala, no proselitistas y vinculadas a movimientos sociales y políticos de la esfera pública alternativa con un potencial emancipador frente a las estructuras sociopolíticas excluyentes. En 2001, este trabajo fue reeditado y mejorado y su popularización coincidió con la publicación de otros dos trabajos de referencia en el sector —*Citizen Media* de Rodríguez (2001) y el *Alternative Media* de Atton (2002)—, que agitaron la discusión y revitalización de este campo de estudio. También por entonces, Downing acuña el concepto de medios alternativos radicales (*radical alternative media*), buscando una definición más precisa y entendiéndolos como medios de pequeña escala y formatos técnicos y

géneros diversos, que no tienen lealtades hacia ninguna autoridad corporativa, religiosa o gubernamental, sino que más bien intentan transformar el *statu quo*, proponiendo defensas y alternativas al mismo. Estos medios operarían habitualmente como parte de una esfera pública alternativa en fuerte vinculación con los movimientos sociales y políticos (Downing, 2001). De hecho, desde 2010, Downing usará indistintamente el concepto medios alternativos radicales y el de medios de los movimientos sociales, que dará título a una vasta enciclopedia que editó el año siguiente (Downing, 2011) y que es probablemente el intento transnacional más ambicioso de recopilación de experiencias y teorías en torno al sector. Partiendo de una crítica al mediocentrismo, Downing también plantea la categorización de medios efímeros o nanomedios (2010), para referirse a aquellas formas de comunicación alternativa aparentemente pequeñas o sutiles, que han acompañado a la historia moderna y que no tienen por qué ser necesariamente mediáticas.

6. Parientes conceptuales

Para terminar el debate en torno a los conceptos, señalar que existe una serie de atributos que llamamos «parientes lejanos» de la comunicación alternativa. Son familiares y a veces suplantando o se confunden con la alternatividad, pero la tesis de este capítulo es que la alternatividad es mucho más que ellos. Por otro lado, encontramos también parientes cercanos, entendidos como atributos o etiquetas que no son sinónimos de la comunicación alternativa, pero sí forman parte de sus características.

La marginalidad es un rasgo que se le atribuye a la comunicación alternativa; a veces desde afuera y otras veces desde los mismos sectores a los que pretende servir y que se relaciona con el alcance o visibilidad social de las experiencias. Desde fuera, en ocasiones se deslegitima la comunicación alternativa por su alcance menor en términos numéricos, pero eso implica desconocer que lo que define lo alternativo no es lo cuantitativo, sino el sentido de proceso vinculado a los intereses sociales, que contrasta con la lógica de mercantilización (Burch, 2003: s/p). Se trata de un atributo

ambivalente puesto que si por un lado remite a la afirmación de una cierta «autenticidad» (Martín Barbero, 2003: 126, 220), presenta el riesgo de fortalecer una «cultura del gueto» (Cesareo, 1979: 315). Sin embargo, también es posible plantear que toda comunicación alternativa se plantea inicialmente como un fenómeno marginal, pues siempre es un sector o grupo minoritario el que echa a andar un medio de este tipo. Sería su legitimidad social lo que lo haría superar este carácter (Reyes Matta, 1986).

La contrainformación se define como «el análisis crítico del discurso dominante» (Cassigoli, 1986: 71) y puede concebirse como uno de los primeros estadios de la comunicación alternativa, pero no la agota, pues esta última es ante todo un agente de desarrollo de poder (*developmental power agent*) y no sólo un contrapoder (Downing, 1984: 45). La comunicación alternativa también se presenta a veces como oposición a los circuitos oficiales de comunicación; es decir, aquélla que no está en los llamados medios hegemónicos, medios dominantes, grandes medios o *mainstream*. Sin embargo, no se agota en esta negación.

Otro concepto que vinculamos a este grupo es el de proximidad. La realidad de la Cataluña de los años ochenta llevó a autores autóctonos a acuñar la idea de medios o comunicación de proximidad, entendiendo por ello a medios (particularmente televisiones) de pequeña y mediana escala que apuntaban al desarrollo cultural local, con financiamientos públicos y privados, para satisfacer aquellos intereses públicos a los que la orgánica estatal no alcanzaba a cubrir. Se trata de un modelo comunicacional surgido principalmente para responder a la diversidad y heterogeneidad intraestatal que existe en varios países europeos (Moragas, Garitaonandía y López, 1999), pero no es un sinónimo del concepto de alternatividad tal y como lo hemos desarrollado aquí.

Por el contrario, consideramos tres conceptos o atributos como parientes cercanos de la comunicación alternativa: participación, horizontalidad y resistencia.

- La comunicación puede ser alternativa sólo en la medida que emerge y se sostiene por su capacidad para que puedan participar en ella sectores postergados. Este atributo marcaría una diferencia con la

comunicación de los grandes medios, pues ésta sería no participativa por definición, al ser parte y expresión de un modelo de desarrollo que promueve una forma egoísta de vivir la individualidad (Reyes Matta, 1986).

- La comunicación será alternativa en la medida que contenga una propuesta de cambio en las jerarquizadas relaciones emisor-receptor de los medios tradicionales. Según Nethol (1982: 240), el concepto de comunicación alternativa «corresponde a un modelo ético político donde los actores sociales se implican horizontalmente en sus participaciones en los intercambios de signos». Sin embargo, éste es un requisito no excluyente dado que no toda comunicación horizontal o participativa puede ser considerada como alternativa: además debe formar parte de un modelo ético político (Graziano, 1980).
- Por último, la comunicación alternativa promueve y reivindica formas de sociabilidad tradicionales que ya no gozan de la misma legitimidad social que en el pasado, pero que se constituyen como memoria de otra matriz cultural amordazada, dominada y deformada. Lo alternativo expresa esta resistencia ya sea en forma de defensa o como estrategia de adecuación hacia un presente más competitivo e individualista. No se trata de que esta matriz sea una alternativa, pero en ella hay elementos que muestran lo que debiera ser la comunicación alternativa (Hernández, 1987).

7. La especificidad euromediterránea

Situándonos en la Europa mediterránea, y centrados en el caso español, durante finales de los setenta y principios de los ochenta tiene lugar en el ámbito académico una importante penetración de la reflexión crítica sobre la comunicación, que da a su vez visibilidad a las experiencias alternativas emergentes. Así, por ejemplo, algunas de las y los fundadores de la investigación comunicacional en España durante el período de la Transición (en especial, las figuras de Bassets, De Fontcuberta, Gómez Mompart, Moragas Spà, Prado y Vidal Beneyto) alertaron sobre la importancia de la

comunicación alternativa y comenzaron a cimentar una tradición investigadora en abierto desafío a los modelos teóricos importados de los EE.UU. y con un énfasis prioritario en perspectivas alternativas como la economía política de la comunicación, la sociosemiótica, o la comunicología crítica latinoamericana. Estos análisis se expresaron en hitos como el Simposio Internacional «Alternativas a los Medios de Comunicación» (Salou-Reus, Tarragona, 1978), el congreso «Televisió i Autonomia Política» (Barcelona, 1979), o el encuentro «Economía Política de la Comunicación y la Cultura» (Burgos, 1979). A su vez, la reflexión académica estuvo alimentada por una implosión de experiencias de radios libres, televisiones comunitarias, fanzines, semanarios y revistas alternativas, etc. en distintos lugares. En particular, Cataluña/Catalunya, Madrid, Andalucía y el País Vasco/Euskadi fueron las Comunidades Autónomas donde más implantación tuvo este tipo de medios alternativos. Por su parte, y desde la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), un conjunto de profesores —véanse, por ejemplo, Moragas (1979, 1988), Moragas y Prado (1988), Prado (1983) o Gubern (1979)— trabajaron durante esos años documentando experiencias y desarrollando conceptos para comprenderlas y analizarlas.

Sin embargo, a diferencia de lo que ocurrirá en los países del centro y norte de Europa, en España estas iniciativas quedaron en un principio muy atrapadas en la disputa entre los medios públicos-gubernamentales y los privado-comerciales. Tras aquella implosión de los primeros años democráticos, el declive de las primeras experiencias de comunicación de base llegó a mediados de los ochenta, motivada, en buena manera, por la ausencia de un marco regulatorio garantista a nivel estatal y por la presencia de medidas discrecionales de alta inestabilidad a nivel autonómico según los intereses políticos de cada región. Posiblemente, esta debilidad se relaciona con un rasgo estructural de cultura política y que repercute sobre el sistema de medios en general: lo que Hallin y Mancini (2008) denominan el modelo «pluralista polarizado». Este sistema se caracterizaría, entre otros rasgos, por un alto nivel de polarización política en los medios, un sistema partidista de control de la radiotelevisión pública, una democratización tardía, y un menor desarrollo de la autoridad racional-legal coexistente con la presencia

constante del clientelismo. Un ejemplo de ello puede observarse en la trayectoria de muchas radios y televisiones asociativas españolas, que, ante la falta de un marco legal que las amparase, se vieron presionadas a convertirse en proyectos locales de gestión municipal o privado-comercial para poder sobrevivir (Guimerà, 2005).

Durante la década de 1990, en que buena parte de los medios alternativos se institucionaliza o desaparece, en el campo académico se produce un vacío teórico sobre el campo. No obstante, ya desde esa década el desarrollo de las tecnologías digitales impulsó el desarrollo de nuevas experiencias de comunicación alternativa que surgían sin la necesidad de pasar por autorizaciones administrativas o grandes inversiones en infraestructura. Durante la primera mitad de los 2000, se multiplicó, en suma, la diversidad de proyectos de comunicación alternativa en el Estado español: algunos históricos que venían de principios de la Transición, otros que, a contracorriente, habían nacido durante los noventa y otros tantos que aprovecharon el desarrollo tecnológico para emitir o publicar en internet. Quienes participan de proyectos de comunicación alternativa buscan autodefinirse y en ese proceso los proyectos hacen apropiaciones diversas de los conceptos que hemos revisado. En este contexto, el concepto de tercer sector puede sonar aséptico y poco convocante. Sin embargo, desde el propio movimiento de medios comunitarios del estado español ha comenzado a utilizarse este concepto como ilustrador estratégico (Sáez, 2008). Es decir, básicamente para dialogar con el Estado en sus reivindicaciones legales y de políticas públicas, y para reclamar un espacio propio que pone en evidencia lo incompleto que se encuentra el actual sistema de medios si sólo se concibe desde la dualidad público-comercial.

De acuerdo a la Red de Medios Comunitarios (Remc), principal federación de este tipo de medios en España, los medios del tercer sector de la comunicación son hoy:

1. Actores privados que tienen una finalidad social.
2. Gestionados por organizaciones sociales de diverso tipo.
3. Orientados a satisfacer las necesidades de comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de

las personas integrantes de comunidades determinadas, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses, ante las cuales son responsables.

4. Abiertos a la participación lo más amplia posible respecto la propiedad del medio y el acceso a la emisión, así como a las diversas decisiones de programación, administración, operación, financiamiento y evaluación.
5. Que no tienen fines de lucro.
6. Que no realizan proselitismo religioso ni político.

Pero como puede observarse, la Remc realiza una identificación entre «medios comunitarios» y «medios del tercer sector», que también es propia de este debate conceptual a nivel europeo. De hecho, el primer término es el que se ha ido afianzando entre las organizaciones y las instituciones de la Unión Europea y en Europa en general (Peissl y Tremetzberger, 2010), sobre todo en el seno del Consejo de Europa (CoE), donde en ocasiones se usa como sinónimo de medios del tercer sector. No obstante, la equivalencia de ambos términos es un debate que permanece abierto.

Conclusiones

La comunicación alternativa es más que marginalidad, contrainformación, participación y horizontalidad, aunque una experiencia que contenga alguno de estos atributos puede convertirse con el tiempo en una experiencia de comunicación alternativa. Del mismo modo, atributos asociados a la alternatividad tales como radical, autónomo, popular, comunitario, ciudadano, activista o táctico, cumplen con requisitos que se pueden exigir a una experiencia de comunicación alternativa. Asimismo, tienen una función complementaria entre sí: cada uno de ellos remite a un componente distinto y necesario para una conceptualización enriquecida y situada de la alternatividad. Lo que ha podido verse hasta ahora es que cada nueva conceptualización lo que busca es afirmar la alternatividad que subyace a su definición, que incluye tanto un movimiento de separación como de

superación. Una noción de comunicación alternativa consciente de su propia historicidad; es decir, donde sus contenidos se van complejizando en la medida que se va complejizando también el tipo de experiencias de comunicación alternativa. Que permite incorporar dentro de ella estos distintos atributos que hablan del carácter perfectible de la idea de alternatividad en virtud de las tensiones mostradas por los procesos sociales.

Si fuera posible agrupar en torno a una gran característica a la comunicación alternativa, sería su propósito de transformación del orden social hegemónico, con independencia del alcance sectorial o más amplio que se le otorgue a este objetivo. Ésta sería su principal característica de distinción con los medios tradicionales: el cuestionamiento del orden social que estos medios promueven y legitiman con cada una de sus opciones de contenidos, de temas, de actores y sectores relevantes: «que implican, explícita o implícitamente, la subversión del orden comunicativo establecido en las relaciones piramidales a que tienden los intercambios simbólicos de la massmediatización» (Nethol, 1982: 240).

Un propósito de transformación que no descansa en el discurso, sino en la práctica que le antecede y le da forma, de allí la importancia de incorporar los atributos de la alternatividad a la práctica cotidiana en la cual se desarrolla la experiencia. Si la comunicación alternativa es lo opuesto de la comunicación que representa, a día de hoy, a los intereses de los grupos dominantes de la sociedad, se trata por contraste de un espacio comunicativo colectivo caracterizado por su apertura a los sujetos a los cuales los grandes medios no dan voz o que no son reconocidos por estos medios desde su propia especificidad. Su relevancia debe medirse a partir de su efectividad para que distintos sectores sociales dominados y silenciados puedan producir, circular, dar vida a informaciones, opiniones y experiencias que no circulan por los grandes medios o que circulan deformadas. Entonces, se trata no sólo de la creación de nuevos medios de comunicación, sino de nuevos lenguajes en los cuales los grupos involucrados tienden a expresarse en sus propios términos.

No por nada, un buen criterio para distinguir un medio alternativo de uno tradicional es su tratamiento y cobertura de los conflictos sociales, ya que un

medio tradicional tenderá a problematizar cualquier reivindicación como desorden y tenderá a ocultar las demandas sociales presentes en el conflicto (Sáez, 2005). Por este mismo objetivo de democratización y cambio social que supera y convierte a cada experiencia en un medio para un fin mayor, la pregunta por el soporte pierde cierta centralidad. La crítica al mediocentrismo es parte sustancial de la teoría de la comunicación alternativa.

En síntesis, sostenemos es que sólo es comunicación alternativa la comunicación que, con independencia de la etiqueta específica que quiera portar (tales como las descritas en este capítulo), aspire al cambio social, a una sociedad más justa, y a una sociedad que desafíe el consenso y modelo económico dominante neoliberal, dando cuenta de los sectores, temas y problemáticas que este proyecto hegemónico oculta, reprime o desmoviliza, a través de un trabajo colectivo que permita prefigurar, a través de las prácticas cotidianas, aquellos proyectos de cambio social que se proclaman y defienden.

Referencias

- Aguirre Bianchi, C. (1986). «Ego Alter Sum [yo soy el otro]. Sobre la autoconciencia y la comunicación alternativa en un proceso de transición», en Simpson Grinberg, M. (ed.), *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia, México D.F.
- Artz, L. (ed.) (2017). *The Pink Tide: Media Access and Political Power in Latin America*, Rowman and Littlefield, Londres.
- Askanius, T. (2013). «Online video activism and political mash-up genres», en *JOMEC Journal*, n.º 4, págs. 1-17.
- Atton, Ch. (2002). *Alternative Media*, Sage, Londres.
- Atton, C. y Hamilton, J. F. (2008). *Alternative Journalism*, Sage, Londres.
- Bajtín, M. (2003 [1987]). *La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Alianza, Madrid.
- Barranquero, A. (coord.) (2016). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*, Centro Reina Sofía sobre

- Adolescencia y Juventud (FAD), Madrid.
- Barranquero, A. y Sáez, Ch. (2010). «Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación». Ponencia presentada en el II Congreso Internacional AE-IC 2010 *Comunicación y desarrollo en la era digital*. Málaga, 2-5 de febrero de 2010.
- Beltrán, L. R. (2008). «La comunicación y el desarrollo democrático en Latinoamérica: memoria de una quimera irrenunciable», en García de Madariaga, J. M.; Calvi, J. C.; Tucho F. y Meda, M. (eds.), *Políticas de comunicación en España y Latinoamérica: medios convencionales, tercer sector audiovisual y alfabetización digital*, Dykinson, Madrid.
- Beltrán, L. R. (1976). «Alien premises, objects, and methods in Latin American communication research», en Rogers, E. M. (ed.), *Communication and development: critical perspectives*, Sage, Beverly Hills.
- BOE (1978). *Constitución Española. Boletín Oficial del Estado, n.º 311.1*. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/1978/12/29/pdfs/A29313-29424.pdf> [Acceso el 14 de enero de 2021].
- García, D.; Lovink, G. y Broeckmann, A. (2003). «El GHI dels mitjans tàctics», en *Artnodes* n.º 2. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Artnodes/article/view/53049> [Acceso el 14 de enero de 2021].
- Boyle, D. (1999). «Un epílogo para la Guerrilla TV», en *Acción Paralela*, n.º 5, pág. 6.
- Burch, S. (2003). *El reto de articular una agenda social en comunicación*. Disponible en: <https://www.alainet.org/es/active/3033> [Acceso el 14 de enero de 2021].
- Cassigoli, A. (1986). «Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos», en Simpson Grinberg, M. (ed.), *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia, México D. F.
- Cesareo, G. (1979). «Comunicación alternativa y modo de producción en relación con el aparato radiotelevisivo», en Vidal-Beneyto, J. (ed.), *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

- Clua, A. (2006). *De las radios libres al Tercer Sector Audiovisual*. Conferencia en el I encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios, Santiago de Compostela.
- Clua, A.; Fernández, M. y García, J. (2006). «Medios sin ánimo de lucro en la regulación del audiovisual. El caso de España: del vacío legal al espacio marginal». Actas del I Congreso Nacional de ULEPICC-España, Facultad de Comunicación de Sevilla.
- Costanza-Chock, S. (2020). *Design Justice: Community-Led Practices to Build the Worlds We Need*, MIT Press, Massachusetts.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*, vol. 1. Artes del hacer. Universidad Iberoamericana (2.^a ed.), México.
- Díaz Bordenave, J. (1976). «Communication of Agricultural Innovations in Latin America: The Need for New Models», en *Communication Research*, 3, 2, págs. 135-154.
- Downing, J. H. D. (2011). *Encyclopedia of Social Movement Media*, Sage, Singapur – Nueva York – Nueva Delhi – California.
- (2010). «¿Mitjans lliures? De què i per fer què?, aquestes són les preguntes clau». Entrevista a John D. H. Downing realizada por Núria Reguero y Chiara Sáez, para el semanario *La Directa*, 181, 28 de abril de 2010.
- (2001). *Radical Media: rebellious communication and social movements*. California: Thousand Oaks.
- (1984). *Radical media: the political experience of alternative communication*, South End Press, Boston.
- Dussel, E. (2003). «Transmodernidad e interculturalidad (interpretación desde la filosofía de la liberación)», en *Erasmus: Revista para el diálogo intercultural*, vol. 5, n.º 1-2.
- Ferron, B. (2012). *Les médias alternatifs: 'Contre-culture' ou 'sous-culture'? Les luttes de (dé) légitimation de la communication contestataire à travers l'étude de publications académiques et militantes*, Universidad de Rennes 1, Britania. Tesis inédita de doctorado.
- Flichy, P. (1981). «La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa occidental», en Bassets, Ll. (ed.), *De las ondas rojas a las radios libres*. Gustavo Gili, Barcelona.

- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*, Tierra Nueva, Montevideo.
- Fuchs, C. (2010). «Alternative media as critical media», en *European Journal of Social Theory*, n.º 13(2), págs. 173-192.
- Gaido, M. (1981). «Los orígenes: la FM, los disc-jockeys y las radios piratas», en Bassets, Ll. (ed.), *De las ondas rojas a las radios libres*, Gustavo Gili, Barcelona.
- García-Canclini, N. (1989). *Las culturas populares y el capitalismo*, Nueva Imagen, México D. F.
- Gibbs, P. y Hamilton, J. (2001). «Alternative Media in Media History», en *Media History*, 7, 2, págs. 118-119.
- Gramsci, A. (1986). *Cuadernos de la Cárcel. Volumen IV*, Era, México D. F.
- Graziano, M. (1980). «Para una definición alternativa de la comunicación», en ININCO, vol. 1, n.º 1.
- Gubern, R. (1979). «Notas sobre el cine clandestino en Catalunya bajo el franquismo», en Vidal-Beneyto, J. (ed.), *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*, Consejo Superior de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Guimerà, J. A. (2005). «La televisió local: a les portes de la regulació definitiva a través de la TDT», en Rabadan, J. V.; Bonet, M.; Guimerà, J. y Domingo, D. (eds.), *Observatori de la Comunicació Local. Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.
- Gumucio-Dragón, A. (2003). *La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito*. Disponible en: <https://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio3.htm> [Acceso el 18 de enero de 2021].
- Hall, S. (1984). «Notas sobre la desconstrucción de “lo popular”», en Samuel, R. (ed.), *Historia popular y teoría socialista*, Crítica, Barcelona.
- Halleck, D. (2002). *Hand – held visions. The impossible possibilities of the community media*, Fordham University Press, Nueva York.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*, Hacer, Barcelona.

- Hamilton, J. y Atton, C. (2001). «Theorizing Anglo-American Alternative Media: toward a contextual history and analysis of US and UK Scholarship», en *Media History*, 7, 2, págs. 119-135.
- Hernández, T. (1987). «Usos teóricos y usos comunes: lo popular y la investigación de la comunicación», en *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, Ediciones Gustavo Gili, México D. F.
- Jérez, A. (ed.) (1998). *¿Trabajo voluntario o participación? Elementos para una sociología del tercer sector*, Tecnos, Madrid.
- Kaplún, M. (1998). *Una Pedagogía de la comunicación*, Ediciones de la Torre, Madrid.
- (1985). *El comunicador popular*, CIESPAL, Quito.
- Macbride, S. (1980). *Un Solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional UNESCO sobre problemas de la Comunicación*, Fondo de Cultura Económica, México, D. F.
- Martín Barbero, J. (2003). *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica, México D. F.
- (1987). *De los medios a las mediaciones*, Gili, Barcelona.
- Mattelart, A. y Siegelau, S. (1977, 1983). *Communication and Class Struggle*. IG/IMMRC, Nueva York – Banyolet.
- Mattelart, A. y Piemme, J. M. (1981). *La televisión alternativa*, Anagrama, Barcelona.
- Mayugo, C. (2006). «El “tercer sector audiovisual” irrumpe en la agenda política española» en *Pueblos* N.º 20, marzo 2006. Disponible en: <http://www.revistapueblos.org/blog/2006/03/09/el-tercer-sector-audiovisual-irrumpe-en-la-agenda-politica-espanola/> [Acceso el 18 de enero de 2020].
- McIlvenna, U. (2016). «When the News was Sung», en *Media History*, 22: 3-4, págs. 317-333.
- Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica. Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*, Signo, Buenos Aires.

- Moragas, M. (1979). «El trabajo teórico y las alternativas a los mass media», en Vidal-Beneyto, J. (ed.), *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- (1988). *Espais de Comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*, Edicions 62, Barcelona.
- Moragas, M. y Prado, E. (1988). *La comunicación local en Cataluña (1975-1988)*, Diputación de Barcelona, Barcelona.
- Moragas, M.; Garitaonandía, C. y López, B. (1999). «Televisión de proximidad en Europa. Razones para el optimismo», en Moragas, M.; Garitaonandía, C. y López, B. (eds.), *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, Servicio de publicaciones UAB, Bellaterra.
- Mosco, V. (2006). «La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después», en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, págs. 57-79.
- Nethol, A. M. (1982). «Reflexiones acerca de la teoría y acción comunicativas dentro de los procesos de transición a las democracias», en Fox, E. y Schmucler, H. (eds.), *Comunicación y democracia en América Latina*, Desco, Lima.
- Pasquinelli, M. (ed.) (2002). *Mediactivismo. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso*, Derive Approdi, Roma.
- Peissl, H. y Tremetzberger, O. (2010). «The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland», en *Telematics and Informatics*, 27, 2, págs. 122-130.
- Peppino, A. M. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: Origen, evolución y perspectivas*, Plaza y Valdés, México.
- Prado, E. (1983). *Las Radios Libres. Teoría y práctica de un movimiento*, Editorial Mitre, Barcelona.
- Reguero, N. (2010). *Polítiques públiques i sostenibilitat dels mitjans lliures a Amèrica Llatina i la Unió Europea. De les ràdios lliures als*

- comuns digitals*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.
- Reyes Matta, F. (1983). «Consenso del Seminario», en Reyes Matta, F. (ed.), *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*, ILET, México D.F., págs. 239-250.
- (1986). «La comunicación transnacional y la respuesta alternativa», en Simpson Grinberg, M. (ed.), *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia, México D. F.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*, Hampton Press, Cresskill.
- Roncagliolo, R. (1999). «Las redes de cooperación y la radio comunitaria», en Chaparro, M. (coord.), *La democratización de los medios. Actas del Segundo congreso de radio y televisiones locales, públicas y alternativas*, EMARTV, Sevilla.
- Sáez Baeza, Ch. (2009). «Invisibilización de la comunicación alternativa: propuestas de entrada y salida» en *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64, págs. 416-423.
- (2008). *Tercer sector de la Comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.
- (2005). «Seguridad ciudadana y conflictos sociales. Cobertura y tratamiento en la TV», en ^[SEP]Cerbino, M. (ed.), *Violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Flacso – Ecuador, Quito, págs. 21-49.
- Scott, J. (2003). *Los Dominados y el arte de la resistencia*, Era, México.
- Simpson Grinberg, M. (1986): «Introducción. Comunicación alternativa: Tendencias de la investigación en América Latina», en Simpson Grinberg, M. (ed.), *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia, México, págs. 23-57.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Thompson, E. P. (2012 [1963]). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Capitán Swing, Madrid.

- Thompson, E. P. (1981). *Miseria de la Teoría*, Editorial Crítica, Barcelona.
- Thwaites Rey, M. (1994). «La Noción Gramsciana de hegemonía en el convulsionado fin de siglo», en Ferreyra, L.; Logiudice, E. y Thwaites Rey, M. (eds.), *Gramsci: Mirando al sur. Sobre la hegemonía de los 90*, K&ai Editor, Buenos Aires.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y Literatura*, Península, Barcelona.

2

Libres y comunitarias. Medio siglo de radio alternativa en España (1976-2020)

José Emilio Pérez Martínez
(Universidad Rey Juan Carlos)

Núria Reguero Jiménez
(Digital Commons, DIMMONS-UOC; Instituto de Gobierno y Políticas Públicas, IGOP-UAB)

Introducción

Por su horizonte de posibilidades emancipadoras, la radiodifusión cautivó imaginaciones desde su nacimiento. Ya en la década de los treinta, Bertolt Brecht y Walter Benjamin intuyeron el potencial de la radio para construir una comunicación horizontal que diese voz a aquéllos que no la tenían. El primero defendió «constituir a los radioyentes en abastecedores» de sus contenidos (Brecht, 2003: 13) y el segundo, «que a la radio le interesa poner el micrófono delante de cualquier persona» (Benjamin, 2015: 375). Y pese a que el medio se fue convirtiendo en una herramienta al servicio de estados y grupos empresariales, es posible encontrar un hilo emancipador que nos llevaría desde las primeras comunidades de radioaficionados a emisoras como la KMPX de San Francisco, pasando por los radio-clubs obreros de Alemania, Radio Carolina y otras emisoras piratas del Mar del Norte, o Radio España Independiente —la Pirenaica—, hasta llegar al movimiento de las radios libres y comunitarias.

Estas últimas, protagonistas de las siguientes páginas, son la forma particular que adoptaron en Europa las emisoras impulsadas por grupos

sociales estrechamente conectados a los *nuevos movimientos sociales* y la *Nueva Izquierda* post-mayo del 68, a partir de la segunda mitad de la década de 1970. Desde su origen en plena efervescencia social, el rol transformador de estas experiencias ha ido más allá de lo discursivo e incluso de la posibilidad de convertir al receptor en emisor: el uso emancipador de los instrumentos de la comunicación por parte de los colectivos sociales ha tenido históricamente un reflejo en las formas organizativas que éstos han ido adoptando. En ellos se reúnen el consumo y la producción y un modelo organizativo que tiende a la horizontalidad y autogestión. Por otra parte, en la producción hallamos autonomía, cooperación, autoformación, convivencia, la renuncia al lucro, la ética en la financiación y, con el tiempo, la preocupación por utilizar el *software* libre y licencias *creative commons* (Reguero, 2017).

El movimiento de las ondas libres llegó a España fuertemente inspirado por las experiencias de Italia y Francia, donde se ubicaban los principales impulsores de este tipo de proyectos, que rápidamente se extenderían por Europa occidental como respuesta a una generalizada situación de *anomia comunicacional*. Esta tesis plantea que este tipo de emisoras nacieron como respuesta a una tensión existente entre valores de la cultura dominante socialmente deseables, la libertad de expresión y el derecho a la información, y los medios normalizados para acceder a ellos, unos medios de comunicación en manos de monopolios estatales o corporaciones privadas (Pérez Martínez, 2017).

La aparición de este fenómeno en Italia coincidió con el ciclo de movilizaciones que vivió el país en los *anni dei piombo*, alrededor del desarrollo de la autonomía, el *operaísmo* y lo que terminaría por conocerse como el *movimiento del 77*. Se considera, tradicionalmente, a Radio Sicilia Libera como el antecedente del movimiento por la libertad de emisión italiana, pues estuvo cerca de 27 horas en el aire, en marzo de 1970, denunciando la situación de su región, antes de ser clausurada por la policía (Perrota, 2013: 51). Sin embargo, es en 1974, con las emisiones de Radio Bologna per l'accesso pubblico desde una *roulotte*, cuando podemos situar el nacimiento oficial de este heterogéneo movimiento que vino a desafiar el régimen monopolístico de la Radiotelevisione Italiana (RAI) (Prado, 1981:

39). El número de estaciones creció progresivamente durante la década de los setenta, con ejemplos como la también boloñesa Radio Alice, vinculada al colectivo A/Traverso y cuyo cierre en directo, en mitad de unas jornadas de enfrentamientos entre los estudiantes y los *carabinieri*, la convirtieron en un mito del movimiento. Con este cierre, y el de la romana Radio Città Futura, la situación de este tipo de emisoras se tornó complicada en Italia, su número disminuyó gravemente y tuvieron que sobrevivir durante la década de 1980, hasta que la aprobación de la Ley de 6 agosto 1990, n. 223 (Ley Mammi), reconoció con limitaciones la figura de la radio comunitaria.

En Francia, la aparición de las radios libres es uno de los principales factores que explican el fin del monopolio estatal del sistema comunicativo en 1981. Por su proximidad, los acontecimientos del país galo influyeron también en la gestación de las radios libres en España. Durante las movilizaciones de mayo de 1968, tildadas de «laboratorio de la palabra», las emisoras Radio Télévision Luxembourg (RTL) y Europe 1 mostraron que era posible quebrar el monopolio informativo de la Office de Radiodiffusion-Télévision Française (ORTF). Encontramos un antecedente del movimiento de las radios libres en Radio Campus, situada en el campus de Villeneuve d'Ascq, de la Universidad de Lille la emisora asociativa más longeva del país galo. El pistoletazo de salida del movimiento lo dio la aparición, en mayo de 1977, de la parisina Radio Verte, puesta en marcha por el colectivo de la revista *Interférences* (Lefebvre, 2016: 19-24). Hasta 1981 proliferaron en el Hexágono multitud de emisoras libres, que vieron cómo la administración Mitterrand, implicada en el escándalo de Radio Riposte (Lefebvre, 2019), ponía fin al monopolio estatal en 1982. En este contexto de movilizaciones a escala internacional se enmarca el surgimiento de las radios libres españolas.

1. Las décadas de 1970 y 1980: eclosión del movimiento de las radios libres en España

El contexto en el que surgieron las radios libres españolas estuvo fuertemente influido por la muerte del dictador Francisco Franco en 1975 y el inicio de la transición democrática, por lo que existía el deseo de disfrutar de libertad de expresión entre gran parte de la población. La actividad de estos medios se enfrentó, desde el principio, a un fuerte control del espectro radioeléctrico por parte del Estado, aunque la disponibilidad de frecuencias debido a la escasez de emisoras FM en España durante los años setenta y ochenta favoreció su proliferación.

Radio La Voz del Pobre en Madrid (1976) y Ràdio Maduixa en Granollers (1977) —emisoras más volcadas en el ocio y que existían por el mero placer de existir, *epicúreas* (Pérez Martínez, 2012)— pueden ser consideradas los antecedentes directos del movimiento de las radios libres en España, por bien que el origen se ha situado tradicionalmente en la aparición de la catalana Ona Lliure (1978). A este proyecto le siguieron otros por toda la geografía española como Osina Irratia en San Sebastián (1979), Sorgiña Irratia en Pamplona (1979), Radio Acción en Madrid (1982) o Radio Klara en Valencia (1982).

Ona Lliure, clausurada varias veces hasta su cierre definitivo en 1980, fue impulsada por un conglomerado de personas provenientes de los movimientos sociales que convergieron con radioaficionados y estudiantes y profesionales de la información. Éstos habían conocido de primera mano los movimientos francés e italiano en 1978, en el encuentro de ALFREDO 78, organizado por las coordinadoras de estos países: Association pour la Libération des Ondes (ALO) y Federazione Radio Emittenti Democratiche (FRED). Su propósito era ofrecer contrainformación frente a los medios estatales y generar puntos de encuentro y debate entre los movimientos sociales y la ciudadanía. La emisora dejaba bien claro que no pretendía ser portavoz de ningún partido político o sindicato, así como tampoco propiciar la división social del trabajo en su interior. Su primer cierre policial tuvo lugar quince días después del inicio de las emisiones, en abril de 1979, cuando el Ministerio de Cultura ordenó el precinto de la estación. Esta actuación caracterizaría el *modus operandi* del gobierno frente a la libertad de emisión: represión sin procedimiento judicial, debida al vacío legislativo en materia de emisión en frecuencia modulada (Prado, 1981).

La autorización para adjudicar frecuencias en el sector se produjo muy pronto en España, probablemente por influencia de los debates legislativos en Italia y Francia. Adelantándose a ambos países, el recién investido gobierno de la Unión de Centro Democrático (UCD) introdujo la figura de las «emisoras educativas y culturales sin ánimo de lucro» en el *Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión sonora en Frecuencia Modulada* de 1979. Sin embargo, tanto el movimiento como algunos miembros de la academia criticaron fuertemente las regulaciones impulsadas desde los gobiernos de Suárez, ya que las condiciones de concesión eran prácticamente imposibles para los medios no lucrativos. Requisitos como el establecimiento de programación mínima o la obligación de producir informativos generales a través de servicios propios encarecían en exceso la producción, situando a la radio fuera del alcance de los grupos sociales (Prado, 1981: 247-248).

En paralelo a la aprobación del decreto, el gobierno central ordenaba el cierre de emisoras. La organización estatal e internacional, así como la diversificación de enfoques y estrategias, fueron las respuestas del movimiento por el derecho de la ciudadanía a las ondas. La articulación de las radios a escala estatal culminó con las I Jornadas de Radios Libres, celebradas en Barcelona del 14 al 17 de junio de 1979, a las que acudieron emisoras de todo el estado con el objetivo de articular una campaña para la despenalización de su actividad. Entre sus exigencias figuraba una regulación no restrictiva de la distribución de frecuencias, priorizando la rentabilidad social del medio frente a la económica y estableciendo que las radios libres no pudieran tener beneficios económicos (Prado, 1981). A partir de este momento, comenzaron a sucederse los encuentros de la Coordinadora Estatal de Radios Libres, celebrados en Cataluña y el País Vasco, que fueron los dos principales nodos de actividad del movimiento en sus primeros compases.

La llegada al gobierno del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en 1982 presagiaba un viraje de la política cultural y comunicativa, pero el intento de golpe de Estado de 1981 y el apoyo que algunos grupos mediáticos ofrecieron al partido frenaron el esperado *cambio*. Pese a que en el país vecino se legalizaban las radios libres en 1982, la falta de voluntad

política para regular la situación de las radios españolas era cada vez más evidente.

En mayo de 1983, organizado por las jovencísimas Onda Sur (Madrid) y Radio OK (Oviedo), se celebró en el madrileño Ateneo Libertario de Villaverde el VI Encuentro de la Coordinadora Estatal de Radios Libres. Más de una veintena de emisoras de todo el estado acordaron el *Manifiesto de Villaverde*, un documento clave en el que definieron su naturaleza como radios autogestionadas por sus miembros e independientes de grupos políticos o económicos y como iniciativas no profesionales, sin ánimo lucrativo y participativas. Estas emisoras se consideraban nacidas con el objetivo de satisfacer el derecho de toda persona individual o colectiva a expresar libremente sus opiniones (Coordinadora Estatal de Radios Libres, 1983).

Tras Villaverde, y cada vez más abiertas a la espontaneidad de la expresión popular, las radios libres tomaron fuerza a lo largo de la década, acercándose a un período eufórico en 1984, en el que existían más de 100 emisoras de este tipo. De entre todos los proyectos nacidos estos años y que configuraron el magna heterogéneo que constituyó este movimiento, podemos destacar: Radio Luna Llena, luego Radio Legaña (Almería, 1983), Radio Lupa (Córdoba, 1985), Radio Tururú (Cáceres, 1985), Radio Buraco (Valdeorras, 1984) y Radio Antoxo (A Rúa, 1984) en la provincia de Orense, Radio Piratona (Vigo, 1988), Radio Kras (Gijón, 1985), Radio Sele (Oviedo, 1986), Radio Zorro (Santander, 1988), Hala Bedi Irratia (Vitoria, 1983), Irola Irratia (Bilbao, 1986), Eguzki Irratia (Pamplona, 1982), Onda Verde (Zaragoza, 1986), Radio Castaña (Huesca, 1983), Radio PICA (Barcelona, 1981), Radio Bronka (Barcelona, 1987), Radio Funny (Valencia, 1986), Radio Cinc (Sueca, Valencia, 1983), Radio Scándalo (Cartagena, 1984), Radio Termita (Murcia, 1983), Radio Manuela (Albacete, 1983), Radio Bigarda (1984), Radio Chicharra (Toledo, 1985), Radio Arrebato (Guadalajara, 1988), Radio Caribú (Valladolid, 1984), Radio PKO (Segovia, 1984), Radio Iris (Aranda de Duero, Burgos, 1986), Onda Verde (Madrid, 1984), Radio Cero (Madrid, 1984) o Radio Cigüeña (Rivas Vaciamadrid, Madrid, 1988).

Este magma heterogéneo de radios se fue organizando en estructuras de coordinación regionales que, a su vez, confluían en la Coordinadora Estatal. Se fueron gestando a lo largo de estos años instancias como la Coordinadora de Radios Libres de Euskal Herria, en 1983, o el Colectivo Pro-Radios Libres de Extremadura, en 1984, que servirían de ejemplo a otros posteriores pero con un largo recorrido, como la Federación Aragonesa de Radios Libres, creada en 1991 y aún hoy en activo.

Estos años son escenario de aparición de emisoras diversas, puestas en marcha por grupos de jóvenes, colectivos sociales o asociaciones de vecinos, con programaciones en las que tuvieron cabida programas musicales, espacios contrainformativos y muchas horas de emisión realizadas por y para los movimientos sociales: feminismo, ecologismo, antimilitarismo, pacifismo, antirrepresión, etc. En estos años, y pese a las diferencias, el perfil de estas emisoras encontró su mínimo común denominador en un marcado espíritu reivindicativo (García García, 2017). Muchas de estas emisoras estuvieron influenciadas por la izquierda radical, y mantuvieron una confrontación ideológica con la cultura dominante en aquellos años, la de la *modernización* socialista. Uno de los más claros ejemplos de esta actividad en favor de la creación de una *contrahegemonía* (Williams, 2009: 155) fue el posicionamiento unánime de todos estos proyectos a favor del *no* en el referéndum sobre la permanencia de España en la OTAN de 1986, lo que las enfrentó abiertamente al ejecutivo socialista en lo que se ha considerado el *canto de cisne*, la última batalla, de la izquierda española de aquellos años.

Este clima propició las colaboraciones contra la represión y para la mejora de las condiciones, también a escala internacional. Activistas de Europa, Canadá, Estados Unidos y América Latina establecieron conexiones y articularon un discurso para defender sus derechos ante autoridades nacionales y organismos internacionales como la UNESCO o el Consejo de Europa. Esta primera convergencia dio lugar a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), constituida en agosto de 1983 en Montreal. En Europa, las asociaciones nacionales que surgieron a mediados de los ochenta iniciarían colaboraciones formales con el propósito de incidir en las políticas de las instituciones europeas y poner fin a la situación de

precariedad y persecución que sufrían muchos de los medios que representaban. Durante el II Encuentro de AMARC, celebrado en 1986 en Vancouver, los activistas europeos formularon la propuesta de unirse entre ellos con el fin de avanzar en la coordinación del sector en su continente. Esto se concretó un año después en Forcalquier, Francia, donde se fundó la Federación Europea de Radios Libres (FERL). La FERL funcionó durante estos años como organismo oficial de representación a escala regional, nacional e internacional.

En su Declaración de principios, los 15 proyectos que constituían la Federación (provenientes de Inglaterra, Suiza, España, Grecia y Francia) se acogían al Artículo 10 de la Convención Europea de los Derechos Humanos del Consejo de Europa y a las recomendaciones de la UNESCO, para definirse como herramienta para el ejercicio de la libertad de expresión y como alternativa al orden mundial de la información establecido. Con el apoyo de un grupo de europarlamentarios, la Federación logró que en 1987 se aprobara una moción a favor de una resolución del Parlamento Europeo para el reconocimiento del sector. Dentro del movimiento de las radios libres españolas destaca el rol de Onda Verde, en particular el coordinador Esteban Ibarra y su equipo, quienes se encargaron de promover y dinamizar la participación en estos organismos de coordinación internacionales. No en vano, Ibarra llegó a ocupar vicepresidencias tanto en AMARC como en la FERL.

Estos avances en el reconocimiento de estas radios a escala europea no tuvieron repercusión alguna en el Estado español, ni en el plano legislativo ni en el político-social. Al contrario, la situación del movimiento se fue complejizando según avanzaban los años ochenta, especialmente en el ámbito de lo local. Por un lado, la llegada de las corporaciones transnacionales y la reproducción de las lógicas comerciales a esta escala dio por perdida la posibilidad de un cambio de paradigma (Prado, 1983). Por otro lado, la relación entre estas emisoras y el movimiento vecinal fue estrechándose. A pesar de que algunos autores han señalado que éstos habrían sufrido los procesos de desmovilización política promovidos desde los nuevos ayuntamientos democráticos, a través de la cooptación de liderazgos vecinales (Jerez y López, 2004), todo parece apuntar a que, en un

momento en el que el movimiento vecinal estaba perdiendo su influencia, las radios libres ayudaron a este último a conectarse con las generaciones más jóvenes (Pérez Martínez, 2020).

La proliferación de emisoras municipales vino a añadir otro elemento de complejidad a la situación. Muchos ayuntamientos promovieron su creación para tener representada su voz en el sistema comunicativo gubernamental, también llegaron a coordinarse en redes regionales como la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía (EMA), creada en 1984. Viendo una salida a su situación de alegalidad, decenas de radios impulsadas por colectivos sociales estrecharon lazos con sus consistorios e incluso pasaron a funcionar como emisoras municipales (siendo el caso de Montcada Ràdio y otras emisoras impulsadas en pequeñas localidades).

Es en estos años cuando, a pesar de lo inestable del panorama, aparecieron los primeros intentos de coordinación contrainformativa y generación de noticias propias. Creadas directamente por el movimiento de las radios libres, surgieron las agencias Tas-Tas, en el País Vasco en 1986, y la Agencia de Noticias Alternativas (ANA), en Cataluña en 1987. A través de contestadores automáticos y boletines periódicos en papel, estos proyectos intentaron canalizar y distribuir las noticias generadas por los grupos alternativos. Pronto se establecieron contactos y se estrecharon lazos con otros proyectos similares que fueron apareciendo por la península, como UPA nacida en Madrid en 1988, creando un tejido contrainformativo comprometido con desvelar aquello que quedaba fuera del discurso de los medios generalistas.

Volviendo al aspecto legal, la figura de las radios «educativas y culturales sin ánimo de lucro» desapareció con la aprobación, el 18 de diciembre de 1987, de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) (BOE núm. 303, de 19 de diciembre). La LOT fijaba un marco general en materia de regulación del espectro radioeléctrico, que atribuía la explotación directa de la radiodifusión a las Administraciones y la gestión indirecta a personas físicas o jurídicas. Las emisoras comerciales resultaron adjudicatarias de prácticamente la totalidad de frecuencias en el reparto efectuado tras el correspondiente Plan Técnico, aprobado en 1989, cuando las radios libres y comunitarias ya superaban el centenar. Paralelamente a

los anuncios de regulación por parte de la Dirección General de Telecomunicaciones, diferentes comunidades autónomas incorporaron progresivamente en sus marcos normativos figuras equivalentes a las emisoras sin ánimo de lucro. Las denominaciones de radios culturales o educativas fueron las elegidas, en detrimento de las libres o comunitarias, que habían cobrado peso en los últimos años, en medio de las tensiones y negociaciones de cara al Plan Técnico.

Finalmente, estos colectivos pasaron a ocupar un lugar residual debido al auge de las radios comerciales, que se van haciendo cada vez con más licencias, y de las municipales, estas últimas quedando bajo la influencia directa de los ayuntamientos. A esto se añadieron los expedientes sancionadores a emisoras que emitían sin licencia o cierres como el de la barcelonesa Ràdio PICA, que vio como en 1987 los Mossos d'Esquadra incautaban sus equipos por, aparentemente, causar interferencias en el aeropuerto de El Prat. Al terminar la década de los ochenta quedaba en evidencia la falta de voluntad política para acercar la radio a la sociedad civil, tal como reflejan la legislación y la adjudicación de licencias. En primer lugar, de las cerca de 400 licencias de radio concedidas al inicio de la Transición, ninguna fue para las radios libres, a pesar de su importante volumen en aquella época. En segundo lugar, resulta llamativo que de las 350 licencias puestas a disposición tanto del Estado como de las comunidades autónomas con las competencias transferidas en 1989, tan sólo dos se adjudicaron a emisoras libres: Radio Klara en Valencia y la Federación de Radios Libres de la Comunidad de Madrid (FERALICOMA), que agrupaba a varias emisoras madrileñas, en la vecina localidad de Chinchón. El esperado *cambio* resultó en una modernización cultural, dejada en manos del mercado, encarnada en La Movida, y una modernización política reducida a los cauces de participación parlamentarios (Prado, 1983).

2. Los años noventa y los primeros 2000: el resurgimiento de las radios libres y comunitarias

La agitación social vivida en España a principios de los noventa dio pie a una nueva época de apogeo de las radios libres y las de corte comunitario. Las críticas procedentes de América Latina en el marco del quinto centenario del «Descubrimiento» o las protestas para la abolición de la deuda externa y el alzamiento neozapatista de Chiapas, fueron algunas de las problemáticas sociales de las que se hicieron eco las emisoras alternativas durante estos años. Dichas protestas fueron el precedente del movimiento antiglobalización, a la par que convergieron en él. Activistas y comunicadores sociales comenzaron a tomar conciencia de la necesaria sincronización entre las dinámicas globales y las locales, nuevos retos que se plantearon en común con diferentes movimientos sociales y de ONG (Jerez y López, 2003: 228). En esos años las dinámicas comunitarias se extendieron más allá del territorio cercano para interpelar a la comunidad global de interés. Un ejemplo de ello fue la dinámica comunicativa del movimiento zapatista, que empleaba la radio, internet y el vídeo, además de publicaciones impresas, dando lugar a un proyecto de comunicación alternativa que ya no se podía definir comunitario en el sentido tradicional localista. Otro ejemplo fue Indymedia, el centro de medios independientes creado durante las manifestaciones contra la Organización Mundial del Comercio y sus planteamientos neoliberales globalizadores, en noviembre de 1999 en Seattle. En este contexto de movimientos sociales «glocales» tuvo lugar un apogeo de la comunicación alternativa a escala internacional, que se refleja en las demandas para la democratización de la comunicación recogidas por los Nuevos Movimientos Globales (Hinz, 2007).

En España, sin embargo, la situación se presentaba desfavorable para las radios libres y comunitarias. La obligatoriedad de suspender sus emisiones como condición para presentarse a concurso de licencias, impuesta por el Plan Técnico de 1989, hizo que muchas de ellas no retomasen nunca más su actividad en las ondas hertzianas tras un reparto de frecuencias que favoreció únicamente al sector comercial. A esta desaparición de proyectos habría que sumar la consumación de una ruptura dentro del movimiento que se venía fraguando en los últimos años. Se produjo, con particularidades según los territorios, una separación entre aquellos proyectos que mantuvieron su adhesión a los principios del *Manifiesto de Villaverde* y la

denominación clásica de radios libres y otros que, al contacto con experiencias latinoamericanas y anglosajonas, comenzaron a transitar hacia lo comunitario y el trabajo al servicio de sus vecindarios, en lo que García García (2017) considera un paso hacia un modelo de *radio abierta*. Esta nueva concepción de la radiodifusión alternativa se orientó hacia la expresión juvenil; priorizó el ocio y la cultura frente a la reivindicación política —que había sido la norma la década anterior y que seguía siendo referente para muchos proyectos— e hizo que las emisoras se convirtiesen en receptoras de propuestas provenientes de su entorno más cercano, tanto territorial como personal.

Los/las jóvenes de los barrios fueron los protagonistas de este nuevo periodo, incorporándose a las asociaciones que daban cobertura a las distintas radios y ayudando a su sostenimiento a través del pago de sus cuotas. Aunque hubiese proyectos que utilizaban indistintamente uno u otro término para definirse, se opusieron dos visiones alrededor de cuestiones importantes: presentarse y aceptar subvenciones de las distintas administraciones; contratar a personal en las emisoras; y, en menor medida, prestar la estructura de las radios para que se pudiese realizar la prestación social sustitutoria. Para aquellas estaciones que seguían adscribiéndose a los principios de Villaverde, la aceptación de una subvención condicionaba la libertad de expresión y la contratación de personal iba en contra de la idea de no profesionalización de los medios libres.

Tal división de planteamientos se plasmó en la existencia de dos estructuras de coordinación paralelas tanto a nivel estatal como en algunas de las regiones y comunidades autónomas. Durante un tiempo convivieron estructuras como la Coordinadora Estatal de Radios Libres junto a la Coordinadora Estatal de Radios Comunitarias, que más tarde se convertiría en la Asociación de Radiodifusión Comunitaria de España (ARCE), cercana al entorno de Esteban Ibarra y Onda Verde. Hubo casos, como el de Madrid, en el que convivieron emisoras que se denominaban culturales, otras que mantenían el nombre de libres y las que optaban por lo comunitario. En tal situación de diversificación del sector nacieron proyectos como Contrabanda FM (Barcelona, 1991), Radio Almenara (Madrid, 1994), CUAC FM (La Coruña, 1996) o Radio Topo (Zaragoza, 1993).

Pese a ese puntual y progresivo abandono del carácter reivindicativo, que en lo comunicativo se estaba canalizando poco a poco a través de internet, las radios libres y comunitarias estuvieron presentes en las principales movilizaciones de estos años: la guerra del Golfo (1991), el foro alternativo a la reunión del Fondo Monetario Internacional en Madrid (1994), la huelga general del 27 de ese enero, las movilizaciones por el 0,7% (1994) o la lucha de la filial de Telefónica, Sintel (2001). En estos años, internet comenzó a ser un gran aliado para estas emisoras ya que permitió ampliar su radio de acción y su incidencia social. Del mismo modo, muchas de ellas vivieron un importante proceso de maduración que las llevó a mejorar sus proyectos, su organización, sus redes de contactos con la sociedad civil y los mecanismos de participación ciudadana. Sin embargo, debemos reconocer que el movimiento nunca recuperó la incidencia social de la década de los años ochenta (García García 2017: 35).

En cuanto al marco jurídico, éste seguía siendo adverso. Por un lado, con la entrada en vigor de sus Estatutos de autonomía, Andalucía, la Comunidad Valenciana, Murcia y Extremadura habían incluido en su regulación la figura de las *emisoras culturales y de carácter no lucrativo*, pero esta legislación específica chocó con la ampliación del Plan Técnico de FM (Real Decreto 1388/1997), norma suprema de referencia, por ser de ámbito estatal y por no estar transferidas las competencias en materia de telecomunicaciones, que ignoraba dicha figura. De las frecuencias finalmente distribuidas, el total fue adjudicado a entidades comerciales (García García, 2013).

La inactividad de los diferentes gobiernos centrales llevó a que dos comunidades autónomas suprimieran la figura de los medios comunitarios en sus marcos legales. Murcia lo justificaba así: «al no existir previsión de disponer de frecuencias para las mismas» (Decreto 47/2002). Después fue Madrid, alegando que no podía conceder este tipo de licencias y que para «despejar cualquier posible equívoco, conviene suprimir sin más todas las referencias del Decreto a las emisoras “culturales y otras de carácter no lucrativo”». (Decreto 29/2003). Sin embargo, la presión de las emisoras madrileñas, a través de un recurso presentado por la URCM, consiguió que el Tribunal Supremo, en una sentencia de 2 de diciembre de 2008, anulase dicho Decreto, restableciendo la figura en la normativa (Meda, 2014).

3. Segunda mitad de la década de los 2000: organización y avances por la legalización

Es durante estos años cuando muchas emisoras, principalmente del ámbito de las comunitarias, comenzaron a experimentar el cambio hacia lo que García García denomina *radio inclusiva*. Ésta sería la última fase de desarrollo en el papel social de este tipo de proyectos, en la que comienzan a jugar el rol de herramienta vertebradora de la comunidad en la que operan. Esto ha traído consigo un aumento progresivo del número de programas dedicados a la integración social de colectivos como personas con discapacidad, jóvenes en riesgo de exclusión social, migrantes, etc. Algunas características de esta modalidad de radiodifusión son, por un lado, la convergencia de lo político y lo cultural con la acción social y el carácter educativo. Y por otro lado, mayor heterogeneidad de los colectivos frente a etapas anteriores cuando los perfiles eran activistas o grupos de jóvenes, así como un rol activo en la inclusión social aumentando la representación de colectivos que enfrentan barreras para participar en sus comunidades. También puede observarse una mayor complejidad de los proyectos, lo que trae consigo la necesidad de personal especializado y contratado (García García, 2017: 35-37). Este modelo de inclusión se extenderá poco a poco entre unas emisoras que sobreviven con dificultades a la crisis económica de 2008 y que abrazarán muchas de las que aparecieron durante este periodo como Radiópolis en Sevilla (2006), Onda Color en Málaga (2008) o Artegalia Radio en Alicante (2005).

En estos años nacen también iniciativas como el noticiario *Más Voces*, producido por la URCM y emitido por muchas de estas emisoras. Con sus idas y sus venidas y hasta su cierre en 2018, este programa aportó un tratamiento distinto a la información, que recuperaba perspectivas ajenas a los medios de comunicación corporativos y con una importante orientación internacional. El programa, que tuvo una gran acogida dentro de las emisoras comunitarias, vio cómo llegaron a surgir iniciativas hermanas como *Más Voces Entiende*: espacio de Artegalia Radio que, desde sus primeros compases en 2004, es el programa de temática LGTBI más longevo de las ondas del país o *Más Voces Villaverde*, de la madrileña OMC Radio,

centrado en la información del distrito. Otro importante proyecto fruto también de la colaboración, internacional en este caso, es el establecimiento a principios de los 2000 de la Red Nosotras en el Mundo. Impulsada, en el Estado español y en un primer momento, por el Área de la Mujer de la madrileña Radio Vallekas, el colectivo construyó con grupos similares en Argentina y El Salvador un proyecto comunicativo realizado por mujeres, que ayudó a compartir y visibilizar experiencias, conocimientos y puntos de vista que quedaban, si no, fuera de las parrillas de los medios generalistas y alternativos.

Los avances normativos anunciados durante la segunda mitad de la década de los 2000 reactivaron la organización de las radios libres y comunitarias. A escala regional, destacaron la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URCM), que llegó a agrupar a dieciséis proyectos, la Rede Galega de Radios Libres e Comunitarias (ReGaRLiC), formada inicialmente por seis radios, y la Red de Medios Libres y Comunitarios de Cataluña, que reunió una treintena de proyectos de televisión, radio e internet en su primer encuentro celebrado en abril de 2009. La URCM constituye un ejemplo paradigmático de las dinámicas que vivieron las radios alternativas durante estos años. La federación, nacida en 1996 con el nombre de Unión de Radios Culturales de Madrid, estaba formada por una parte de las emisoras supervivientes del naufragio de FERALICOMA en Chinchón. Como señalamos anteriormente, a finales de los noventa, convivían en la Comunidad de Madrid emisoras libres, culturales y comunitarias, hasta que en 2001 la URCM y la Coordinadora de Radios Comunitarias de Madrid deciden construir una plataforma de colaboración, abierta a otras emisoras y con vocación inclusiva, que dará lugar a la actual federación, que mantiene sus siglas para pasar a ser la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid.

La dinámica de coordinación estatal de las radios libres y comunitarias se reanudó también en la segunda mitad de la década de los 2000, en el contexto del auge de los nuevos movimientos sociales y con la ventaja del trabajo en red facilitado por las nuevas tecnologías. En 2005, durante una jornada internacional de redes comunitarias, se constituyó la Red Estatal de Medios Comunitarios, desde 2009 llamada Red de Medios Comunitarios

(Remc). En mayo de ese año se constituyó legalmente, autodefiniéndose como un espacio de organización y trabajo conjunto entre los medios del tercer sector de la comunicación. La Remc ha funcionado como espacio de facilitación del intercambio de experiencias y preocupaciones, sobre todo la reivindicación del reconocimiento legal del sector, a través de foros de discusión en línea y de encuentros anuales que se vienen organizando desde 2005 en diferentes ciudades españolas.

Una esperanza para la sostenibilidad del sector fue la modificación del Plan Técnico Nacional de FM (Real Decreto 964/2006), que permitió abrir un concurso de cerca de 900 nuevas frecuencias a distribuir entre las CC.AA. para radios privadas. Pero ninguna se destinó a las radios libres y comunitarias. Es más, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se refería a las emisoras privadas como *comerciales*, término que no existe en la legislación estatal (García García, 2008: 169) y que dejaba fuera las estaciones libres y comunitarias. A esta situación de indefensión jurídica se sumó la invasión de frecuencias por parte de emisoras comerciales, legales o no, poniendo en peligro la cartera publicitaria de las grandes cadenas, quienes llevaron el asunto a la agenda política (Jerez y López, 2004: 226).

Además de manifestar su desacuerdo con las condiciones de los concursos, la Remc presentó enmiendas a diferentes partidos políticos durante la elaboración del Proyecto General de la Comunicación Audiovisual, obteniendo como resultado su reconocimiento legal. El 3 de diciembre de 2009 el Gobierno aprobó el Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual, sancionado definitivamente en marzo de 2010. Con el proyecto se actualizaba y unificaba la normativa de radio y televisión fragmentada en diferentes marcos reguladores. El texto decepcionó tanto a las radios como a las televisiones comunitarias porque no pasaba de un mero reconocimiento marginal. La Red de Medios Comunitarios consideraba insuficiente y demasiado restrictivo el proyecto de ley. En particular, denunciaba el artículo 32 por discriminatorio al obligar a estos medios a limitar su presupuesto y sus gastos de explotación, además de acreditar todos los pagos derivados de su actividad, medidas a que no estaban sujetos ni los medios gubernamentales ni los comerciales. Los proyectos integrantes de la Red tampoco estaban de acuerdo con impedir la publicidad y el patrocinio

en el sector. Por ello solicitó las opiniones del Consejo de Estado y la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, organismos consultivos que emitieron informes preceptivos para la tramitación del proyecto de ley. El dictamen del Consejo de Estado se refería al artículo sobre Servicios de Comunicación Comunitarios del proyecto de ley:

A la vista de la Resolución del Parlamento Europeo de 25 de septiembre de 2008 sobre el «tercer sector de la comunicación», que propugna la adopción de Medidas de fomento y financiación de los referidos servicios, quizá sería conveniente la reconsideración del límite económico de 100.000 euros o la desaparición (o atenuación) de las prohibiciones de determinadas comunicaciones audiovisuales comerciales como el patrocinio. (Dictamen del Consejo del Estado de 17 de septiembre 2009, Art.23).

En su lucha por el derecho a acceder a las ondas, la ReMC ha convergido con diferentes entidades estatales y europeas. Así, algunas asociaciones académicas han mostrado públicamente su apoyo al sector en los últimos años. Por un lado, la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) lamentó la regresión en el tratamiento de las estaciones de radio y televisión comunitarias del proyecto de ley en comparación con el anteproyecto, así como la omisión de las recomendaciones del Parlamento Europeo (Parlamento Europeo, 2008) sobre la función social del tercer sector de la comunicación (Reguero, 2010). Por otro, la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC) aprobó por aclamación, en su V Congreso de 2016, el manifiesto de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP), instando a los poderes públicos a que eliminen los obstáculos que impiden el desarrollo de estos medios y a que adopten políticas públicas que los fomenten.

La movilización del sector en pro de su sustentabilidad institucional ha permitido, a lo largo de los años, poner en diálogo a los grupos que lo conforman, así como evidenciar la diversidad de agentes y voluntades que lo constituyen. No obstante, los factores adversos también han estado presentes,

como el menosprecio e invisibilización de las autoridades, el tener que afrontar distintos procesos jurídicos, o la falta de mirada estratégica de los movimientos sociales respecto de la comunicación. Ahora bien, las fuerzas y condiciones de sobrevivencia de estas experiencias provendrán, en última instancia, de la legitimidad que estos proyectos logren obtener de su entorno más cercano (Fleischman, Reguero y Sáez, 2010).

En paralelo, se han seguido buscando alianzas a nivel internacional. A escala europea, destaca la conexión de la RemC con el Foro Europeo de Medios Comunitarios (CMFE, por sus siglas en inglés), organismo que también ha interpelado a las diferentes administraciones españolas. En 2009, el Foro hizo llegar a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), a la vicepresidencia del Gobierno y diferentes gobiernos autonómicos la *Declaración del Foro Europeo de Medios Comunitarios (CMFE) a favor de los medios comunitarios en España* solicitando procedimientos de adjudicación de frecuencias que no les hagan competir en desigualdad de condiciones con los medios privados-comerciales (CMFE, 2009). También en Cataluña, el Foro tuvo un rol muy activo durante la elaboración del *Proyecto de Decreto sobre los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro* promovido por la Generalitat de Catalunya a finales de 2009, a quien presentó una sistematización de las recomendaciones de la UE en materia de medios comunitarios y del tercer sector, además de participar en una mesa de diálogo junto a representantes de estos medios y del propio sector comercial, convocada por el gobierno catalán en diciembre de ese mismo año (Reguero, 2010).

A pesar de estos cambios en las políticas de comunicación estatales y autonómicas, el año 2009 terminaba con una sanción de 100.000 euros por emitir sin concesión a la emisora de Granada Radio Pikaza, que cesó su actividad para eludirla. A esta actuación habría que sumar las amenazas de cierre a las emisoras asturianas Radio QK y Radio Sele en 2011 y, en 2014, la multa a la televisión comunitaria barcelonesa LaTele.cat, que ya había sido precintada dos veces en 2013. El vacío legal en que se encontraban tanto las radios como las televisiones libres y comunitarias, pues hasta marzo de 2010 ninguna ley las reconocía, no impidió la apertura de

expedientes de sanción por parte de la Secretaría de Telecomunicaciones. Algunas de estas emisoras, como la madrileña Radio ELO en 2008, decidieron suspender su actividad para evitarlos. Como ya señalara Sáez (2008), la situación que aquí recogemos muestra claramente que tanto los medios comerciales como el sector público han impuesto límites a una auténtica democratización del espectro radioeléctrico. Las radios libres y comunitarias, con su sola presencia en el espectro radiofónico español, vienen a intentar modificar esta realidad ya que, en tanto que experiencias de comunicación alternativa, puján subterráneamente por cambiar la relación de fuerzas en el sistema comunicativo (íbid: 391).

4. Del 15M a la pandemia de la COVID-19: perspectivas para el futuro

La crisis ocasionada por el crac financiero de 2008 y las movilizaciones que se derivaron de ésta en diferentes partes del mundo, contra la corrupción y las injusticias sociales fueron ampliamente difundidas por las radios libres y comunitarias españolas, las cuales unieron fuerzas y estrecharon vínculos con otras emisoras dentro y fuera del estado español. Las protestas en España comenzaron el 15 de mayo de 2011 con la convocatoria por la plataforma Democracia Real Ya y otros colectivos de manifestaciones en 58 ciudades españolas, siguiendo el camino abierto meses antes por los egipcios en la plaza Tahrir de El Cairo y canalizando el descontento de parte de los jóvenes del país, así como la crisis de representatividad del sistema político bipartidista español. Una serie de acampadas estalló en las plazas más significativas de multitud de localidades. A la ocupación de la madrileña Puerta del Sol le siguieron las acampadas de Barcelona, Cáceres, Castellón, Valencia, etc. Estas manifestaciones darían lugar al último gran ciclo de movilización social vivido en el país: el 15M o movimiento de los *indignados*.

Las revueltas del 15M propiciaron asimismo la convergencia en los usos de internet y de la radio (Barranquero y Meda, 2015). Como señala Laura

Bergés, este movimiento estuvo acompañado por toda una serie de nuevas experiencias comunicativas contrahegemónicas que, recogiendo tradiciones anteriores, se adentraron de lleno en los entornos digitales (Bergés 2019: 22). Las nuevas redes sociales, como Twitter, fueron las protagonistas a este respecto. Muchas emisoras comunitarias comenzaron a incorporarse a las redes comerciales a partir de su papel en las movilizaciones del 15M.

Las radios libres y comunitarias, acompañando a las nuevas experiencias comunicativas horizontales y participativas, se acercaron a las distintas plazas e intentaron, como venían haciendo tradicionalmente, informar sobre los procesos que allí se estaban viviendo. Y es interesante apuntar que, pese a la hegemonía de los nuevos entornos digitales en las estrategias comunicativas de esta movilización, de todo lo vivido en aquellas jornadas surgieron proyectos radiofónicos: emisoras como Ágora Sol Radio en Madrid (2011) o Radio Almaina en Granada (2011), e iniciativas como Radio Guerrilla, también en Madrid (2013).

Además de apropiarse de las redes digitales comerciales como Facebook y Twitter, los activistas también crearon, bajo los principios de la autogestión, las suyas propias. Así, colectivos que participaron activamente en el 15M crearon, en 2009, la red libre N-1.cc, que en junio de 2011 superaba los 30.000 usuarios. En esta misma dirección, la estructura de gestión de correo electrónico 15hack, creada también al calor de este movimiento, contaba con unos 2 millones de envíos en 2012 (Toret, 2015). Estas nuevas comunidades virtuales productoras de noticias se inspiraron en los principios de la cultura libre y del procomún digital como formas de resistencia a las lógicas imperialistas propias de las industrias culturales y las telecomunicaciones. Es por esto que proliferó, en estos colectivos, el uso de *software* libre por resultar más asequible y estimulante que el privativo para los medios libres y los movimientos sociales.

Dentro del repertorio de herramientas utilizadas durante aquellas jornadas destacó, junto a los programas de edición audiovisual y *podcast* y los editores de texto colaborativos como los *etherpads*, el uso de los canales de *stream*; es decir, la emisión en directo de vídeo a través de internet. La figura del *streamer* fue importante durante el 15M español por su capacidad de difusión instantánea de las ocupaciones de las plazas, las asambleas o la

represión policial. En los momentos álgidos de la acampada de la Puerta del Sol en Madrid se llegaron a registrar 10 millones de visionados en tres días (Toret, 2015).

La movilización social y la proliferación de nuevas radios libres y comunitarias no incidieron en el reparto de frecuencias; en los concursos autonómicos convocados a partir de 2011 ninguna licencia fue para estas radios. La negativa a asignar frecuencias a los comunitarios sorprende cuando en 2014 todavía quedaban algunas sin adjudicar (Meda, 2014). Los propósitos del Estado español con el espectro tenían las miras puestas en el uso comercial. Así, en 2015 el gobierno del Partido Popular se proponía eliminar de los marcos legales del sector audiovisual la figura de los medios comunitarios, y preparaba como argumentos la falta de frecuencias disponibles y las posibilidades que ofrecen internet y las redes sociales (Ejerique, 2015). Al escribir estas líneas, en pleno rebrote de la COVID-19, la situación legal de las radios libres y comunitarias sigue siendo la misma, si bien éstas han estado emitiendo y coordinándose para ofrecer informaciones y voces alternativas durante la crisis sanitaria provocada por el coronavirus.

En los momentos más críticos del confinamiento provocado por la primera oleada entre marzo y mayo de 2020, las emisoras comunitarias, desde la Remc, lanzaron el semanal *El otro coronavirus*, con la colaboración activa de miembros de Onda Color, de Málaga, CUAC FM, de La Coruña o Radio Vallekas, de Madrid, entre otros. Por su parte, las radios libres, por iniciativa de Ágora Sol Radio, organizaron cinco *Cadenazos Ibéricos*, de más de diez horas de duración cada uno; en ellos participaron emisoras y *podcasts* de todo el Estado: Radio Almaina, de Granada, Ràdio Aktiva, de Alcoy, Radio Malva, de Valencia, Radio La Granja, de Zaragoza, etc.

En un contexto en el que a través de las redes sociales y los medios de comunicación generalistas proliferaron los discursos de odio, las *fake news* y la desinformación, estas iniciativas comunicativas apostaron por recuperar, una vez más, puntos de vista y voces ausentes en las narrativas mediáticas generalistas. Por un lado, en las distintas ediciones de *El otro coronavirus* se trataron temas como la situación de las personas y los barrios más

desfavorecidos; las distintas redes de apoyo mutuo que surgieron durante el confinamiento; los planes de desconfinamiento; los efectos del ingreso mínimo vital; los efectos del alcoholismo en un contexto tan complicado, etcétera. Por otro lado, cada uno de los *Cadenazos Ibéricos* giró alrededor de un eje temático. El primero sobre el papel de los medios libres ante la *nueva normalidad*, el segundo se centró en la importancia de las redes de apoyo mutuo, el tercero, que se celebró enlazando con una iniciativa similar en Latinoamérica, se dedicó al papel de las disidencias y las luchas sociales en la *nueva normalidad*, el cuarto criticó al colonialismo y, finalmente, el quinto se pronunció en contra de las prisiones.

Todas estas experiencias comunicativas son, además, un claro ejemplo de cómo, a pesar de la precariedad técnica y económica de estos medios, consiguen desplegar estrategias de coordinación que hacen que estén presentes en los momentos en los que sus comunidades más los necesitan. Debemos añadir, no obstante, que debido al ya de por sí frágil sostenimiento de estos proyectos, los efectos económicos, sociales, políticos y sanitarios de la *nueva normalidad* están obligando a estas radios a adaptarse y buscar nuevas salidas, pues muchas de ellas han visto acrecentado el riesgo de desaparecer. En un contexto marcado por la pandemia de la COVID-19, su fuerte dependencia del trabajo voluntario y de las cuotas de socios (Reguero, 2017) pone sobre la cuerda floja a todas estas emisoras. Una travesía más para estas experiencias que ya cuentan con medio siglo de existencia en España a pesar de la persecución y la inacción administrativa, mostrando que otra comunicación es posible.

Referencias

- Benjamin, W. (2015). *Radio Benjamin*, Akal, Madrid.
- Bergés, L. (2019). «De la antiglobalización al 15M: las experiencias de comunicación contrahegemónicas en su contexto», en Flores Pérez, C. C.; Arévalo Salinas, A. I. y Barranquero Carretero, A. (eds.), *Comunicación, cultura de paz e igualdad. Tejiendo ciudadanía comunicativa*, Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas, págs. 22-43.

- Barranquero, A. y Meda, M. (2015). «Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M», en *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, vol. 15 (1), págs. 139-170.
- Brecht, B. (2003). «Teorías de la radio (1927-1932)», en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. V (2), págs. 5-16.
- CMFE (2009). *Declaración del Foro Europeo de Medios Comunitarios a favor de los Medios Comunitarios en España*. Disponible en: http://www.cmfe.eu/docs/_Annex_1_spanish.pdf [Acceso noviembre de 2009].
- Coordinadora Estatal de Radios Libres (1983). «Manifiesto de Villaverde sobre las radios libres, 1983», en *Otro Madrid.org blog*. Disponible en: <http://www.otromadrid.org/articulo/4277/manifiesto-villaverde-sobre-radios-libres/> [Acceso enero de 2010].
- Ejerique, R. (2015). «Un informe interno de Industria revela cómo se manipula el sector audiovisual y la concesión de TDT», en *Eldiario.es*, 14 de octubre. Disponible en: http://www.eldiario.es/sociedad/borrador-Gobiernopreparado-concesion-TDT_0_439206934.html [Acceso 15 de octubre de 2015].
- Fleischman, L.; Reguero, N. y Sáez, Ch. (2010). «Movilización social y políticas del tercer sector en Cataluña. El caso del decreto para los medios sin fines de lucro en el contexto español y europeo (2009-2010)», *28º congreso de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS)*, «Communication and Citizenship», Braga (Portugal), 18-22 de julio de 2010.
- García García, J. (2008). «Medios comunitarios en España. De las Radios Libres al Tercer Sector Audiovisual», en García de Madariaga, J.; Calvi J.; Tucho Fernández, F. y Meda González, M. (eds.), *Políticas de comunicación en España y Latinoamérica*, Dickinson, Madrid.
- (2013). «Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España», en *adComunica. Revista de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, 5, págs. 111-131.

- (2017). «Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España hacia un modelo de radio inclusiva», en *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 10 (1), págs. 30-41.
- Hinz, A. (2007). «Civil Society Media at the WSIS: a new actor in global communication governance?», en Cammaerts, B. y Carpentier, N. (eds.), *Reclaiming the media. Communication Rights and Democratic Media Roles*, Intellect, Bristol, págs. 243-264.
- Jerez, A. y López, J. M. (2004). «Las radios sociales y el movimiento por la democratización de la comunicación», en Grau, E. e Ibarra, P. (coord.), *La red en la calle ¿Cambios en la cultura de movilización? Anuario de movimientos sociales*, Icaria, Barcelona, págs. 219-246.
- Lefebvre, T. (2016). «Petite chronologie des radios libres», en Lefebvre, T. y Poulain, S. (eds.), *Radios libres, 30 ans de FM. La parole libérée?*, L'Harmattan, París, págs. 19-24.
- (2019). *François Mitterrand pirate des ondes : l'affaire Radio Riposte*, Le Square, París.
- Meda, M. (2014). *El tratamiento de los medios comunitarios en el marco de la Ley General de la Comunicación Audiovisual*, Tesis doctoral, Universidad Complutense, Departamento de Periodismo II, Madrid.
- Pérez Martínez, J. E. (2012). «Libertad en las ondas: la radio libre madrileña (1976-1989)», en Navajas Zubeldia, C. e Iturriaga Barco, D. (eds.), *Coetánea. Actas del III Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo*, Universidad de la Rioja, Logroño, págs. 333-342.
- (2017). «¿Por qué las radios libres invadieron nuestro dial? Reflexiones sobre el concepto de anomia comunicacional como origen de prácticas de comunicación alternativa (1976-1989)», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 23 (1), págs. 519-534.
- (2020). «Las radios libres madrileñas: comunicación local y participación vecinal en la década de 1980», en *Quaderns del CAC*, 46, vol. XXIII, págs. 47-56.
- Perrota, M. (2013) «Storia della radio in Italia in quattro atti», en Bonini, T. (ed.), *La radio in Italia. Storia, mercati, formati, pubblici, tecnologie*, Carocci Editore, Roma, págs. 29-72.

- Prado, E. (1981). «El movimiento por la libertad de emisión en España», en Bassets, Ll. (ed.). *De las ondas rojas a las radios libres*, Gustavo Gili, Barcelona, págs. 237-255.
- (1983). *Las radios libres: teoría y práctica de un movimiento alternativo*, Mitre, Barcelona.
- Reguero, N. (2010). *Les polítiques en matèria de «Mitjans de la societat civil» a la Unió Europea (1987-2009). Els casos francès, britànic i espanyol*, Tesina, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Medios, Comunicación y Cultura, Bellaterra.
- (2017). *Polítiques públiques i sostenibilitat dels mitjans lliures a Amèrica Llatina i la Unió Europea: de les ràdios lliures als comuns digitals*, Universidad Autónoma de Barcelona, Instituto de Gobierno de Políticas Públicas, Bellaterra.
- Sáez Baeza, C. (2008). *Tercer Sector de la Comunicación. Teoría y praxis de la comunicación alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo, Bellaterra.
- Toret, J. (coord.) (2015). *Tecnopolítica y 15M: la potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestación y explosión del 15M*, UOC Ediciones, Barcelona.
- Williams, R. (2009). *Marxismo y literatura*, La Cuarentena, Buenos Aires.

Fuentes legales

- «Real Decreto 2648/1978, de 27 de octubre, por el que se aprueba el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada», en *BOE*, n.º 268, de 09/11/1978, págs. 25636-25637.
- «Orden de 28 de agosto de 1980 por la que se desarrolla el real decreto 1433/1979, de 8 de junio, sobre radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia», en *BOE*, n.º 209, de 30/08/1980, págs. 19570-19571.

«Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones», en *BOE*, n.º 83, de 07/04/1994.

«Plan Técnico de FM (Real Decreto 1388/1997)», en *BOE*, n.º 220, de 13/09/1997, págs. 27154-27183.

«Ley 3/2003 General de Telecomunicaciones», en *BOE*, 04/11/2003, págs. 38890-38924.

«Plan Técnico Nacional de FM (Real Decreto 964/2006)», en *BOE*, n.º 220, de 13/09/1997, págs. 27154-27183.

«Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual», en *BOE*, n.º 79, de 01/04/2010, págs. 30157-30209.

Dictamen del Consejo de Estado, de 17/09/2009. *Anteproyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual*, 1387/2009 (PRESIDENCIA).

Parlamento Europeo (2008). *Resolution of 25 September 2008 on Community Media in Europe (2008/2011(INI))*.

3

El audiovisual alternativo. Videoactivismo, televisiones alternativas y cine comunitario y participativo en España

Griselda Vilar Sastre

(Universitat Jaume I de Castelló)

Daniel David Muñoz Morcillo (Universidad Carlos III de Madrid)

Introducción

El presente capítulo revisa los principales eventos históricos del audiovisual alternativo en España desde los años setenta hasta el momento actual. El objetivo principal del estudio ha sido la sistematización de dichos hitos con el objetivo de comprender el fenómeno del audiovisual alternativo a nivel internacional y nacional. El análisis se encuentra organizado por décadas con el objetivo de vislumbrar las similitudes y diferencias entre los distintos periodos, así como observar la evolución entre las prácticas, las problemáticas a las que se enfrentan y los ciclos de actividad. La retrospectiva comienza en el tardofranquismo y la transición española, cuando se produce un aumento significativo de la producción audiovisual alternativa y militante tanto a nivel internacional como en España. Asimismo, se profundiza en la producción asociada al movimiento 15M, ya que constituye uno de los fenómenos fundamentales más recientes en cuanto a la producción audiovisual alternativa en el contexto español.

El recorrido que se propone recoge los cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos más relevantes acontecidos a nivel internacional y

nacional en torno a experiencias activistas, participativas o comunitarias desarrolladas en el campo del cine, el vídeo y la televisión. Esta labor ha sido realizada a través de una revisión documental y de la literatura académica sobre el audiovisual alternativo en sus diferentes formas. Cabe señalar que el estudio del contexto histórico de las producciones audiovisuales permite generar una mejor comprensión de la relación entre estas iniciativas y observar cómo influye este marco en la configuración y en el posible desarrollo de las mismas. Por otra parte, se propone una conceptualización sobre el fenómeno del audiovisual alternativo. Este apartado se dedica a relacionar los diversos enfoques que nutren dichos procesos y que representan una variedad de prácticas y propuestas teóricas como son el cine militante, el videoactivismo, el tercer sector del audiovisual y el vídeo participativo. Este trabajo revisa las distintas aproximaciones conceptuales en la búsqueda de las características distintivas de estos enfoques y de los elementos comunes que comparten estas prácticas audiovisuales analizadas.

Esta sistematización aborda niveles de análisis que incluyen los fines y las causas relacionadas con el cambio y la transformación social; la creación de canales alternativos de producción y distribución; los procesos de participación colectivos a través de distintas formas de asociación, así como las alianzas con el contexto latinoamericano con el que España mantiene estrechas relaciones históricas, sociales y culturales.

1. Conceptualización

Los enfoques teóricos sobre el audiovisual alternativo proceden de una realidad práctica diversa, que responde a condiciones históricas, sociales, geográficas, metodológicas, culturales o tecnológicas distintas que no deben obviarse. El análisis que se plantea se centra precisamente en desgranar aquellas cuestiones compartidas por las distintas perspectivas teóricas. Para ello, es pertinente realizar una labor de síntesis a través de investigaciones dedicadas a cada uno de los campos de estudio y reunir aquellos elementos transversales en cuanto a las prácticas audiovisuales. Esta puesta en común

nos permite comprender los puntos de encuentro entre los proyectos comunicativos en cuanto a la definición de sus objetivos, sus estrategias y sus valores. Este ejercicio de conceptualización al que se dedica el primer apartado resulta relevante para el establecimiento de los niveles de análisis que estructuran la sistematización del estudio cronológico y que permiten extraer conclusiones sobre el panorama audiovisual alternativo en España.

Resulta pertinente comenzar definiendo la categoría de *alternativo* de acuerdo con las aproximaciones de distintos autores. En este sentido, las prácticas alternativas se construyen como una manifestación popular en su aspiración por lograr un cambio desde los colectivos sociales frente a una realidad comunicativa excluyente (Vidal, 1979). Se trata, por tanto, de una expresión reivindicativa que tiene como propósito construir una producción simbólica propia desde una cultura popular en resistencia mediante una práctica social horizontal y participativa (Sáez, 2008).

Es por ello que el término *audiovisual alternativo* posibilita el diálogo entre experiencias que utilizan la representación audiovisual como elemento central de su actividad comunicativa tales como el *cine militante*, el *videoactivismo*, el *tercer sector audiovisual* y el *vídeo participativo*. Este término nos permite comprender un universo de producciones a través de los distintos momentos históricos en los que este tipo de estrategias ha jugado un papel relevante. Por consiguiente, el concepto alternativo asociado a las prácticas audiovisuales nos permite atender a las particularidades que presenta el contexto español en sus distintas etapas, en las que conviven representaciones de origen, formato, metodología o estructura diversa. El establecimiento de los elementos comunes de análisis se desarrolla a partir de las prácticas audiovisuales del cine militante, el videoactivismo, el tercer sector audiovisual y el vídeo participativo.

Estas prácticas emergen como reacción a un modelo comunicativo que niega las posibilidades de construcción desde la base social, y, por tanto, invisibiliza la heterogeneidad de intereses y necesidades de colectivos, grupos o movimientos sociales (Downing, 2001; Atton, 2002). Este proceso se concreta tanto a través de situaciones de represión o censura (Romaguera y Soler, 2006; Galán, 2014) o por los procesos de infrarrepresentación a los que se ven abocadas las minorías por sus condiciones diversas de

vulnerabilidad. Forma parte de la arquitectura de este modelo comunicativo un marco normativo que dificulta la participación de los colectivos y el desarrollo de sus iniciativas (García, Mayugo, Fernández y Tucho, 2006; García, 2013). Estas prácticas tienen entre sus objetivos principales el desarrollo de canales propios y no convencionales con el fin de contrarrestar esta situación y de garantizar espacios de expresión, así como generar gestiones participativas, horizontales (Villanueva, Barranquero y Ramos, 2016) y sin estructuras jerárquicas (Meda, 2012).

Todas ellas se configuran en oposición a una concepción individualista y fundamentan su sentido en el colectivo y en su participación en los espacios de comunicación y representación audiovisuales. Sin embargo, entre las distintas experiencias pueden ser destacadas algunas matizaciones en cuanto a la forma en la que definen lo colectivo. En el caso del cine militante se incide en una connotación de clase desarrollada desde una perspectiva propia de los movimientos obreros y el marxismo, que apuesta por una producción colectiva y anónima (Linares, 1976; Blázquez, 2019). Por otra parte, el videoactivismo y el tercer sector audiovisual comparten el énfasis en la implicación de los colectivos sociales en el proceso y, de este modo, abarca proyectos independientemente de su vinculación con organizaciones políticas, sindicatos o partidos (Mateos y Rajas, 2014). Por último, en el vídeo participativo, el rol central recae sobre la implementación de una metodología dialógica y participativa (Freire, 1968; Kaplún, 1998), lo que genera un empoderamiento individual y colectivo y fomenta la responsabilidad en la toma de decisiones, al igual que el desarrollo de la autoestima, la autoafirmación y la autorreflexividad (Askanius, 2015; Ayerbe, 2016).

Por último, cabe señalar que el objetivo de estas prácticas se orienta hacia la transformación social, la resolución de conflictos laborales, sociales o discriminatorios con el fin de alcanzar un escenario de justicia social e igualdad de derechos (Harding, 2001; Bustos, 2006). Desde el cine militante y el videoactivismo estas prácticas se expresan en acciones comunicativas espontáneas centradas en la visibilización de causas, la denuncia de situaciones de injusticia social o la activación de la ciudadanía en momentos de represión o crisis (Gregory, Caldwell, Avni y Harding,

2005; Galán, 2012). Por su parte, el vídeo participativo tiene una expresión caracterizada por una dinámica más lenta y de largo recorrido en cuanto a su intervención (Montero y Moreno, 2014) que profundiza en los procesos de empoderamiento (White, 2003), principalmente en el entorno comunitario (Mayugo, 2015). Finalmente, los medios del tercer sector audiovisual subrayan en mayor medida las prácticas que buscan profundizar en la construcción de la democracia y el refuerzo de los derechos humanos desde los medios (Meda, 2012) con mayor atención en las comunidades locales más próximas (López, 2003).

Para llevar a cabo la sistematización tomamos en consideración aquellas cuestiones transversales que comparten las conceptualizaciones del audiovisual alternativo. Es por ello que para la organización interna de los epígrafes ordenados por décadas se atenderán las siguientes cuestiones: las problemáticas sociales y políticas contextuales a nivel internacional y nacional; las alianzas entre el contexto español y latinoamericano; fines y causas relacionadas con el cambio social; la creación de canales alternativos de producción y distribución; y los procesos de participación colectivos a través de distintas formas de asociación.

2. Las experiencias pioneras y el audiovisual en la transición a la democracia

El contexto de la década de los setenta se caracteriza por ser un momento histórico en el que la agitación y movilización social y política tienen un enorme impacto a nivel internacional. El final de la década de los sesenta y principios de la década de los setenta marca el inicio de una época convulsa que influye en el desarrollo de las prácticas comunicativas alternativas en un contexto en el que el cine y la televisión cobran protagonismo entre la audiencia. Especialmente en estos años el cine empieza a desarrollar un fuerte compromiso social y político y en el que la cámara tomará un papel protagonista como instrumento de lucha desde diferentes colectivos, organizaciones y movimientos que emergen en distintos puntos del planeta

coetáneamente (Blázquez, 2019). El desarrollo de las prácticas cinematográficas alternativas en España debe considerarse desde este contexto mundial en el que tienen lugar eventos de gran magnitud social como Mayo del 68 (mayo y junio 1968), la oposición pacifista a la guerra de Vietnam (1963-1973) o la revolución cultural de China (1966-1976), entre otros. En este contexto cabe destacar el surgimiento del movimiento por un Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación que emerge a raíz del 16 Congreso de la UNESCO en 1970. Este proyecto propone equilibrar y redistribuir los flujos de comunicación entre los países desarrollados y en vías de desarrollo para combatir los efectos del imperialismo económico y cultural (McChesney, 2001).

En el caso particular de España, es importante referirse a los precedentes sucedidos durante la Guerra Civil (1936-1939) y el régimen franquista (1939-1975), durante el cual la comunicación televisiva y la producción cinematográfica estuvo sujeta a duros procesos de censura y control (Gubern, 1995; Benet, 2012). Estos precedentes marcan el posterior desarrollo del tejido cinematográfico y televisivo en el país durante la presente década y posteriores. Dentro de estos factores cabe señalar que la tecnología juega un importante papel tanto en la evolución que vive el cine como la televisión en estos años a partir de la cual se propulsa una heterogeneidad y multiplicidad de prácticas, proyectos y discursos, a los que antes sólo podía acceder una pequeña parte de la población; en el caso español asimismo en situaciones extremas vulnerables y de clandestinidad debido a la situación político-social previa (Arnau, 2006; Galán, 2014; Blázquez, 2019).

En el campo cinematográfico el desarrollo tecnológico impulsó la democratización de los medios de producción e influyó en la proliferación de prácticas cinematográficas *amateur*, independientes, *underground* o militantes alrededor del mundo (Mateos y Rajas, 2014). Con la comercialización de formatos filmicos como el 16 mm, así como la irrupción de nuevos formatos como el Super8 de Kodak (1965) y el Single 8 mm de Fuji (1965), el perfeccionamiento de las emulsiones fotográficas para rodar con poca luz, la introducción de nuevos equipos de grabación de sonido en directo y el lanzamiento de sistemas de grabación de vídeo analógicos y

portátiles como el Portapack de Sony (1967) se produce un abaratamiento de los costes de producción y la posibilidad de producir y exhibir películas fuera de los cauces comerciales, institucionales u oficiales (Romaguera y Soler, 2006; Mateos y Gaona, 2015).

Respecto al cine militante, Andrés Linares describe en su libro *El cine militante*, publicado en 1976, el desarrollo activo de este tipo de cine a partir de 1968, después de un periodo en el que la práctica militante atraviesa serias dificultades por el control que ejercen los grandes estudios sobre la producción, sus altos costes, la Guerra Fría (1947-1991) y las dificultades de la izquierda en lo político (Linares, 1976; Galán, 2014). Esta nueva generación de cineastas militantes, activistas y alternativos destacan por la voluntad de adquirir un compromiso firme con lo social y lo político (Linares, 1976; Montero y Moreno, 2014; Mateos y Gaona, 2015), pero manifestando una preferencia por la ruptura con los modelos de producción, exhibición y creación convencionales o dominantes que coartan cuestiones como la libertad de expresión. Desde estas propuestas se apuesta por la colectivización de la producción en la medida de lo posible y la creación se focaliza en el contenido, sus fines y su función social. El cine se articula como un elemento para la transformación social más allá de las propuestas formalistas o de autor (Linares, 1976).

En este contexto serán especialmente notables las producciones desarrolladas en Francia e Italia, dos países en los que el desarrollo de la industria cinematográfica había sido notable y que emprenden reivindicaciones sobre el papel que debería tener el cine en el plano político y social, además de reflexionar sobre el poder que ejercen los estudios y la televisión. Tras la irrupción de Mayo del 68 en Francia, surge una serie de organizaciones cinematográficas como Grupo Dziga Vertov, SLON, Grupos Medevkine, Dynadia, Unicité, Scopcolor, UPCB, entre otros; algunas de duración efímera, otras vinculadas a la ideología de izquierdas como el partido comunista francés o a la CGT, y todos ellos centrados en diversos fines y causas como las movilizaciones de la clase obrera, la educación o la concienciación política de la sociedad. En Italia tienen relevancia organizaciones como Unitelefilm o grupos como el Centro Documentazione Cinema e Lotta di Classe (García-Merás, 2007; Blázquez, 2019). En el resto

de Europa se desarrollan en mayor o menor medida movilizaciones e intentos de canalizar o producir este tipo de producciones con reivindicación social y política, también en países asiáticos y africanos.

Al mismo tiempo, las prácticas desarrolladas desde EE. UU. adquieren un carácter contrainformativo, independiente y *underground*. Estados Unidos cuenta con una poderosa industria y no hay un problema de represión política patente como es el caso de España o lo será en los países latinoamericanos. Los movimientos que se desarrollan en el plano alternativo en Norteamérica tuvieron como fin atender cuestiones como la nombrada guerra de Vietnam, la discriminación por género, el movimiento Black Panther, conflictos laborales o en la universidad, represión policial o la lucha por los derechos civiles. Tras una manifestación ciudadana contra la guerra de Vietnam que tuvo lugar en 1967 frente al Pentágono, se funda uno de los grupos políticos más importantes de EE. UU., Newsreel (Linares; 1976; Mateos y Rajas, 2014; Askanius, 2015), aunque anteriormente tuvieron lugar experiencias como la Frontier Films o la Film-Maker's Cooperative, un proyecto contrainformativo que se extiende de la ciudad de Nueva York a otras ciudades de Estados Unidos y Canadá y que rechaza los circuitos comerciales como la televisión. Asimismo, destaca en 1969 el colectivo Raindance Corporation, impulsado por Michael Shamberg y Paul Ryan, cuya propuesta se dirigiría en 1971 hacia la idea de materializar una posible televisión alternativa con su Guerrilla Televisión (Ortuño, 2013).

Dentro del tercer sector audiovisual destacan las experiencias comunitarias surgidas en Bélgica (Canal Empleo, 1978) y en Quebec (Tevec) (Mattelart y Piemme, 1981; Navarro, 1999), así como las experiencias de vídeo impulsadas desde los movimientos sociales en Italia con Radio Alice como catalizadora político-social (1976-1979) (Berardi, Jacquemet y Vitali, 2003). Todas ellas experiencias clave para comprender el desarrollo de la televisión local en España a partir de la década de los ochenta. Dentro de esta época también irrumpen grupos que experimentaron con propuestas más cercanas al vídeo comunitario, alternativo y etnográfico como Videofreex (1969), People's Video Theater (1970) o Video Trans Américas (1973-1979) (Ortuño, 2013). En esta línea destacan, Challenge for Change, un programa de vídeo participativo desarrollado por la National

Film Board of Canada dentro del que destaca la experiencia The Fogo Process (1967-1968) (Montero y Moreno, 2014; Askanius, 2015) o los proyectos de capacitación audiovisual en entornos agrícolas financiados por la FAO en Perú, CEPAC, (1975) y México, PRODERITH, (1978) (Gumucio, 2001).

Los colectivos españoles se vieron influenciados por estos movimientos que, desde el vídeo, la televisión, y especialmente el cine, toman protagonismo en el plano internacional (Arnau, 2006; Blázquez, 2019). En este punto, debemos destacar la importante influencia que ejerció el cine militante creado en Latinoamérica, el cual se convirtió en un fenómeno a nivel global y tuvo una enorme repercusión en otros países, especialmente en España (Linares, 1976). En Latinoamérica la industria del cine tiene enormes dificultades para su desarrollo; exceptuando los casos de México, Brasil y Argentina en los que la industria era más sólida, existe una infraestructura débil o inexistente, en su mayor parte controlada, en un 60%, por las corporaciones norteamericanas (Linares, 1976: 136).

En este momento, en diferentes países de Latinoamérica emergen con fuerza movimientos que pretenden impulsar a través del cine la creación de una identidad nacional, con fines antiimperialistas, revolucionarios socialistas y centrados en los sectores oprimidos y en las causas sociales. En este sentido, son especialmente relevantes producciones como «El coraje del pueblo» (1971), de Jorge Sanjinés del Grupo Ukamau Bolivia, o «La hora de los hornos» (1968), de Fernando Solanas y Octavio Getino del Grupo Liberación en Argentina, una de las películas militantes que más repercusión tuvo a nivel internacional (Linares, 1976). En Chile encontramos la figura de Miguel Littin o Patricio Guzmán y el movimiento de cineastas de la Unidad Popular o Cinematográfica Tercer Mundo. También Brasil, con la figura de Glauber Rocha, Uruguay o Cuba destacaron por realizar producciones de cine militante y político. A pesar de ello, el cine militante en muchos de estos países no pudo continuar, salvo en casos de exilio, debido a las dictaduras y estados de represión política que se inician durante el periodo (Linares, 1976; Galán, 2014). El movimiento del Tercer Cine y sus postulados, como ejemplo «Por un cine imperfecto» (1966) o «Manifiesto hacia un Tercer Cine» (1969), proponían un mayor compromiso del cine con

la realidad político-social con el objetivo de transformar el mundo «[...] el Tercer Cine latinoamericano alcanzó, durante la década de los sesenta y setenta, una repercusión relevante en el marco del cine militante a nivel mundial. Para Guy Hennebelle, su valor pragmático y su voluntad universalista permitió influenciar al cine militante de intervención que se estaba desarrollando en Europa» (Blázquez, 2019: 37).

En el caso de España, el cine militante se desarrolla activamente a partir de 1967, durante el tardofranquismo hasta la transición a la democracia y el ascenso del partido socialista al gobierno a partir de la década de los ochenta. Tras la instauración del régimen franquista (1939-1975) el cine militante comienza nuevamente a despuntar a partir de los años setenta al amparo del aumento de la fuerza del PCE y CCOO, especialmente al calor de las revueltas estudiantiles de Madrid y Barcelona y del aumento de la conflictividad laboral que reclaman derechos de los trabajadores. En 1967, se celebran las Primeras Jornadas Internacionales de Escuelas de Cinematografía en Sitges, en las que se reclama la necesidad de realizar un cine independiente (Arnau, 2006; Blázquez, 2019). A partir de este momento se inicia la etapa más activa del cine militante en España asociado en gran parte al ideario político de izquierdas.

En cuanto a sus características, nos encontramos ante un cine que recoge variedad de tendencias y perspectivas pero que comparten un cierto *amateurismo* y colectivismo (García-Merás, 2007; Nieto, 2016), derivados de la imposibilidad de tener recursos o que éstos fueran muy precarios para producir sus materiales y de condiciones de libertad de expresión para su creación o difusión. En sus reivindicaciones estos colectivos comparten una preocupación por la necesidad de construir cauces de producción y exhibición alternativos y la finalidad de generar espacios de resistencia para la libertad en la creación cinematográfica. En este contexto desarrollan su actividad una gran heterogeneidad de colectivos, grupos de producción audiovisual y cineastas entre los que fluctúa con mayor o menor intensidad la idea del cine militante (Arnau, 2006; Arnau, 2013; Blázquez, 2019).

Entre los colectivos y proyectos más destacados dentro propiamente del cine militante encontramos, por tanto, convergencias en la utilización de formatos como el 16 mm, su organización en colectivos o bajo el anonimato,

la producción de películas en situaciones extremadamente complejas y con un claro objetivo de transformación social asociado al movimiento estudiantil y obrero. Algunos de los más significativos fueron la Escola Aixelà y las escuelas de cine de Barcelona, Colectivo Cine de Madrid (1975), Colectivo Cine de Clase, Cooperativa de Cinema Alternatiu (1974), Colectivo Vídeo-Nou (1977), Colectivo SPA, Colectivo Penta, Comissió de Cinema de Barcelona o Grup de producció. En Galicia destaca Grupo Lupa, Grupo ENROBA, Equipo Imaxe y Grupo 4. Otros focos tienen lugar en Valencia, Grup de Cinema Valencià, Cantabria con Cine libre Santanderino, en Aragón, Frente de cine libre de Antonio Maenza, en Castilla y León, Lecas Films y en Andalucía y Canarias con Equipo Dos, Cooperativa de Cine de Málaga y Yaiza Borges (Arnau, 2013; Blázquez, 2019).

Dentro de estos colectivos, el Colectivo Vídeo-Nou (1977), uno de los ejemplos clave para comprender la transición en España y particularmente en Cataluña, explora diversas aplicaciones del vídeo desde lo social a la participación. A partir de 1979 el Colectivo Vídeo-Nou desarrolla un servicio de vídeo comunitario que estará activo hasta 1983 y que podríamos considerar un precedente de las prácticas desarrolladas desde el videoactivismo al vídeo participativo en España (Ortuño, 2013). Por otra parte, cabe destacar las experiencias Cadaqués Canal Local (1974) y Barcelona Distrito Uno (1976), dos proyectos concebidos por Antoni Muntadas. Estas experiencias que tenían como objetivo romper con el monopolio cultural e informativo de TVE utilizaron el vídeo como herramienta de participación comunitaria desde una perspectiva local (Luna, 2015).

En España, hacia el final de la década de los setenta y principio de los ochenta desde la sociedad civil comienzan a impulsarse proyectos comunicativos que toman la televisión como herramienta para desarrollar proyectos comunitarios y participativos. Esto se produce en un contexto de monopolio por parte de la televisión estatal que seguirá vigente en las siguientes décadas. Durante este periodo, la mayor presencia que va conquistando la televisión en estos circuitos se contrapone con el progresivo declive del cine militante o alternativo. Este declive se produce en un contexto en el que estos discursos comienzan a perder protagonismo, con una

progresiva disminución de público y un debilitamiento de los colectivos cinematográficos. A ello se unen los condicionantes normativos y económicos que se van imponiendo al sector cinematográfico, especialmente en el aumento significativo de los costes de producción (Gubern, 1995; García-Merás, 2007).

Finalmente, la aprobación del texto constitucional de 1978 implica un nuevo marco normativo que ampara la posibilidad de crear proyectos asociativos legales orientados a ejercer el derecho de la libertad de expresión e incluso la creación de medios independientes.

3. La crisis del cine militante y el desarrollo de las televisiones locales

El contexto de la década de los ochenta sigue fuertemente enmarcado en las tensiones de los distintos bloques de la Guerra Fría. Por su parte, Estados Unidos y Reino Unido inician un giro hacia una política neoliberal que sentará las bases de la economía internacional de las décadas venideras. Los inicios de este periodo van a estar marcados por el debate en torno a la pertinencia de un nuevo orden comunicacional equitativo, justo y recíproco a nivel mundial. Esta idea queda materializada en el Informe MacBride presentado en la Conferencia General de la UNESCO de 1980. Este documento aboga por un modelo de comunicación en el que se pone de relieve el derecho a la información y a la participación en los procesos de construcción comunicativa (UNESCO, 1980). En relación con las experiencias audiovisuales alternativas más relevantes de este contexto cabe destacar el surgimiento del *vídeo popular* y el *vídeo proceso* en Latinoamérica que en su esencia son formas de creación de audiovisuales que buscan la inclusión de las comunidades, movimientos sociales y sectores populares en el proceso comunicativo en una situación política convulsa marcada por la continuidad de las dictaduras (Gumucio, 2014; Quiroga, 2014).

En Brasil surgen experiencias como TV Viva de Recife (1984) propuesta colectiva de producción audiovisual (Montero y Moreno, 2014) y TV

Maxambomba (1986) centrada en generar la participación de la comunidad a lo largo del proceso comunicativo (Gumucio, 2001). Mientras que en Chile, por su parte, se crean productoras de contenidos alternativos y contrainformativos como el proyecto Teleanálisis (1984) o Ictus; este último produce contenidos centrados en generar debate con los movimientos sociales (Quiroga, 2014). También destacan los proyectos de vídeo dirigidos a los procesos de construcción identitaria y de autorrepresentación con grupos indígenas como son Mekaron Opoi D'joi (1985) y Vídeo nas Aldeias (1986). Al mismo tiempo, se puede destacar el proyecto de televisión comunitaria neoyorquino Paper Tiger Television (1981) dedicado a la producción alternativa, la alfabetización mediática y la cooperación con movimientos sociales locales (Sáez, 2008) y el proyecto de vídeo participativo Vídeo SEWA (1984) en India, basado en la capacitación audiovisual a mujeres desempleadas con el objetivo de formarlas en el uso del vídeo (Gumucio, 2001).

Particularmente, España se encuentra durante esta década inmersa en un proceso de transformación orientado fundamentalmente a la consolidación del régimen democrático amparado en la constitución de 1978. Por esta razón, los principales retos se sitúan en la homologación internacional de las nuevas instituciones del Estado y principalmente en el proyecto del ingreso de España en la comunidad europea, lo cual implica una serie de transformaciones y reformas estructurales en el terreno económico. A partir de la victoria del PSOE en 1982 se inicia un proceso de paulatina desmovilización ciudadana que se canaliza en mayor medida hacia la política institucional (Arnau, 2006; Blázquez, 2019). Por otra parte, la política del gobierno prioriza la producción de películas competitivas en el ámbito internacional y televisivo. Esta situación desarticula a los colectivos de cine militante o alternativo que ven limitadas sus posibilidades para acceder a la financiación de sus proyectos dentro y fuera de los canales del Estado o TVE (Benet, 2012).

Sin embargo, las televisiones locales a partir de este momento se sitúan como un medio de expresión preferente para una sociedad civil que reclama medios más próximos y accesibles, que permitan darles voz y ejercer su derecho a la libre información, posibilitando la expresión de su identidad

plural y riqueza lingüística (Prado y Moragas, 2002; Prado, 2004; López, 2003; García, Mayugo, Fernández y Tucho, 2006). Son medios cuyo referente son las radios libres, como la italiana Radio Alice (1970) o la francesa Radio Verte (1977) que reivindican la libertad de expresión y el fin del monopolio comunicativo estatal (Mattelart y Piemme, 1981). El fenómeno de las televisiones locales emerge con especial relevancia en Cataluña y Andalucía (Sáez, 2008), siendo la primera experiencia en el Estado español RTV Cardedeu, fundada en el año 1981 en la localidad de Cardedeu, provincia de Barcelona. Se autodefine como «un medio comunitario, expresión pública de la comunidad, pluralista y abierta a todos» (Prado, 2004: 8). Esta televisión se financia a partir de las suscripciones y el trabajo voluntario de las personas involucradas en la gestión y producción del canal. RTV Cardedeu se convertirá en el modelo televisivo adoptado por diversas televisiones locales en el territorio español (Navarro, 1999) y especialmente en Cataluña (Guimerá, 2007).

Otra experiencia paradigmática es la creación de la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio, EMA-RTV (1984). Ésta surge con el objetivo de propiciar un soporte jurídico ante las dificultades generadas por la administración para reconocer y legalizar a medios radiofónicos y televisivos de proximidad en un contexto con escaso desarrollo mediático. Por otra parte, cabe destacar que EMA-RTV prioriza en sus estatutos dar cobertura en poblaciones rurales con escasa afluencia de los medios. En la actualidad esta asociación aglutina a cerca de 100 ayuntamientos andaluces y centros emisores en la comunidad de Andalucía. Finalmente, resulta relevante desde el ámbito de la educación mediática audiovisual para el cambio la creación de la ONG madrileña Equipo de Comunicación Educativa (1985) que hace uso de metodologías educ comunicativas para la alfabetización y capacitación en el audiovisual desde la crítica social.

La década concluye con una serie de movilizaciones sociales que tendrán lugar en el contexto español como son las estudiantiles de 1985 y 1987 o el movimiento insumiso en sintonía con el auge de otros movimientos sociales en Europa, y que suponen un precedente de los futuros movimientos que se desarrollarán en el país (Montero y Candón, 2015).

4. El auge del videoactivismo, vídeo participativo y la desregularización de la televisión comunitaria

El contexto internacional de los años noventa se caracteriza por la emergencia de los movimientos antiglobalización, antineoliberales y las primeras prácticas de *ciberactivismo* (Mateos y Gaona, 2015; Nos y Farné, 2015). Todo ello se desarrolla en un clima marcado por la agitación social con reivindicaciones ante las problemáticas generadas por el modelo neoliberal plasmado en el Consenso de Washington en 1989, que produce una continua acumulación de recursos y desigualdades entre los países. Por otra parte, el desarrollo tecnológico de la *World Wide Web* y el perfeccionamiento de los sistemas de grabación de vídeo facilitan la apropiación por parte de los movimientos sociales de estos canales y herramientas con el objetivo de difundir su propia información (Castells, 2012; Postill, 2013).

Ante esta situación, toma especial importancia el levantamiento zapatista frente a la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994, que sirve de impulso para el surgimiento de iniciativas de vídeo comunitario de corte indigenista (Ávila, 2014). En este sentido, cabe destacar experiencias como Ojo de Agua Comunicación (1994) en Oaxaca, dedicado a la producción y capacitación audiovisual; el Proyecto de Medios en Chiapas (1998) a partir de la cooperación entre comunidades indígenas y de la sociedad civil mexicana y estadounidense; o la experiencia de vídeo participativo Nutzij (1998) dirigido a mujeres indígenas de la comunidad de Sololá en Guatemala (Gumucio, 2001). Este tipo de experiencias abren una nueva perspectiva que reproduce el espíritu de actuar localmente desde una perspectiva global. En España, en consonancia con el panorama internacional, durante la década acontece un incremento de movilizaciones que conectan con esta sensibilidad global y la creciente preocupación por las problemáticas relacionadas con la globalización, el desarrollo y los derechos humanos. Es el caso de Desenmascaremos el 92, el movimiento contra el Tratado de la Unión Europea de Maastricht (1993), ¡50 años bastan! (1994) y las manifestaciones con el objetivo de destinar el 0,7% del PIB en ayudas al desarrollo a los países más empobrecidos (Montero y

Candón, 2015). En el Estado español asimismo el final de la década estará marcado por las manifestaciones contra el terrorismo.

De entre las manifestaciones altermundistas o antiglobalización destacan las organizadas en 1999 en Seattle ante la cumbre de la Organización Mundial del Comercio, a partir de la cual tiene lugar la creación de Indymedia (1999), uno de los hitos más importantes en la práctica videoactivista y que sienta los precedentes de un activismo organizado en redes alternativas frente a las infraestructuras globales que monopolizan el control de las comunicaciones y las tecnologías (Mateos y Sedeño, 2015; Askanius, 2015).

Este conjunto de experiencias alimenta un creciente interés por las prácticas de videoactivismo y de vídeo participativo que motiva la creación de los primeros manuales que recogen el bagaje anterior, recopilan ejemplos sobre la producción que se está gestando en ese periodo y proponen metodologías para la utilización del audiovisual como herramienta para el cambio social (1997) (Gumucio, 2001). Por un lado, desde el videoactivismo, Thomas Harding en 1997 escribe *The videoactivist Handbook* y cofunda en 1993 el proyecto Undercurrents en Londres, en el que profesionales de la televisión se replantean el modelo informativo vigente (Mateos y Rajas, 2014). En 1992, Peter Gabriel en EE. UU. junto con Human Rights First y Reebok Human Rights fundan el proyecto The Witness, en el que se utiliza el vídeo como herramienta para el activismo en el campo de los derechos humanos. Por otra parte, desde el vídeo participativo se escriben los primeros manuales como *Participatory Video. A Practical Approach to Using Video Creatively in Group Development Work* (1997) de Jacqueline Shaw y Clive Robertson y *Video for Development: A Casebook from Vietnam* (1998) por Su Braden y Than Thi Thien Huong. Dentro de este campo surgen iniciativas como la ONG británica de capacitación InsightShare (1999), cuya misión es la transformación de las comunidades más devastadas por el sistema y capacitar a las personas y comunidades como agentes de cambio.

En España el modelo comunicativo y cinematográfico sufre cambios importantes como son la aparición de nuevas televisiones y la creación de conglomerados mediáticos. El modelo de Estados Unidos y Europa influye

en las políticas de privatización y en el reparto de las licencias para televisión, en el que también mostrarán un interés creciente los poderes autonómicos y municipales. Esta tendencia deja abierta la entrada de bancos y grupos financieros en el sector de la comunicación favoreciendo la creación de grandes grupos informativos (Benet, 2012). De esta forma, los proyectos televisivos locales de carácter comunitario y sin ánimo de lucro se ven abocados a convertirse en televisiones municipales o a comercializarse ante las presiones ejercidas por los sectores privado-comercial y público-municipal que ven en este incipiente sector televisivo local un nicho de oportunidad bien sea de carácter económico o electoral (García, Mayugo, Fernández y Tucho, 2006). A esta problemática, por otra parte, se debe añadir la pasividad asumida por los gobiernos sucesivos que tras la aprobación de la Ley de Televisión Local (1995) no hicieron efectiva la ejecución de un Plan Técnico que hubiese permitido dar cobertura local a las televisiones (Sáez, 2008).

De esta forma, este período supuso una pérdida en los avances alcanzados por las iniciativas ciudadanas. Es por ello que se considera ésta como una etapa de retroceso en la evolución del tercer sector audiovisual en el Estado español (García, 2013). A pesar de estas limitantes, durante esta década existen experiencias relevantes. En este sentido, una experiencia innovadora es el nacimiento de Barcelona Televisió en 1994 —desde 2017 Betevé—; un canal colaborativo entre televisiones locales y el ayuntamiento de la capital catalana. Este proyecto surge con la propuesta de la asociación de Amigos de la Radio y Televisión de Clot-Camp de l'Arpa en los encuentros de televisiones locales en Cardedeu (1984) de generar una televisión cuyo núcleo fueran los informativos sobre las problemáticas locales de Barcelona. Esta iniciativa se consolida con el acuerdo entre la Coordinadora Barcelona Comunicació, entidad que aglutina a las televisiones locales de los distritos, y el ayuntamiento de la ciudad. Mediante esta unión se establece un modelo de colaboración en el que BTV se presenta como canal local con programas informativos sobre la ciudad, los distritos y los barrios (Martori, 2017). Sin embargo, con la renovación de los acuerdos en 1997, la gestión del canal pasa al ayuntamiento a través de la empresa Informació i Comunicació Barcelona, de forma que a partir de

ese momento las televisiones de distrito adquieren progresivamente un rol cada vez más secundario en el desarrollo del proyecto televisivo que habían iniciado.

En el caso de Madrid, durante esta etapa tiene lugar otra experiencia importante llamada Vallecas Tele K (1993), considerada la primera televisión comunitaria que comienza a emitir en la ciudad. Ésta surge como plataforma comunicacional del proyecto de desarrollo local de la Federación de Asociaciones para el Desarrollo Comunitario de Vallecas. Tele K crea sus contenidos a partir de los movimientos y organizaciones vallecanas, además ejerce una labor de capacitación local mediante una escuela de formación audiovisual (Sáez, 2008). Finalmente, otra experiencia importante es Neokinok TV (1998) en Barcelona, un proyecto televisivo experimental técnico y conceptual que desarrolla prototipos televisivos comunitarios y participativos con el objetivo de comprender las posibilidades mediáticas desde ópticas liberadoras de las tecnologías disponibles (Mateos y Sedeño, 2015).

5. La canalización del descontento social a partir de las *telestreet* y las primeras experiencias de vídeo participativo

Con la entrada del nuevo milenio, los movimientos altermundistas dan continuidad a sus reivindicaciones como las expresadas en Seattle (1999). Este ciclo de movilizaciones se extiende a lo largo del continente europeo y se desarrolla en ciudades como Génova, Gotemburgo y Barcelona durante el año 2001. Por otra parte, se celebra en Porto Alegre el Foro Social Mundial (2001), un punto de encuentro entre movimientos sociales para la búsqueda de alternativas al modelo económico neoliberal. España también experimenta un incremento relevante de movilizaciones y protestas que rechazan un modelo económico de desarrollo desigual, como las manifestaciones por la abolición de la deuda externa. A estas demandas se añade una disconformidad sobre la gestión política en cuestiones como el hundimiento del Prestige (2002), la participación del país en la guerra de

Irak (2003), la labor informativa respecto a los atentados del 11M (2004) y la aprobación de la Ley Sinde (2010), así como el surgimiento del movimiento por la vivienda digna que se configura posteriormente como Colectivo V de Vivienda (2006-2007) y que tendrá un rol central en movilizaciones posteriores (Montero y Candón, 2015; Nos y Farné, 2015).

En este contexto se produce una revolución tecnológica con el desarrollo de dispositivos móviles de grabación y con la creación de las nuevas aplicaciones digitales y redes sociales tales como Facebook en 2004 o YouTube en 2005 (Castells, 2012; Nos y Farné, 2015). Este fenómeno fomenta una digitalización de los procesos de comunicación, transforma las estrategias de difusión de los colectivos y les da la posibilidad de ejercer una comunicación de masas instantánea e interconectada (Levy, 2007; Mateos y Rajas, 2014). La introducción de estas tecnologías facilita la articulación de nuevos modos de acción y participación de la ciudadanía en las movilizaciones sociales (Calle, 2005; citado en García, 2013). Algunos ejemplos son el movimiento de cine piquetero en Argentina, la revolución del azafrán de Birmania (2007), la revolución de Irán (2009) o el movimiento UK Uncut de Reino Unido (2010) (Askanius, 2015; Nos y Farné, 2015). Estas nuevas plataformas facilitan el impulso de proyectos alternativos de vídeo y televisión por internet como ZaLab TV (2006) que difunde propuestas de vídeo participativo (Martínez y Carrión, 2019) o Conversation with the earth (2009) el cual hace uso del vídeo y las redes sociales para visibilizar las reivindicaciones de los derechos de los pueblos indígenas (Montero y Moreno, 2014).

Desde el desarrollo de experiencias comunicativas alternativas en España se pueden apreciar tres tendencias en esta etapa. Por una parte, surgen televisiones de movimientos sociales a partir de las posibilidades abiertas por internet y los formatos accesibles de vídeo, fenómeno conocido como *telestreet* (Berardi, Jacquemet y Vitali, 2003). Por otra parte, se observa una tendencia del desarrollo asociativo en organizaciones articuladas en red. Finalmente, destaca el desarrollo incipiente de iniciativas de vídeo participativo en el contexto español a partir del acumulado histórico en la comunicación para el cambio y el desarrollo tanto desde la teoría como de la práctica.

El modelo *telestreet* se caracteriza por canalizar las necesidades de expresión ciudadanas que no encuentran espacio en los medios tradicionales ante un creciente descontento social y que por otra parte hace uso de las posibilidades tecnológicas como instrumento para que la ciudadanía pueda comunicarse (Berardi, Jacquemet y Vitali, 2003). Éste es un movimiento que nace en Bolonia con Orfeo TV (2002) a partir de la confluencia del activismo mediático y las movilizaciones sociales a raíz de los foros sociales y cuyo antecedente más cercano es la creación de Indymedia en Seattle (1999). El fenómeno de las *telestreet* rápidamente se extiende por Italia y también por las principales ciudades españolas. En España se desarrollan experiencias de este modelo televisivo en las principales urbes del Estado, como es el caso de: Pluralia TV en Valencia, SinAntena en Madrid, Amatau TV en Bilbao y Gaztetxe Telestreet en Iruña y La Tele en Barcelona (Matilla, Mayugo, Fernández y Tucho, 2006).

Cabe destacar también en este sentido el proceso de surgimiento del proyecto de La Tele de Barcelona —el cual en 2016 pasa a denominarse La Mosca TV— ya que su puesta en marcha ilustra el proceso de creación de una televisión desde los movimientos sociales en un contexto comunicativo vedado para la ciudadanía. El antecedente de esta televisión se remonta a inicios del milenio en Barcelona en un periodo de movilizaciones en el que los movimientos y colectivos sociales reclaman por mediación de la campaña «Com és possible?» el derecho a poder expresarse. Ante la imposibilidad de acceso a los medios institucionales se constituye la plataforma Associació Comunicació Social (2003) como espacio para la acción comunicativa y la articulación de las demandas comunicacionales ciudadanas; y con ella se impulsa la campaña Okupem les Ones (2003) cuya finalidad es activar a la sociedad desde la participación en la gestión y la producción mediática. Es durante esta campaña que se crea La Tele de Barcelona (2005), la cual surge como herramienta comunicativa de colectivos, movimientos y la ciudadanía que la conforman (Fleischman, Reguero y Sáez, 2009).

Por otra parte, otra tendencia emergente durante esta etapa es el surgimiento de redes que articulan experiencias comunicativas alternativas con el objetivo de impulsar el tercer sector, como son la ya mencionada ACS

y la Red de Medios Comunitarios la cual funciona a nivel estatal. Es importante señalar que las enmiendas propuestas por parte de la ACS a la Ley de Cataluña (2005) y de la Remc a la Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información (2007) consiguieron el reconocimiento en ambas leyes de la figura de medios audiovisuales sin ánimo de lucro (Sáez, 2008).

Por último, se aprecia en este periodo una tendencia hacia un incipiente desarrollo del vídeo participativo. Éste se produce de forma paralela a la incorporación de la comunicación para el cambio y el desarrollo en el ámbito comunicacional. En relación con el empleo del vídeo participativo como metodología dialógica (Freire, 1968; Kaplún, 1998) desde una construcción colectiva (Montero y Moreno, 2020) y transformadora (White, 2003; Mayugo, 2015) cabe destacar que éste comienza a ser implementado en España con cierto retraso, al igual que sucede con el reconocimiento de la comunicación para el cambio y el desarrollo como disciplina comunicativa (Marí, 2013). Sin embargo, tanto la disciplina teórica como la puesta en práctica de la metodología experimentan durante esta etapa un importante impulso.

Por una parte, en el caso de la comunicación para el cambio y el desarrollo cabe destacar el surgimiento de organizaciones que propician su consolidación en el campo de la comunicación entre los que destacan: Aire Comunicación (2000) en Madrid, colectivo de educomunicadores que realizan un trabajo de alfabetización mediática; ComPolíticas en Sevilla (2006), grupo de investigación interdisciplinario de estudios de comunicación; el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (2006) en Alicante, orientado a la investigación, docencia y sensibilización sobre temas de paz y desarrollo social; o el Foro Internacional Comunicación, Desarrollo y Cambio Social (2008) encaminado a la superación de los paradigmas basados en modelos desarrollistas, entre otros.

Por otra parte, en relación con el aumento de experiencias de vídeo participativo en este periodo se crean importantes iniciativas, en su mayoría activas en la actualidad, que han venido desarrollando un trabajo colectivo cooperativo. Éste es el caso del proyecto Teleduca. Educació y Comunicació (2000) en Barcelona, que desde un enfoque educomunicativo media entre

colectivos vulnerables con el objetivo de generar cohesión social en el entorno comunitario. Otra experiencia relevante es el proyecto vizcaíno Úbiqua (2003) que combina una metodología de vídeo participativo con el uso de las TIC para desarrollar contenidos educativos, culturales y sociales (Montero, 2020). También con un interés por las nuevas tecnologías y la alfabetización mediática se crea en Barcelona Ubú TV (2003). Por otra parte, se gestan proyectos que reflexionan sobre los procesos de creación y democratización del cine y la cultura como el colectivo Cine Sin Autor (2006), con el objetivo de capacitar a personas y colectivos ajenos al ámbito cinematográfico para la creación de imaginarios alternativos o el proyecto Quepo Vídeo Social (2007), que con la puesta en marcha de procesos de creación colectiva comunitaria y activista emplea el vídeo como instrumento para la transformación social. Finalmente, son reseñables los procesos de alfabetización del proyecto el Parlante (2009) para el uso de los medios con un enfoque educomunicativo y participativo.

6. Nuevos escenarios tras el 15M

En 2011 se produce en España el 15M, una de las expresiones del ciclo de protestas que se desarrolla a nivel mundial y que abarca demandas de amplio espectro en el plano social y político. Este fenómeno se desencadena a partir de las graves consecuencias económicas y sociales provocadas por la crisis financiera de 2007. Entre las movilizaciones más representativas destacan la Primavera Árabe, el movimiento Occupy Wall Street, la movilización estudiantil en Chile, el movimiento #YoSoy132 en México, así como protestas en países como Grecia, Islandia o Portugal, entre otros. En el plano de los medios de comunicación, la profunda crisis del sector propicia la creación de espacios de comunicación alternativos a los grandes grupos mediáticos orientados a la contrainformación y la reivindicación de derechos sociales (Galán, 2012). Por otra parte, en las movilizaciones, el audiovisual alternativo, especialmente el videoactivismo y el ciberactivismo, tendrá un papel protagonista en el desarrollo de proyectos

híbridos (vídeo, televisión e internet) y en la utilización de estrategias del activismo en red (Nos y Farné, 2015; Montero y Candón, 2015).

Los colectivos que protagonizan estas movilizaciones utilizan el videoactivismo como una herramienta para la concienciación, la visibilización y la transformación social, que se impulsa a través de plataformas digitales por parte de organizaciones de la sociedad civil, movimientos sociales, grupos o cooperativas. Éstos fomentan la creación de materiales audiovisuales de corte activista, cuyo contenido se enfoca hacia las reivindicaciones que están sucediendo en estas movilizaciones (Árevalo y Vilar, 2019) y que se difunden a través de las redes sociales (Postill, 2013; Askanius, 2015). El panorama de prácticas en el contexto español es muy amplio y heterogéneo, pero destacan iniciativas como la que desarrollan los propios movimientos sociales como Democracia Real Ya o la Plataforma de Afectados por la Hipoteca de Barcelona a través de sus vídeos y documentales publicados en YouTube y redes sociales (Arévalo, 2014; Arévalo y Vilar, 2019), así como proyectos de videoactivismo asociados a campañas o acciones concretas (Caldwell, 2005) como el «#15O United for Global Social Change», de licencia *creative commons*, creada por La Cafetera Productions y 15Mbcn.tv para Tomandoconciencia.org (Nos y Farné, 2015) o las acciones desarrolladas por el colectivo Flo6x8, que se caracterizan por el uso del vídeo y la *performance* artística basada en el flamenco.

Otra experiencia relevante es 15M.cc, una iniciativa transmedia colaborativa para la construcción de un relato colectivo sobre el 15M desde la horizontalidad, la transparencia y la participación (Montero y Candón, 2015; Montero y Sierra, 2016). En este escenario de innovación mediática también se generan redes y alianzas entre experiencias televisivas alternativas previas y emergentes como la que se produce entre Tele K y TomalaTele (García, 2013; Barranquero y Meda, 2015). En este sentido ambas experiencias realizan un episodio de manera conjunta del informativo Sí Se puede, programa que se dedica al derecho a la vivienda y la problemática de los desahucios y que combinaba el espacio televisivo con la actividad videoactivista en el ámbito de las TIC (Camuñas, 2014). Una vez que las movilizaciones del 15M comienzan a descender emergen colectivos

que recogen la herencia de este ciclo de protesta y de los distintos proyectos que se han desarrollado al amparo de éstas como el cineclub Chantal, conocido anteriormente como cineclub de La Morada, que desde 2012 se convierte en un espacio abierto para el debate y la proyección de películas. Sin embargo, algunas experiencias mediáticas audiovisuales no logran consolidarse, como resulta el caso de la plataforma Tomalosmedios creada a finales de 2012 con el objetivo de reunir proyectos informativos como La Tele, Tele K, Ágora Sol o Tomalatele desarrollados alrededor del 15M (Barranquero y Meda, 2015).

El panorama actual de medios alternativos audiovisuales es herencia de las circunstancias políticas, económicas, tecnológicas y sociales que ha vivido el sector a lo largo de su historia. Es por ello que asistimos a un escenario diverso e híbrido que engloba propuestas que utilizan el vídeo como herramienta para el activismo o para la generación de procesos de participación o comunitarios articulados desde las TIC (Sierra y Montero, 2015; Montero y Sierra, 2016). Estos cambios han tenido una repercusión importante en el audiovisual, del que se destacan proyectos impulsados a través de organizaciones o cooperativas como Metromuster (2015), centrada en la creación de audiovisuales y documentales activistas, o Sociocreativo (2018), un proyecto de reciente creación que realiza audiovisuales para la transformación social y el desarrollo.

Por otra parte, encontramos proyectos que implementan metodologías participativas y de intervención social como los impulsados por Càmeres i Acció (2012) o Toma Social (2015), desarrollado por el Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento-Ingenio (CSIC-UPV). Este último proyecto cuenta con la participación de las investigadoras Alejandra Boni y Gynna Millán que desde el ámbito académico (2016-2017) exploran las metodologías para la generación de procesos de desarrollo, participación e intervención social en diversos países y ciudades como Valencia (Boni y Millán, 2018). En este sentido destaca el proyecto de cine comunitario y participativo Barriometrajes (2018), que desarrolla desde Canarias propuestas para la mediación cultural, la participación ciudadana y la memoria vecinal. También desde la academia destacan las Jornadas de Cine No Industrial celebradas en la Universidad Rey Juan Carlos (2020),

impulsadas por el colectivo Cine No Industrial. Una propuesta que sirve como punto de encuentro entre profesionales y estudiantes para la reflexión sobre las posibilidades de llevar a cabo proyectos de cine y vídeo alternativo.

Finalmente, dentro de este contexto irrumpen proyectos que reclaman espacios televisivos con una perspectiva de cambio social y para la transformación desde el espacio barrial como es La Veïnal (2017), un proyecto de televisión comunitario y participativo impulsado por colectivos dedicados a la producción alternativa con trayectoria como son: LaMosca.TV, Quepo, Càmeres i Acció, Teleduca, NeokinokTV, PasaPaso, UbuTV, elParlante, Fora de Quadre y Telenoika. Estos colectivos se unen con el objetivo de crear una plataforma comunicativa que permita la participación de la ciudadanía activa con una perspectiva local y de barrio. Esta plataforma trata de generar espacios de apoyo y capacitar a las personas y colectivos para que desarrollen sus propios contenidos comunicativos y audiovisuales. La Veïnal, basada en un modelo de financiación mixto que combina la financiación pública con otros métodos como la autogestión, tiene entre sus metas reivindicar un marco jurídico que ampare a los proyectos comunitarios y que promueva la sostenibilidad y reducción de la precariedad del sector alternativo, aunque éste es un proyecto incipiente que tiene como reto ser sostenible y garantizar su independencia y valores comunitarios.

Estas prácticas nos sirven para cerrar este capítulo dedicado a las iniciativas alternativas que se promueven desde canales de producción y exhibición alternativos que surgen desde iniciativas ciudadanas, colectivos, movimientos y organizaciones sociales, con la necesidad de poder expresarse y participar de forma activa en la construcción de la sociedad.

Conclusiones

Las prácticas del audiovisual alternativo forman parte del repertorio de estrategias y herramientas que han utilizado los movimientos sociales, militantes y activistas en los ciclos de movilización y construcción política.

Estas estrategias se consolidan y aumentan su presencia en los periodos en los que se desarrollan grandes campañas de movilización y en momentos históricos de especial conflictividad social y política, censura o represión. En el caso español este fenómeno cobra fuerza durante los años setenta, al calor de las organizaciones políticas y sindicales en mayor medida, y en la década de 2010, impulsado por una variedad de movimientos sociales que se articulaban en el fenómeno del 15M. Todos ellos comparten la necesidad de crear o generar espacios comunicativos que canalicen las reivindicaciones sociales de dichos movimientos ante los poderes políticos y económicos.

El tercer sector del audiovisual se ha caracterizado por su heterogeneidad al incluir propuestas diversas como las televisiones locales en los ochenta o las *telestreets* en el inicio de milenio, proyectos comunicativos híbridos durante las protestas del 15M, entre otras. Este sector se ha convertido en un medio para la expresión de las demandas ciudadanas y la canalización de las iniciativas sociales en las distintas etapas de movilización. No obstante, ha sumado esfuerzos constantes para consolidarse y generar proyectos de largo recorrido en el tiempo más allá de las coyunturas, como es el caso de RTV Cardedeu, BTV, Tele K, la Tele de Barcelona y más recientemente La Veïnal. Sin embargo, ha sido un sector marcado por las dificultades para sostenerse en el tiempo, en gran medida por la existencia de un marco jurídico y económico adverso que condiciona las posibilidades de desarrollo del sector. Esta inestabilidad fomenta unas condiciones de trabajo precario y voluntario e impide el desarrollo sostenible del mismo. Es por ello que toman relevancia las redes asociativas como ACS y Remc que desde el *lobby* político buscan una regulación del sector que propicie un marco de protección y estabilidad que corrija las problemáticas históricas que lo lastran.

En otro sentido, la cuestión tecnológica plantea un debate constante en los movimientos sociales acerca de la utilización de estas herramientas cuyo origen está en las grandes corporaciones tecnológicas. Por una parte, la tecnología propicia la proliferación de prácticas audiovisuales alternativas y la democratización de la producción y la distribución. Sin embargo, el uso de estas tecnologías implica límites en la creación colaborativa y equitativa

debido a la lógica comercial y mercantil de estas empresas. La tecnología digital genera vulnerabilidades en cuanto a cuestiones de privacidad, cibervigilancia, mercantilización de los datos, brecha digital, entre otros. Estas cuestiones pueden comprometer los objetivos o valores de los propios colectivos. El reto se encuentra en utilizar estas herramientas para impulsar procesos de igualdad, cambio o justicia social y promover la gestación de herramientas o canales alternativos afines a los mismos (Montero, 2020).

Por otro lado, cabe destacar cómo los contenidos del audiovisual alternativo propician una visión diversa, crítica y analítica sobre la realidad política y social. De esta forma se promueve el desarrollo de un pensamiento crítico, la activación de las audiencias y la inclusión de los colectivos y comunidades diversas. Asimismo, es importante señalar las posibilidades que abren las metodologías audiovisuales participativas como herramientas que posibilitan el diagnóstico, la intervención y la resolución de problemáticas sociales, además de alfabetizar mediáticamente y desarrollar habilidades para el diálogo y el trabajo en equipo desde el consenso. En este sentido, sería recomendable la implementación de metodologías participativas en los procesos de alfabetización y formación mediática en el sistema educativo.

Referencias

- Arévalo, A. (2014). «El movimiento social 15-M de España y la promoción de la protesta a través de sus vídeos en Youtube», en *Historia y Comunicación social*, vol. 19, n.º especial marzo, págs. 153-163.
- Arévalo, A. y Vilar, G. (2019). «La Plataforma de Afectados por las Hipotecas y sus videos de YouTube: un análisis de los formatos y sus principales tendencias», en Arévalo, A. (ed.), *Comunicación y Cambio social*, Tirant lo Blanch, Valencia.
- Arnau, R. (2013). «Los colectivos cinematográficos en la España tardofranquista: militancias, transgresiones y resistencias», en *DOC Online: Revista Digital de Cinema Documentário*, n.º 15, págs. 293-318.

- (2006). *La Guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967-1982)*, Tesis doctoral no publicada, Universitat Jaume I, Castellón de la Plana.
- Askanius, T. (2015). «Genealogía del vídeo para el cambio. Videoactivismo y vídeo radical *online*», en Sierra, F. y Montero, D. (eds.), *Videoactivismo y movimientos sociales: teoría y praxis de las multitudes conectadas*, Gedisa, Quito.
- Atton, C. (2002). *Alternative Media*, Sage, Londres.
- Ávila, I. (2014). «México», en Gumucio, A. (coord.), *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, Bogotá.
- Ayerbe, M. (2016). «El audiovisual como herramienta de cambio social en Guatemala. Estudio de caso: INCREA», en *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, n.º 3, RAEIC, Santiago de Compostela, págs. 54-63.
- Barranquero, A. y Meda, M. (2015). «Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M», en *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, vol. 15, n.º 1, Athenea Digital, Barcelona, págs. 139-170.
- Benet, V. (2012). *El cine español. Una historia cultural*, Paidós Comunicación, Barcelona.
- Berardi, F.; Jacquemet, M. y Vitali, G. (2003). *Telestreet. Máquina imaginativa no homologada*, El viejo topo, Barcelona.
- Blázquez, E. (2019). *Helena Lumbreras et le Colectivo de Cine de Clase: une pratique cinématographique militante à la fin du franquisme et durant la transition en Espagne*, Tesis doctoral, Sorbonne Université, París.
- Boni, A. y Millán, G. (2018). *Relatos Para La Transición. Experiencias De Investigación Mediante El Video Participativo Con Enfoque Global*, Universidad Politécnica de València, Valencia.
- Braden, S. y Thi Thien Huong, T. (1998). *Video for Development: A Casebook from Vietnam*, Oxfam Press, Londres.
- Bustos, G. (2006). *Audiovisuales de combate. Acerca del videoactivismo contemporáneo*, La Cruja, Buenos Aires.

- Caldwell, G. (2005). «Using vídeo for advocacy», en Gregory, S.; Caldwell, G.; Ronnit, A. y Harding, T. (eds.), *Video for Change. A Guide for Advocacy and Activism*, Pluto Press, Londres.
- Camuñas, M. (2014). «Miradas colectivas: veinte años de videoactivismo en España», en Bustos, G., et al., *Videoactivismo: Acción política cámara en mano*, Cuadernos artesanos de comunicación, La Laguna.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*, Alianza, Madrid.
- Downing, J. H. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Sage, Londres.
- Fleischman, L.; Reguero, N. y Sáez C. (2009). «Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo», en VVAA, *Actas del VII Congreso Internacional de ULEPICC: Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la Sociedad de la Información*, vol. 1, págs. 377-405. Disponible en: http://www.medioscomunitarios.net/barcelona/IMG/pdf/Ulepicc09_TSC_VF2.pdf
- Freire, P. (1968). *La pedagogía del oprimido*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Galán, M. (2014). «La historia “no oficial” del cine. Prácticas de comunicación alternativa», en Ubierna, F. y Sierra, J. (coord.), *Miscelánea sobre el entorno audiovisual en 2014*, Fragua, Madrid.
- (2012). «Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales», en *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, vol. 1, n.º 10, págs. 1091-1102.
- García, J. (2013). «Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España», en *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º 5, adComunica y Universitat Jaume I, Castellón, págs. 111-131.
- García, A.; Mayugo, C.; Fernández, J. y Tucho, F. (2006). «Televisión comunitaria y televisión educativa: televisión de y para la sociedad civil», en *Documentación Social*, n.º 140, Caritas Española, págs. 111-128.

- García-Merás, L. (2007). «El cine de la disidencia. La producción militante antifranquista (1967-1981)», en Carrillo, J.; Estella, I. y García-Merás, L. (eds.), *Desacuerdos 4, Sobre Arte, Políticas y esferas públicas en el Estado Español*, MACBA, Barcelona.
- Gregory, S.; Caldwell, G.; Avni, R. y Harding, T. (2005). *Video for Change A Guide for Advocacy and Activism*, Pluto Press, Londres.
- Gubern, R. (1995). *Historia del cine español*, Cátedra, Madrid.
- Guimerá, J. A. (2007). *La Televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2005)*, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación, Bellaterra.
- Gumucio, A. (2014). «Aproximación al cine comunitario», en Gumucio, A. (coord.), *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, Bogotá.
- (2001). *Making waves: participatory communication for social change*, The Rockefeller Foundation, Nueva York.
- Harding, T. (2001). *The Video Activist Handbook*, Pluto Press, Londres.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*, Ediciones de la Torre, Madrid.
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Anthropos, Barcelona.
- Linares, A. (1976). *El cine militante*, Castellote, Madrid.
- López, F. (2003). *La televisión local en el contexto audiovisual. Análisis del sector en la provincia de Castellón*, Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Repositori UJI. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10803/10450>
- Luna, D. (2015). «Proyectos de microtelevisión en el arte sociotecnológico de Muntadas», en *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación*, nº. 9, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.
- Marí, V. (2013). «Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la Institucionalización y la implosión del campo», en *Commons*, vol. 2, n.º 3, Grupo de Investigación Comunicación y Ciudadanía Digital, Cádiz, págs. 40-59.

- Martínez, S. y Carrión, E. (2019). «Video participativo y alfabetización visual», en *Obra Digital*, n.º 17, Universidad de Vic, Barcelona, págs. 77-91. Disponible en: <http://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/242>
- Martori, A. (2018). «Betevé: ¿de televisión hiperlocal a transmedia? Un análisis de la evolución», en *Quaderns del CAC*, vol. 31, n.º 44, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Barcelona.
- Mateos, C. y Gaona, M. (2015). «Constantes del videoactivismo en la producción audiovisual. Rastreo histórico (1917-2014) y puntualizaciones para una definición», en Sierra, F. y Montero, D. (eds.), *Videoactivismo y movimientos sociales: teoría y praxis de las multitudes conectadas*, Gedisa, Quito.
- Mateos, C. y Rajas, M. (2014). «Videoactivismo: conceptos y rasgos», en Bustos, G., et al., *Videoactivismo: Acción política cámara en mano*, Cuadernos artesanos de comunicación, La Laguna.
- Mateos, C. y Sedeño A. (2015). «Videoactivismo y autoría colectiva», en Montero, D. (coord.), *Videoactivismo y movimientos sociales: teoría y praxis de las multitudes conectadas*, Gedisa, Barcelona.
- Mattelart, A. y Piemme, J. M. (1981). *La televisión alternativa*, Anagrama, Barcelona.
- Mayugo, C. (2015). *La confluencia entre educomunicación y Comunicación comunitaria en las prácticas de creación audiovisual participativa*, Tesis Doctoral, Universidad de Santiago de Compostela, Departamento de ciencias de la comunicación, Santiago de Compostela. Disponible en: <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/14611>
- McChesney, R. (2001). «Global Media, Neoliberalism, and Imperialism», en *Monthly Review*, vol. 52, n.º 10, Nueva York. Disponible en: <https://monthlyreview.org/2001/03/01/global-media-neoliberalism-and-imperialism>
- Meda, M. (2012). «Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España», en *Commons*, vol. 1, n.º 1, Grupo de Investigación Comunicación y Ciudadanía Digital, Cádiz, págs. 58-84.

- Montero, D. (2020). «Rethinking participatory video in the times of YouTube», en *Media, Culture and Society*, págs. 1-16.
- Montero, D. y Candón, J. (2015). «Sobre las imágenes del 15M. El videoactivismo como experimentación cultural y política», en Sierra, F. y Montero, D. (eds.), *Videoactivismo y movimientos sociales: teoría y praxis de las multitudes conectadas*, Gedisa, Quito.
- Montero, D. y Moreno, J. M. (2020). «Explorando el campo de conocimiento del video participativo. Un recorrido por las principales aportaciones teórico-prácticas», en *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, n.º 11, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, págs. 92-108.
- (2014). *El cambio social a través de las imágenes. Guía para entender y utilizar el vídeo participativo*, Los libros de la Catarata, Madrid.
- Montero, D. y Sierra, F. (2016). «Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m.cc», en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 134, CIESPAL, Quito, págs. 263-276.
- Navarro, J. (1999). *La televisión local. Andalucía: la nueva comunicación*, Fragua editorial, Madrid.
- Nieto, J. (2016). «De la práctica filmica a la crítica y analítica. El cine alternativo y militante en la prensa cinematográfica del tardofranquismo y la transición a la democracia (1967-1978)», en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 24, n.º 1, págs. 817-833.
- Nos, E. y Farné, A. (2015). «Videoactivismo digital como comunicación para el cambio social pacífico: estrategias narrativas y discursos sociales en United for Global Change», en Sierra, F. y Montero, D. (eds.), *Videoactivismo y movimientos sociales. Teoría y praxis de las multitudes conectadas*, Gedisa, Quito.
- Ortuño, P. (2013). «Antecedentes del vídeo participativo como alternativa a la televisión comercial: nuevas propuestas on-line», en *Doc On-line*, n.º 14, UBI y UNICAMP, págs. 113-138.
- Postill, J. (2013). *The uneven convergence of digital freedom activism and popular protest: a global theory of the new protest movements*, RMIT University, Melbourne.

- Prado, E. (2004). *La Televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*, Fundación Alternativas, Madrid.
- Prado, E. y Moragas, M. (2002). *Les televisions locals a Catalunya*. CAC, Barcelona.
- Quiroga, C. (2014). «Chile», en Gumucio, A. (coord.), *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, Bogotá.
- Romaguera, J. y Soler, L. (2006). *Historia crítica y documentada del cine independiente en España 1955-1975*, Laertes, Barcelona.
- Sáez, C. (2008). *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*, Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo, Barcelona. Disponible en: <https://www.tesisenred.net/handle/10803/4212#page=1>
- Shaw, J. y Robertson, C. (1997). *Participatory Video. A Practical Approach to Using Video Creatively in Group Development Work*, Routledge, Londres.
- Sierra, F. y Montero, D. (2015). «Videoactivismo y nuevos movimientos urbanos en España», en *Andamios*, vol. 12, n.º 29, págs. 161-182.
- UNESCO (1980). *Many Voices One World. Towards a new more just and more efficient world information and communication order*, en MacBride, S. (coord.), Naciones Unidas, París, Londres, Nueva York.
- Vidal, J. (1979). «Introducción» en Vidal, J. (coord.), *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Villanueva, S.; Barranquero, A. y Ramos, J. (2016). «Los medios comunitarios, libres y ciudadanos en el Estado español. Territorios, tecnologías y valores», en *Cultura, Lenguaje y Representación / Culture, Language and Representation*, n.º 15, págs. 99-118.
- White, S. A. (2003). *Participatory Video. Images that Transform and Empower*, Cornell University, Nueva York.

4

El legado de la cultura *hacker* en los movimientos y medios ciudadanos españoles

José Candón-Mena (Universidad de Sevilla)

Dafne Calvo (Universidad de Valencia)

Introducción

El surgimiento y expansión de internet ha modificado en las últimas décadas un sistema mediático hasta entonces dominado por los medios de comunicación de masas tradicionales —prensa, radio y televisión— (McCurdy, 2011). La irrupción de estas tecnologías que conviven con los medios tradicionales ha supuesto la configuración de un nuevo ecosistema mediático (Treré y Mattoni, 2016). Dada la moldeabilidad de los nuevos medios (Lovink, 2003), adaptables a múltiples usos y configuraciones, o los procesos de remediación (Bolter y Grusin, 2000) con los medios preexistentes, lo que se produce es un creciente proceso de convergencia (Cardoso, 2008) en el que todos los medios —incluida prensa, radio y televisión— se digitalizan y a su vez conviven con medios nativos digitales (Prensky, 2001) (webs, blogs, redes sociales, mensajería instantánea, etc.).

En el ámbito de la sociedad civil y los movimientos sociales, la digitalización y la expansión de internet ha abierto nuevas posibilidades, aprovechando algunas de las propiedades intrínsecas de la red, como la digitalización, la hipertextualidad, la reticularidad, la interactividad, la multimedialidad, el desenclave temporal o la deslocalización (Scolari, 2008; Lévy, 2007; Manovich, 2005; Candón-Mena, 2010). Aunque vistas de forma aislada las características de los nuevos medios no son especialmente nuevas en la mayoría de los casos —el teléfono ya era interactivo, por

ejemplo—, su combinación dentro de un mismo soporte tecnológico supone un cambio fundamental y además introduce posibilidades realmente inéditas, como la comunicación de muchos a muchos o «autocomunicación de masas» (Castells, 2009), que justificaría por sí misma que podamos hablar de una verdadera revolución de las comunicaciones.

Para los movimientos sociales, agentes de escasos recursos, la simple reducción de costes en el nuevo escenario digital ya supone un acicate importante. No sólo por la posibilidad de reducción de costes directamente relacionados con la comunicación —producir y difundir mensajes, crear medios propios o afines, interactuar con medios preexistentes, etc.— sino también por las facilidades para la organización y coordinación entre activistas, que son al fin y al cabo el principal recurso de los movimientos y colectivos sociales. En este sentido internet «potencia a los movimientos en las formas puramente instrumentales como un recurso logístico para actores pobres en recursos» (Della Porta y Mosca, 2005). Pero más allá de este uso instrumental, los movimientos se benefician también de algunas similitudes entre sus modelos de organización, participación o comunicación y las propiedades de internet, un medio en principio mucho más propicio a la coordinación descentralizada, la participación interactiva o la organización horizontal que los medios tradicionales de difusión unidireccional y masiva.

Por supuesto, estas posibilidades en potencia para los movimientos sociales dependen de múltiples factores —políticos, legales, culturales, tecnológicos, etc.— para hacerse efectivas. Por otra parte, la configuración inicial de la red no es del todo inamovible, y aunque no se puede volver atrás respecto al desarrollo tecnológico, existe una amplia capacidad por parte de distintos actores de reconfigurar la tecnología en un sentido contrario a los principios originales de la red. Las TIC no sólo abren un abanico de nuevas posibilidades, sino también de diversos riesgos: monitorización, *data mining*, control, represión y vigilancia, etc.

Además, conviene insistir en que las TIC vienen a complementar y transformar, pero no a sustituir, el sistema de medios precedente. Aun digitalizadas, por ejemplo, la televisión o la radio —que mantienen en esencia su modelo, usos, formato y formas de expresión de la era analógica — siguen jugando un papel fundamental para la configuración de la opinión

pública y, de hecho muchos de los usos comunicativos de las TIC por parte de la ciudadanía se dirigen a tratar de contrarrestar el poder de los medios tradicionales para determinar los *issues* y el *frame* del debate político (Candón-Mena, 2012a). En el ámbito de los movimientos, también las radios comunitarias, la prensa alternativa en papel, los fanzines o la cartelería y, por supuesto, los encuentros físicos (Treré, 2019), siguen siendo recursos fundamentales para la movilización, la configuración de identidades o la comunicación interna y externa.

Así, con sus pros y sus contras, resulta evidente que en las últimas décadas la ciudadanía ha empleado intensamente las tecnologías de formas diversas con fines comunicativos, alterando con ello el sistema mediático del momento (Downing, 2001) o configurando lo que Sampedro (2014) llama un «cuarto poder», dando lugar a lo que Tufekci llama el «giro computacional» de los movimientos sociales (2014). Aunque el uso de internet desborda el campo de la comunicación y para los movimientos sociales es también un instrumento de organización y coordinación, de debate interno e incluso para la acción colectiva, enriqueciendo el repertorio de confrontación a través de acciones *online*, en este texto pretendemos abordar el uso comunicativo de las tecnologías emergentes por parte de los movimientos.

En particular, nos interesa explorar diversos fenómenos: por un lado, las distintas lógicas que han guiado el uso comunicativo de las TIC por parte de los movimientos sociales del estado español, incidiendo en los diferentes niveles de acceso, uso y apropiación de las TIC con fines comunicativos. También indagamos en el desarrollo de herramientas digitales que van más allá de la apropiación tecnológica, contribuyendo al propio desarrollo autónomo de herramientas tecnológicas. Por otro lado, estudiamos el papel de los colectivos de *hackers*, *hacktivistas* y comunidades de *software* libre en la alfabetización digital de los movimientos españoles, así como en el apoyo a los mismos como colectivos «sociotécnicos» que facilitan infraestructuras y herramientas al servicio de la comunicación de los movimientos. Finalmente, reflexionamos sobre la estrecha colaboración entre estos *hackers* y activistas con periodistas, activistas de la contrainformación o medios comunitarios vinculados a los movimientos

sociales para diseñar acciones comunicativas o reforzar proyectos de comunicación, y en particular, para el fortalecimiento de las redes y medios de comunicación comunitarios preexistentes y la creación de nuevos medios y proyectos comunicativos vinculados a colectivos y movimientos sociales.

Para afrontar estas cuestiones, en primer lugar, introducimos algunos conceptos teóricos útiles para enmarcar el debate respecto a la relación entre las TIC, la comunicación y los movimientos sociales. Posteriormente, realizaremos una descripción histórica de los diferentes ciclos de movilización en España, ligada a las etapas del desarrollo de las tecnologías emergentes desde sus orígenes y sobre todo el incipiente uso de éstas por parte de los movimientos, en la década de los noventa, hasta la actualidad. En dicho relato pretendemos vincular ambas esferas —movimientos sociales y tecnologías digitales—, detectar influencias recíprocas y lógicas distintivas en el uso comunicativo de las TIC, así como remarcar algunos hitos relevantes —acciones comunicativas, medios de comunicación, etc.— que forman parte de la rica experiencia tecnocomunicativa de los movimientos españoles. Presentaremos también algunos debates y discusiones pasadas y presentes en torno al uso activista de las TIC y, para finalizar, algunas reflexiones generales sobre la experiencia española y los retos futuros para la comunicación activista y los medios comunitarios. A partir de estas reflexiones, planteamos que el activismo digital español ha evolucionado desde la eclosión de internet a la actualidad, de modo que ha transitado desde una perspectiva ciberactivista, militante y de izquierdas, a otra tecnopolítica, más abierta, práctica y dispuesta a alternar el uso de las redes sociales corporativas con la creación de medios y herramientas alternativas propias diseñadas *por* y *para* los movimientos sociales.

1. Conceptos clave y propuesta teórica

Los movimientos sociales se han apropiado de las tecnologías emergentes desde sus inicios y han sido un actor relevante en el propio desarrollo de éstas. Las TIC forman desde su origen parte fundamental del capital informacional (Hamelink, 2000) de las organizaciones sociales, al menos

desde tres niveles de competencia y articulación, a saber: el acceso — disponibilidad de infraestructuras—, el uso, es decir la alfabetización digital —habilidad técnica— y la apropiación, o la construcción colectiva de conocimiento —evaluación de la información y aplicación en situaciones reales— (León, Burch y Tamayo, 2001; Marí Sáez y Sierra Caballero, 2008). Acceso, uso y apropiación son, así, las etapas sucesivas de un verdadero aprovechamiento de las TIC para la movilización social. Sin embargo, a estos tres grados crecientes de capital informacional nosotros añadimos un nivel superior, el de desarrollo autónomo de tecnologías emergentes. Como venimos sosteniendo (Candón-Mena, 2012b, 2013 y 2016) los movimientos sociales no sólo instrumentalizan las tecnologías preexistentes para satisfacer sus propias necesidades (apropiación), sino que en ocasiones incluso crean tecnologías emergentes que ya de partida son diseñadas —y no sólo adaptadas— para tal fin.

Así, podemos distinguir dos lógicas en el uso de las TIC por parte de los movimientos. Por una parte, el uso de tecnologías ajenas, como las redes sociales comerciales, incluyendo el uso disruptivo de las mismas, la apropiación, que supone alterar los usos previstos de la tecnología, pero sin modificar las propias herramientas. Por otra parte, el desarrollo de herramientas propias, autónomas, de forma que los movimientos o activistas no sólo se apropian de las herramientas disponibles para sus propios fines, sino que crean y diseñan nuevas herramientas digitales propias o modifican las existentes (Candón-Mena, 2012b).

Estos desarrollos presentarían, por tanto, un grado superior de capital informacional que se relaciona con la idea de soberanía tecnológica (Haché, 2015), para aspirar así a la citada creación de herramientas desarrolladas por y para la sociedad civil, que también incluiría la modificación o *hackeo* de herramientas preexistentes para realizar adaptaciones menores. En este último aspecto juegan un papel fundamental las comunidades de *hackers*, *hacktivistas* o desarrolladores de *software* (y *hardware*) libre, así como los colectivos sociotécnicos (Candón-Mena, 2010), cuya actividad política se basa en dar asesoramiento, soporte y apoyo a otros colectivos para sacar el máximo partido a las TIC, incidiendo en la alfabetización digital de los movimientos sociales.

Para comprender las lógicas de acción colectiva digital de distintos movimientos y ciclos de protesta, resulta fundamental la presencia y solidez de estas comunidades de *hackers* con intereses no sólo tecnológicos sino también sociales (es decir, los *hacktivistas*), de colectivos sociotécnicos dedicados a facilitar acceso, infraestructuras y formación con el fin de apoyar a otras organizaciones y movimientos, así como de la relación más o menos directa de estos colectivos con el resto de los movimientos sociales.

De esta forma, y en línea con Meyer y Whittier (1994), no sólo analizamos el legado de las comunidades que fueron, sino también la influencia mutua de aquéllas que han coincidido en el tiempo. Con este fin, revisamos múltiples casos concretos de medios informativos como Indymedia o Nodo50 y colectivos *hacktivistas* como los distintos *hacklabs* y *hackmeeting*. En el caso español, podemos afirmar *a priori* que la presencia y actividad de dichos colectivos es importante y, lo que es más relevante, que han mantenido una relación generalmente fluida con los distintos movimientos sociales protagonistas de las diferentes olas de movilización en los últimos años. Como resultado de esta influencia, podemos hablar de un alto grado de apropiación tecnológica y de alfabetización digital de los movimientos sociales en España.

No obstante, tanto en España como en el resto del mundo las lógicas de acción de los movimientos sociales respecto a la tecnología han oscilado, con periodos o ciclos de protesta en los que ha primado el desarrollo de proyectos autónomos y otros en los que ha predominado un uso, aunque sea disruptivo, de tecnologías comerciales ajenas a los movimientos sociales. Por ello, un breve repaso histórico nos ayudará a identificar los principales hitos del uso de las TIC para la movilización, y en particular con fines comunicativos, en el caso español, así como a identificar a los colectivos, movimientos y proyectos que han protagonizado las luchas sociales en los últimos años. Teóricamente, trataremos de enmarcar estas movilizaciones y proyectos comunicativos en diferentes etapas, tratando de detectar las lógicas predominantes respecto al uso de las TIC por parte de los movimientos sociales.

2. Una mirada histórica al uso sociotécnico de las TIC

2.1. Los albores de internet

Si bien el uso comunicativo de la red habitúa a recoger el legado de los movimientos sociales desde los años noventa, como veremos más adelante, su genealogía se extiende hasta mediados del siglo XX. Fue en el decenio de 1960, en el marco de la Guerra Fría, cuando Paul Baran propuso una red de nodos por la que viajaban los mensajes divididos en fragmentos para reagruparse al llegar a su destino. Con esta propuesta, el ingeniero eliminaba una autoridad central para la interacción entre dispositivos y planteaba así la posibilidad de descentralización de las comunicaciones, que posteriormente se convertiría en una de las características distintivas de internet respecto a otros medios de comunicación (Rheingold, 1993).

En las décadas posteriores, esta red de computadoras primigenias se extendería al ámbito científico y académico (Castells, 2001), de modo que observamos una apertura graduada de la nueva infraestructura de comunicación. Los primeros *hackers*, organizados en comunidades como Cult of the Dead Cow o Whole Earth 'Lectronic Link (The WELL) e influenciados por las corrientes contraculturales de la época (Turner, 2006), comenzaron a acceder a ella para experimentar con optimismo sobre las posibilidades comunicativas de la nueva tecnología. Levy sintetiza el espíritu de entonces con una máxima referida al uso del ordenador: «Como la lámpara de Aladino, podrías conseguir que cumpliera tu voluntad» (1994: 38).

También en esta etapa comenzaron a surgir en España las primeras comunidades *hacker* como Glaucoma (1987) o Apòstols (1989), documentadas pormenorizadamente por Molist Ferrer (2013). En su intento por evadirse de la influencia de Telefónica, que entonces había estructurado la red X25 (IBERPAC), aprendieron a conectarse a las redes de entonces y generar espacios autónomos de comunicación, como el *software* BBS, donde encontrarse con otros *hackers* e intercambiar sus últimos descubrimientos. Lo cierto es que la ética *hacker* (Himanen, 2002) planteada ya en el periodo de experimentación de internet tendría amplia influencia en los movimientos

sociales españoles venideros, tanto a nivel de alfabetización digital como de construcción colectiva de conocimiento (Barbas y Postill, 2017). Ésta postulaba un aprendizaje autónomo y dinámico, alejado de los estamentos hegemónicos y formales que prescriben formas concretas de pensar y crear información.

Esta producción colaborativa del conocimiento alcanzaría su máxima expresión durante este periodo con el nacimiento del movimiento del *software* libre, que apuntaba ya a la necesidad de que el código de los programas de ordenador pudiera estudiarse, modificarse y replicarse sin las restricciones impuestas por el *copyright*. Éste surgió, *de facto*, como una respuesta a las primeras muestras de comercialización de las innovaciones relacionadas con internet, cuando una empresa negó a Richard Stallman (2004) el código de su *software* de impresoras para arreglar la de su departamento en el Instituto Tecnológico de Massachusetts.

El desarrollo, con la aportación del *kernel* de Linus Torvalds, del sistema operativo GNU/Linux y el surgimiento de las licencias GNU contribuyeron, respectivamente, a generar una estructura para la creación de plataformas libres enfocadas en la comunicación y a establecer una base legal que protegiera el código. La proliferación de programas de licencia libre durante los años posteriores permitiría a los medios de comunicación alternativos y movimientos sociales españoles e iberoamericanos acceder a un conjunto de herramientas para desarrollar sus estrategias comunicativas sin depender de programas comerciales o de empresas multinacionales (Binder y García Gago, 2020).

2.2. Los convulsos años noventa

Un nuevo hito supuso en los años noventa el nacimiento de la *World Wide Web*, que abriría la puerta de los flujos de comunicación global. La web, desarrollada por Tim Berners-Lee (Berners-Lee, 2000; Berners-Lee *et al.*, 2006), fue posible gracias al lanzamiento en 1990 del protocolo de transferencia de hipertexto (HTTP) que, junto con el lenguaje de marcas de hipertexto (HTML), permitía la distribución de información a través de

enlaces en páginas web, medios sociales, plataformas de compartición de vídeo y portales de noticias. La naturaleza intencionalmente abierta del protocolo y el lenguaje permitía su uso por parte de cualquier usuario, de modo que el conjunto de internautas se transformaba en una fuerza social para la construcción libre y descentralizada de la red.

Esta disponibilidad de una infraestructura para la organización y difusión de informaciones se manifestó en el surgimiento de los primeros movimientos sociales pioneros en el uso de internet. Con amplia influencia internacional, las redes de apoyo al Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en México difundieron sus mensajes a través de webs, foros, listas de distribución y blogs, para promover un discurso alternativo al oficial, que no sólo se situaba contra la globalización, sino también de forma general contra cualquier tipo de opresión sufrida por las minorías sociales (Chadwick, 2007; Vázquez, Gómez y Leetoy, 2004).

A pesar de la voluntad anticomercial y abierta de la web primigenia, ésta no pudo desprenderse de los procesos de comercialización iniciados en las décadas anteriores (McChesney, 2015). En el Estado español, las tarifas abusivas del entonces monopolio de la compañía nacional Telefónica —rebautizada como Timofónica por los activistas— supusieron la primera huelga de internautas bajo la proclama «¡Tarifa plana ya!» (Molist Ferrer, 2013). A nivel global, estos años atestiguaron un crecimiento del interés empresarial en internet, atraído por las capacidades de la nueva tecnología para gestionar los procesos de transacción económica.

Respecto a los movimientos españoles de la época, más allá de las incipientes luchas circunscritas al ámbito tecnológico, y relacionadas con el acceso y los derechos de los internautas, destaca la creación en 1994 de Nodo50, uno de los primeros y más relevantes colectivos sociotécnicos del estado español. De hecho, Nodo50 surgió como instrumento de comunicación del Foro 50 años bastan contra la cumbre que las instituciones de Bretton Woods (FMI y Banco Mundial) realizaban en Madrid ese año, en un claro antecedente del ciclo altermundista que comenzaría tras «la batalla de Seattle» de 1999. Acorde con el desarrollo tecnológico de la época, Nodo50 comienza como una BBS (*Bulletin Board System*) que proporcionaba pequeñas ayudas telemáticas para las organizaciones del Foro, para pasar en

1996 a convertirse en un proveedor de acceso que hoy da servicios de alojamiento web, correo electrónico y servidores dedicados a cerca de 2.000 organizaciones. Nodo50 que aún pervive como un proyecto de contrainformación, se constituyó en 1994 como uno de los primeros medios de comunicación alternativos nativo digital en España.

Pero también los estertores del siglo XX conllevaron el desarrollo de lógicas contrarias a las de estas iniciativas. En 1997 comenzaría a hincharse la «burbuja puntocom», que enmarcó el avance del comercio en el entorno digital, así como los primeros intentos de optimizar el comportamiento de los internautas para crear su perfil como consumidores. En este contexto, la publicidad se sofisticó mediante técnicas de mercadotecnia y comenzó a extenderse a través de los navegadores gráficos, primero Mosaic y posteriormente Netscape o Internet Explorer. Precisamente de la pugna entre éstos por hacerse con el dominio del mercado surgió la «guerra de los navegadores», que Internet Explorer ganó a Netscape Navigator, cuando Microsoft estableció la instalación por defecto de Explorer en los ordenadores con Windows 98 (Shapiro, 2003).

Los movimientos sociales, sin embargo, seguían considerando la capacidad de internet para el establecimiento de formas de comunicación autónomas y distribuidas. Por ello, a nivel global su respuesta consistió en la creación de *software* libre, que se estableció por entonces como un modelo para la construcción colectiva de conocimiento gracias al cual los movimientos sociales copiaban y distribuían información (Deseriis, 2017). Este proceso resultó en la creación en 1999 de Indymedia, nacida en el contexto de las protestas de Seattle contra la Organización Mundial de Comercio (OMC) —inspiradas a su vez por el EZLN— (Juris, 2008). A esta red de medios de comunicación, diseñada en *software* libre, se unieron movimientos de todo el globo, también del Estado español¹, bajo una visión altermundista y que, a nivel tecnológico, conjugaba la autonomía de internet y la difusión de información a una audiencia masiva (Della Porta y Mosca, 2005).

La experiencia de Indymedia supuso un hito fundamental dada la clara vinculación entre un proyecto comunicativo y un movimiento social, así como la estrecha colaboración de los entornos vinculados al *software* libre y

el mundo *hacker* con el activismo social y comunicativo (Juris, 2008; Wolfson, 2014). El Centro de Medios Independientes (IMC, por sus siglas en inglés) creado para cubrir las protestas de Seattle surge así de la cooperación entre activistas tecnológicos, *hackers* —o *hacktivistas*— y activistas mediáticos tradicionales que comenzaron a trabajar conjuntamente a finales de la década de los noventa. El proyecto iniciado en Seattle creó un espacio de publicación abierta y coordinación de distintos medios independientes y alternativos con el objetivo de romper el cerco informativo de los medios corporativos tradicionales.

Las innovaciones tecnológicas introducidas por el lenguaje de programación PHP permitieron la publicación abierta e interactiva en internet y ya habían sido experimentadas en el *Reclaim the Streets*, celebrado en Londres en 1998. En Seattle, *hackers* australianos y saudíes colaboraron con las organizaciones y las redes que coordinaban la organización de las protestas, hasta crear, a partir de dicha experiencia, el primer nodo de Indymedia (Cabello y Teruel, 2006). Indymedia supuso así una importante novedad en el uso de internet ya que, aun cuando en algunos sitios web cualquiera podía publicar sin pedir permiso a nadie, este sitio fue pionero en agrupar, dar visibilidad y facilitar la publicación de la información textual y multimedia generada por las personas y grupos activistas que participaban en las protestas. Incluso, este nuevo sistema de publicación abierta y amigable puede ser considerado un verdadero precursor de los blogs, redes sociales y otros sistemas de publicación colaborativos que hoy caracterizan internet.

La innovación social y tecnológica fueron de la mano de forma que se ha considerado a la red Indymedia como la materialización de la unión entre la «red de redes» (internet) y el «movimiento de movimientos» (el movimiento global) (Della Porta y Mosca, 2005), dando lugar a lo que otros autores definen como la *cyber left* (Wolfson, 2014), esto es, una nueva serie de procesos y prácticas en los que los activistas utilizan herramientas digitales en línea para abrir nuevas posibilidades en relación con cuestiones como la estructura organizativa, la gobernanza democrática y también la estrategia de medios.

La red Indymedia llegó a tener más de 150 nodos en todo el mundo, pero en paralelo al ciclo altermundista de protestas la iniciativa perdió vigor y visibilidad. Influyó también el coste de los servidores y su mantenimiento por parte de los activistas, hoy solventado con las redes comerciales gratuitas a costa de perder la autonomía, así como medidas represivas de distintos gobiernos. Además, de acuerdo con Fernández-Savater (2009), la idea de la publicación abierta «no era escalable», por lo que, una vez que se popularizó el medio y la comunidad de usuarios desbordó el entorno de los activistas altermundistas, «el ruido acabó devorando la comunicación». Diversos autores señalan, de hecho, el paso desde la experiencia tecnocomunicativa del movimiento global hasta la nueva realidad de los medios y proyectos comunicativos vinculados al ciclo surgido en 2010 como un punto de inflexión. Por ejemplo, Gerbaudo habla del paso del «ciberautonomismo» al «ciberpopulismo» (2017), Guiomar Rovira de las «redes activistas» a las «multitudes conectadas» (2017), o Bennet y Segerberg de la «acción colectiva» a la «acción conectiva» (2012).

Indymedia y otros proyectos contrainformativos de la época (como Nodo50 o *Kaos en la Red*, en el contexto español), surgieron con una fuerte vinculación al activismo radical de izquierdas y, en el plano tecnológico, priorizaron de forma clara el desarrollo autónomo de herramientas propias con un claro rechazo al uso de las infraestructuras y redes comerciales. El movimiento altermundista, aún como punto de inflexión, compartía el «radicalismo autolimitado» de los movimientos de los sesenta y setenta (Cohen y Arato, 1992), orientado a la transformación radical de la sociedad a través de microluchas en la vida cotidiana y renunciando a la política formal y al poder institucional, y promovía la creación de «comunidades críticas» (Rochon, 1998) enfocadas a la revolución contracultural (Romanos, 2018) que tratan de abrir «zonas temporalmente autónomas» (Bey, 1991) al margen del estado y el mercado. Aunque en el movimiento altermundista se produce una «contaminación en acción» (Della Porta y Mosca, 2007) y se da cabida a una «contaminación ideológica por encima del dogmatismo» (Della Porta, 2005: 73), la identidad militante seguía vigente, así como el deseo de construir «otro mundo» alternativo. Esto repercutía en las lógicas de relación respecto a la tecnología y los proyectos comunicativos.

A partir del ciclo de protestas de 2010, caracterizado como un «ciclo antiausteridad» (Flesher Fominaya, 2017) o «el movimiento de las plazas» (Gerbaudo, 2017), las movilizaciones desbordan los círculos activistas y experimentan con nuevas identidades, discursos y formas de acción que cuestionaban la actitud militante de la izquierda tradicional. Movimientos como el 15M «se han afanado por construir un movimiento de “cualquiera” basado en un “nosotros” terriblemente inclusivo que pretende superar viejas filias ideológicas o partidistas y las dinámicas autoreferenciales, formas organizativas, discursos e identidades de movimientos sociales tradicionales» (Perugorria y Tejerina, 2018). Se promovió una identidad mucho más abierta y transversal, orientada al 99% de la población (*Ocuppy*), un enfoque más pragmático que influyó en sus estrategias comunicativas, las cuales valoraron más la utilidad a la hora de relacionarse con los medios de comunicación masivos y, respecto a su orientación tecnopolítica, dieron cabida al uso —aunque sea crítico y subversivo— de las redes sociales comerciales.

También los *hackers* hicieron uso de su creciente habilidad técnica para desarrollar el *hacktivismo* como forma de protesta en esta etapa. Durante los acontecimientos de Seattle en 1999, Electrohippies (Ehippies) llevó a cabo un ataque de denegación de servicio (*denial-of-service attack*, DoS) que inhabilitó la red de ordenadores de la OMC (Jordan y Taylor, 2004). En el Estado español existen también diversos ejemplos de estas prácticas (Molist Ferrer, 2013). GriYo creó un virus llamado AntiETA como protesta por el asesinato de Miguel Ángel Blanco, que mostraba la imagen de una mano blanca a los dispositivos infectados por éste. Savage diseñó programas para atacar los servidores del gobierno de Indonesia como forma de apoyar la independencia de Timor. Otros colectivos como Nodo50 continuaron su actividad de provisión de herramientas informáticas para los movimientos sociales. En este periodo surgen también los primeros blogs especializados en tecnología, como PGP Magazine (1996) o Kriptópolis (1996).

Estos casos de origen estatal dan buena cuenta de la continuada convergencia entre un movimiento altermundista y otro especializado en las nuevas innovaciones tecnológicas desarrolladas alrededor de internet. En esta etapa comenzaría a adquirir una entidad propia la visión tecnopolítica

que durante los años siguientes ha venido a caracterizar a los movimientos sociales en este país (Treré y Barranquero, 2018), especialmente con la expansión de la Web 2.0, que protagonizó la fase posterior del desarrollo de la red y los movimientos sociales.

2.3. El nuevo siglo y la Web 2.0

Tras el estallido de la «burbuja puntocom», comenzó una etapa cuya relevancia se extiende hasta el presente, la de la web social o Web 2.0. Este término hace referencia a una *World Wide Web* caracterizada por la participación de los internautas, la interoperabilidad y el diseño centrado en el usuario. En esta fase se popularizaron redes sociales como MySpace, Facebook y Twitter que desplazaron, al menos en las tareas de difusión externa, a los servicios anteriormente empleados en las prácticas comunicativas de los movimientos sociales, el correo electrónico, las listas de correo, los foros y los blogs, en esencia. Estas innovaciones, unidas a una expansión creciente de los dispositivos tecnológicos de uso individual, contribuyeron a las prácticas de producción y compartición del conocimiento en espacios más accesibles, usables, interactivos y ágiles (Haché y García Franco, 2010).

A principios del nuevo siglo surgió una de las primeras movilizaciones en el Estado español que hace uso de las innovaciones tecnológicas, aunque paradójicamente más que internet el protagonista fue el teléfono móvil. El 13 de marzo de 2004 se difundió a través de mensajes SMS la convocatoria para concentrarse ante la sede del PP en la jornada de reflexión electoral como protesta por la gestión del gobierno del atentado de Al Qaeda el 11 de marzo en Madrid (Sampedro, 2005). Fue el primer movimiento español convocado básicamente a través de las tecnologías emergentes, aunque, aparte de la convocatoria por SMS para la protesta, en esas jornadas jugarían un papel imprescindible los blogs y medios de contrainformación digital ya presentes en el escenario español, como el mencionado Nodo50 y otros medios como *Kaos en la Red*, fundada en 2001 como medio digital a partir de la experiencia de la emisora de radio libre Radio Kaos, creada en 1987 en

Terrassa. Dada la premura de los acontecimientos, estos nuevos medios digitales protagonizaron la irrupción de lo que Sampedro llamó una «esfera pública periférica» (2005) que, de hecho, logró esta vez imponerse a la esfera pública central de los medios masivos y favorecer el vuelco de la opinión pública respecto a la autoría de los atentados.

Posteriormente, esta vez a través del correo electrónico, surgiría el Movimiento por la Vivienda Digna. En este ciclo de luchas por la vivienda, además de la convocatoria anónima por correo electrónico, destacó el uso de los foros y *wikis* de internet, e incluso el apoyo de periodistas como Ignacio Escolar —que posteriormente dirigiría el periódico *Público* y en la actualidad *El Diario*— quien habilitó en su blog el *wiki* (www.viviendadigna.es) para coordinar las protestas. Cabe señalar también cierta tendencia por parte del movimiento por la vivienda a una identidad colectiva y un discurso más abierto e inclusivo, que contrastaba con la identidad más ortodoxa del activismo tradicional de izquierdas en los movimientos precedentes, lo que supondría un antecedente para el 15M y lo que Gerbaudo ha venido a denominar «movimientos de las plazas» (2017).

Pero además de los nuevos medios surgidos en la red, no debemos olvidar la existencia paralela de colectivos y medios en otros formatos como la prensa. En esta época destacó el periódico *Diagonal*, que se distribuía tanto en versión digital como en papel, activo desde 2005 a 2016 y que surge a su vez del periódico *Molotov*, publicado entre los años 2000 y 2003. A pesar de centrarnos en los medios digitales, la referencia a estos proyectos comunicativos mayormente analógicos es importante desde la perspectiva de la ecología mediática (Treré y Mattoni, 2016), pues medios digitales y analógicos interactúan y se complementan, y también estos medios influyen directamente en el surgimiento de los posteriores medios *online* (McMillian, 2011).

De hecho, tras la experiencia de *Diagonal*, periódico en papel pero con versión digital, surgirá *El Salto*, activo desde 2017, que manteniendo la edición impresa se configura como un proyecto multimedia. Más allá de los formatos, la evolución de la prensa alternativa sigue además la tendencia antes señalada en cuanto a las nuevas formas y discursos de los movimientos sociales. El simple nombre de la cabecera ilustra esta evolución, desde la

radicalidad de *Molotov* y la más sutil referencia a la bandera anarquista de *Diagonal*, al cambio de etapa de *El Salto*, vinculada a la eclosión del 15M y una mayor apertura de los colectivos activistas a la ciudadanía movilizada, más allá de los guetos identitarios.

La movilización social en el Estado español mantuvo durante esta época el legado *hacker* y del *software* libre, que les haría defender formas de comunicación no centralizadas y autónomas. Un caso especialmente notable en este sentido fue la oposición a la Ley Sinde-Wert, que entró en vigor en marzo de 2012 y que penalizaba a usuarios y páginas web que intercambian material protegido con derechos de autor. Contra esta ley se desarrollaron protestas como la convocada por *Anonymous* durante la entrega de los Premios Goya en 2011 o *La lista de Sinde*, una campaña del colectivo Hacktivistas que diseñó un *software* para la búsqueda de enlaces P2P que podía implementarse en webs y blogs personales (Padilla, 2012). En general, la nueva legislación llevó a distintos grupos de ciberactivistas — Nolesvotes, Estoloarreglamosen todos, etc.— a solicitar la retirada del voto a aquellos partidos (PP, PSOE y CiU) que habían apoyado la aprobación de la Ley, acentuando con ello una de las señas de identidad de los indignados: la crítica a la partitocracia y, en especial, a la alternancia del bipartidismo en España. Así, unas protestas sobre asuntos directamente vinculados con el mundo digital —aparte de otras, como las de *Juventud Sin Futuro*— fueron uno de los más directos antecedentes del mayor ciclo de movilización en España durante muchos años, el 15M.

La crisis económica y el consiguiente malestar social, así como la disponibilidad de las redes sociales, impulsó una oleada de movimientos sociales en todo el mundo entre 2010 y 2013: la Primavera Árabe (Magreb, Asia occidental), Occupy (Reino Unido, Estados Unidos), Geração à rasca (Portugal), #yosoy132 (México), Passe Livre (Brasil) o las protestas Parque Taksim Gezi (Turquía). En el Estado español, fue en 2011 cuando los activistas del 15M emplearon redes sociales enormemente populares como Facebook y Twitter para sus prácticas comunicativas. Procuraron apropiarse de estas plataformas para coordinar y difundir, por la baja necesidad de una capacitación técnica para emplearlas y, extensivamente, por su amplio uso entre la población (Cammaerts, 2015).

El 15M ha sido calificado como un «movimiento comunicacional» (Barranquero, 2012 y 2014) o un «movimiento posmedios», puesto que en su arranque tuvo que hacer frente a una cobertura inadecuada, cuando no a una total invisibilización por parte de los medios hegemónicos (Candón-Mena, 2012a; Toret *et al.*, 2013). Respecto al entorno digital, primó en esta época el uso disruptivo o la apropiación de los espacios comerciales, en contraste con movimientos anteriores como el altermundista, más volcado a la construcción de alternativas autónomas como Indymedia. No obstante, a pesar del predominio de las redes comerciales, las comunidades *hackers* prestaron un apoyo imprescindible al 15M desde sus inicios, como ejemplifica el colectivo HackSol, compuesto por *hacktivistas* del CSOA Patio Maravillas de Madrid, que se dedicó a crear toda una infraestructura comunicativa para el Movimiento Quincemayista, como la red de páginas web network.takethesquare.net, dedicada a la difusión internacional del movimiento.

Las comunidades tecnopolíticas, que de nuevo mantuvieron el legado *hacktivista* y del *software* libre de los colectivos antecedentes, ya se habían reunido antes de las acampanadas bajo la plataforma Democracia Real Ya. Una vez en las plazas, éstas conversaron sobre la necesidad de mantener formas de comunicación horizontales, empoderaron al resto de la población mediante talleres de alfabetización digital y crearon redes sociales alternativas como Lorea N-1 (Cabello *et al.*, 2012; Candón Mena, 2012), las cuales materializaban el imaginario tecnológico del movimiento. El 15M fue un laboratorio social del procomún y un suceso en la historia de los movimientos sociales en España que actuó como revulsivo para la extensión y desarrollo del concepto de tecnopolítica, tanto cuando éste se estudia como la apropiación política de las tecnologías como cuando se comprende como el análisis político de estas innovaciones (Toret *et al.*, 2013). En el caso concreto que atañe a este capítulo, durante estas protestas de 2011 observamos la presencia palmaria de prácticas mediáticas basadas en el acceso, la habilidad técnica y la construcción del conocimiento.

Así, a partir del 15M se produjo una eclosión de medios alternativos, mayoritariamente digitales. Algunos de ellos se encontraban directamente vinculados al movimiento y las acampadas, como la emisora Ágora Sol

(www.agorasolradio.org) surgida de la propia acampada madrileña, aunque con el tiempo se ha dotado de una programación estable. En 2012 surgió también el periódico en papel *15M Madrid* (madrid15m.org) y la plataforma audiovisual *Tomalatele* (www.tomalatele.tv), que se ha destacado por sus coberturas en directo de muchas movilizaciones y también cuenta con una programación fija. Otros proyectos fueron la emisora *online Ión Radio* (ionradio.es), la agencia de noticias *Diso Press* (disopress.com) y el colectivo de fotografía *Fotogracción* (fotograccion.org). Éstos compartían la agenda crítica de los movimientos sociales, así como sus formas de organización en asamblea y distintas estrategias de sostenibilidad a través de la microfinanciación o aportaciones de socios y colaboradores.

Pero más allá de los medios directamente vinculados al 15M, las mareas y otras movilizaciones del ciclo de protestas surgido en 2011, la influencia del Movimiento Quincemayista, así como el efecto de la crisis de 2008 en el sector de los medios públicos y privados, favoreció la emergencia de proyectos comunicativos comprometidos con un periodismo más libre e independiente respecto a los medios tradicionales (Serrano, 2014). Así, el cierre de *Público* en 2012, la clausura de *Canal 9* en la Comunidad Valenciana en octubre de 2013 o los despidos en *Telemadrid*, *TV3* y *Catalunya Ràdio* de 2013 han generado un vacío comunicativo en parte ocupado por el surgimiento de cooperativas de extrabajadores, como la televisión digital *TmEx* (tmex.es) promovida por parte de los antiguos empleados de *Telemadrid*, *9exili* (9exili.com) con extrabajadores de *Canal 9* o la cooperativa *Más Público*, con extrabajadores del diario *Público* y que ahora gestiona asambleariamente el diario mensual *La Marea* (www.lamarea.com).

También se crearon otros medios en forma de cooperativa, como *Alternativas Económicas* (alternativaseconomicas.coop), pero también otros proyectos periodísticos críticos que, sin considerarse medios comunitarios, apuestan por la independencia, un enfoque crítico y el empoderamiento de los periodistas y la comunidad de lectores y socios en la gestión de las empresas comunicativas, como por ejemplo *El Diario* (www.eldiario.es), *infoLibre* (www.infolibre.es) o *Mongolia* (www.revistamongolia.com).

La estrategia, identidades colectivas, discursos y prácticas del 15M, en una clara apuesta hacia la apertura, la transversalidad y el ciudadanía, tiene sus antecedentes en el movimiento por la vivienda y contrasta con la actitud militante y la identidad izquierdista del ciclo altermundista. Esto se manifiesta también en la forma de acercarse a las tecnologías emergentes comunicativas, de forma que los indignados no mostraron reparo en hacer uso de las redes comerciales como Facebook o Twitter, en contraste con la estrategia performativa del movimiento global. Sin embargo, el legado *hacker* siguió presente en el 15M, alternando los usos disruptivos de las tecnologías comerciales con el desarrollo autónomo de herramientas comunicativas creadas por y para los movimientos sociales (Calvo, 2020).

Conclusiones

Es en el sentido histórico desarrollado anteriormente cuando podemos hablar de un paso del ciberactivismo a la tecnopolítica. El primer término aludiría al uso pionero de las TIC por parte de los movimientos sociales. El ciberactivismo estaría caracterizado por un uso de la tecnología activista, militante, en el que prima la estrategia performativa y, en consecuencia, el desarrollo de proyectos tecnológicos y comunicativos autónomos, independientes del estado y del mercado, que velan por la coherencia entre los medios y los fines del movimiento. Así, movimientos como el altermundismo se enfocarían en la creación de medios radicales, independientes, contrainformativos, basados en el *software* libre y en busca de alcanzar la plena soberanía tecnológica. Primaría entonces un acercamiento a las TIC que diversos autores han denominado «ciberautonomista» (Gerbaudo, 2017) o «redes activistas» (Rovira, 2017).

Por contra, la tecnopolítica haría referencia a la extensión del uso de las TIC a la política general, incluida la política partidista, electoral e institucional. Las tecnologías emergentes comunicativas ya no caracterizarían la acción de los movimientos sociales contemporáneos, sino que abarcarían también el terreno de la propaganda política y electoral (Dader y Campos, 2017), dando lugar a lo que Kreiss llama «gestión

computacional de campañas» (2012). En el terreno del activismo, la orientación de los nuevos «movimientos de las plazas» (Gerbaudo, 2017) como el 15M y su reto de traspasar los círculos militantes para orientarse hacia amplias capas de la sociedad —el 99% para el movimiento Occupy, no somos ni de izquierdas ni de derechas en el manifiesto de Democracia Real Ya (DRY)—, llevaría a un relajamiento de la estrategia performativa basada en la coherencia de medios y fines en pro de una estrategia más utilitarista y menos preocupada por el origen mercantil de las redes, por ejemplo, al hacer uso de redes comerciales antes proscritas por los círculos activistas.

En relación con los proyectos comunicativos, también identificamos la creación de medios más enfocados a influir en la opinión pública y menos orientados a reforzar las identidades de los círculos convencidos —esto es, de *Molotov* a *Diagonal* y de *Diagonal* a *El Salto*—. Incluso las formas de periodismo ciudadano habrían influido en el auge de proyectos informativos que, sin ser comunitarios, apuestan por nuevas agendas, formas de financiación o redes de colaboración más acordes al espíritu crítico de los indignados (*Público*, *La Marea*, *infoLibre*, *El Diario*, etc.). La orientación de los movimientos hacia las tecnologías emergentes coincidiría así con la lógica «ciberpopulista» (Gerbaudo, 2017) o las «multitudes conectadas» (Rovira, 2017). Sin olvidar el legado *hacker* ni renunciar al desarrollo de proyectos autónomos (como la red Lorea/N-1), los movimientos sociales como el 15M español han apostado también por un uso disruptivo de tecnologías ajenas como las redes sociales comerciales, así como de los medios *mainstream*, para tratar de influir positivamente en sus agendas o en la creación de medios propios orientados a amplios segmentos sociales más allá de los círculos militantes.

Referencias

Barbas, A. y Postill, J. (2017). «Communication activism as a school of politics: lessons from Spain's Indignados movement», en *Journal of*

- Communication*, vol. 67, n.º 5, págs. 646-664. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/jcom.12321>
- Barranquero, A. (2012). «Redes digitales y movilización colectiva. Del 15-M a nuevas prácticas de empoderamiento y desarrollo local» en Martínez, M. y Sierra, F., *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*, Gedisa, Madrid.
- Barranquero, A. (2014). «Comunicación, cambio social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunicacionales. El caso del 15M», en *Commons*, vol. 1, n.º 3, págs. 6-33. Disponible en: <http://reuredc.uca.es/index.php/cayp/article/view/634>
- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2012), «The Logic of Connective Action», en *Information, Communication and Society*, vol. 15, n.º 5, págs. 739-768.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la Red*, Siglo XXI, Madrid.
- Berners-Lee T.; Hall W.; Hendler, J. A., et al. (2006). «A Framework for Web Science» en *Foundations and trends in web science*, vol. 1, n.º 1, págs. 1-130. Disponible en: <https://doi.org/10.1561/18000000001>
- Bey, H. (1991). *La zona temporalmente autónoma*, Autonomedia, Nueva York.
- Binder, I. y García Gago, S. (2020). *Politizar la tecnología: radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales*, Jinete Insomne, Buenos Aires.
- Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*, MIT Press, Cambridge.
- Cabello F.; Franco, M. G. y Haché, A. (2012). «Hacia una web social libre y federada: el caso de Lorea», en *Teknokultura*, vol. 9, n.º 1, págs. 19-43.
- Calvo, D. (2020). «Free software meets Facebook: Placing digital platforms' usage by free culture communities», en *New Media & Society*, págs. 1-20. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1461444820971629>
- Cammaerts B. (2015). «Technologies of Self-Mediation: Affordances and Constraints of Social Media for Protest Movements», en Uldam J. y Vestergaard A., *Civic engagement and social media*, Palgrave Macmillan, London.

- Candón-Mena, J. (2010). *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Director Félix Ortega Gutiérrez.
- Candón-Mena, J. (2012a). «La batalla de la agenda: De las redes sociales a la agenda mediática, política y electoral», en *TecCom Studies*, n.º 4, págs. 217-227.
- Candón-Mena, J. (2012b). «Soberanía tecnológica en la era de las redes», en *Revista Internacional de Pensamiento Político*, n.º 7, págs. 73-92.
- Candón-Mena, J. (2013). «Movimientos sociales y procesos de innovación. Una mirada crítica de las redes sociales y tecnológicas», en Sierra-Caballero F. (coord.), *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*, Gedisa, Barcelona.
- Candón-Mena, J. (2016), «Un medio y un fin: La trascendencia de internet para el movimiento 15M», en Candón-Mena, J. y Benítez-Eyzaguirre, L. (eds.), *Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: Una mirada global*, InCom-UAB, Bellaterra.
- Cardoso, G. (2008). *Los medios de comunicación en la sociedad red: Filtros, escaparates y noticias*, UOC, Barcelona.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad*, Penguin, Barcelona.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Madrid.
- Chadwick, A. (2007). «Digital network repertoires and organizational hybridity», en *Political Communication*, vol. 24, n.º 3, págs. 283-301.
- Cohen, J. y Arato, A. (1992). *Civil society and political theory*. The MIT Press, Cambridge.
- Dader, J. L. y Campos-Domínguez, E. (2017). *La búsqueda digital del voto: cibercampañas electorales en España 2015-16*, Tirant lo Blanch, Valencia.
- Della Porta, D. (2005). «Making the Polis: Social Forums and Democracy in the Global Justice Movement» en *Mobilization*, vol. 10, n.º 1, págs. 73-94.

- Della Porta, D. y Mosca, L. (2005). «Global-net for global movements? A network of networks for a movement of movements», en *Journal of Public Policy*, vol. 25, n.º I, págs. 165-190.
- Della Porta, D. y Mosca, L. (2007). «In movimiento: ‘contamination’ in action and the Italian Global Justice Movement», en *Global Networks*, vol. 7, n.º 1, págs. 1-27.
- Deseriis, Marco (2017). «Technopopulism: The Emergence of a Discursive Formation», en *TripleC*, vol. 15, n.º 2, págs. 441-458.
- Downing, J. D. H. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*, Thousand Oaks, Sage.
- Fernández-Savater, A. (2009). «De Indymedia a los blogs», en *Público*. Disponible en: <http://blogs.publico.es/fueradelugar/40/de-indymedia-a-los-blogs>
- Flesher Fominaya, C. (2017). «European anti-austerity and pro-democracy protests in the wake of the global financial crisis», en *Social Movement Studies*, vol. 16, n.º 1, págs. 1-20.
- Gerbaudo, P. (2017). «From Cyber-Autonomism to Cyber-Populism: An Ideological Analysis of the Evolution of Digital Activism», en *Triple-C*, vol. 15, n.º 2, págs. 478-491.
- Haché, A. (2015). «Introducción». en VV.AA., *Soberanía tecnológica*. Disponible en: <https://www.ritimo.org/IMG/pdf/sobtech2-es-with-covers-web-150dpi-2018-01-13-v2.pdf>
- Haché, A. y García Franco, M. (2010). *Reclaim the networks: Soberanía tecnológica para redes sociales*. Disponible en: <https://info.nodo50.org/Reclaim-the-networks-Soberania.html>
- Hamelink, C. J. (2000). *The ethics of cyberspace*, Sage, Londres.
- Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la Era de la información*. Imagino destino, Barcelona.
- Jordan, T. y Taylor, P. (2004). *Hacktivism and Cyberwars: Rebels with a cause?*, Routledge, Londres.
- Juris, J. S. (2008). *Networking Futures: The Movements against Corporate Globalization*, Duke University Press, Durham.
- Kreiss, D. (2012). *Taking our country back: The crafting of networked politics from howard dean to Barack Obama*, Oxford University Press,

Nueva York.

- León, O.; Burch, S. y Tamayo, E. (2001). *Movimientos sociales en la red*, ALAI, Quito.
- Levy, S. (1994). *Hackers. Heroes of the computer revolution*, Dell Publishing, Nueva York.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La Cultura de la sociedad digital*, Anthropos, Barcelona.
- Lovink, G. (2003). *Fibra oscura: Rastreado la cultura crítica de Internet*, Tecnos/Alianza, Madrid.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Paidós, Barcelona.
- Sáez, M.; Manuel V. y Sierra Caballero, F. (2008). «Capital informacional y apropiación social de las nuevas tecnologías. Las redes críticas de empoderamiento local en la Sociedad Europea de la Información», en *Telos*, n.º 74, págs. 126-133.
- McChesney, R. W. (2015). *Desconexión digital. Cómo el capitalismo está poniendo a internet en contra de la democracia*, El viejo topo, Barcelona.
- McCurdy, P. (2011). «Theorizing “Lay Theories of Media”: A Case Study of the Dissent! Network at the 2005 Gleneagles G8 Summit», en *International Journal of Communication*, vol. 5, págs. 619-638.
- McMillian, J. (2011). *Smoking typewriters the Sixties underground press and the rise of alternative media in America*, Oxford University Press, Oxford.
- Meyer, D. S. y Whittier, N. (1994), «Social Movement Spillover», en *Social Problems*, vol. 41, n.º 2, págs. 277-98. Disponible en: <http://doi.org/10.2307/3096934>
- Molist Ferrer, M. (2013). *Hackstory.es. La historia nunca contada del underground hacker en la Península Ibérica*, Hackstory.es, Barcelona.
- Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en Internet: para viejos militantes y nuevas activistas*, Traficantes de sueños, Madrid.
- Perugorria, I. y Tejerina, B. (2018). «Identity in the move: between emotional and relational processes of mobilization», en Tejerina, B. y

- Perugorría, I. (eds.), *Crisis and Social Mobilization in Contemporary Spain: The 15M Movement*, Routledge, Londres.
- Prensky, M. (2001). «Digital natives, digital immigrants», en *On the horizon*, vol. 5, n.º 9, págs. 1-6.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community. Homesteading on the electronic frontier*, Addison-Wesley, Reading.
- Rochon, T. (1998). *Culture moves: Ideas, activism, and changing values*, Princeton University Press, Princeton.
- Romanos, E. (2018). «Del 68 al 15M: Continuidades y Rupturas entre Ciclos de Protesta», en *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, a430, págs. 194-787.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de Internet*, Icaria, Barcelona.
- Sampedro Blanco, V. (2005). *13-M: Multitudes online*, Catarata, Madrid.
- Sampedro Blanco, V. (2014). *El cuarto poder en red*, Icaria, Barcelona.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Gedisa, Barcelona.
- Serrano, P. (2014). *La prensa ha muerto: ¡viva la prensa! De cómo la crisis trae medios más libres*, Península, Barcelona.
- Shapiro, A. L. (2003). *El mundo en un clic*, De Bolsillo, Barcelona.
- Stallman, R. (2004). *Software libre para una sociedad libre*, Traficantes de Sueños, Madrid.
- Toret, J.; @Datanalysis15m; Calleja, A.; Miró, Ó. M.; Aragón, P.; Aguilera, M. y Lumbreras, A. (2013), *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*, UOC, Barcelona.
- Treré, E. y Mattoni, A. (2016). «Media ecologies and protest movements: main perspectives and key lessons», en *Information, Communication & Society*, vol. 19, n.º 3, págs. 290-306.
- Treré, E. (2019). *Hybrid media activism: ecologies, imaginaries, algorithms*, Routledge, Abingdon.
- Treré, E. y Barranquero, A. (2018), «Tracing the roots of technopolitics: towards a North-South dialogue», en Sierra Caballero, F. (ed.), *Networks*,

movements and technopolitics in Latin America. Critical Analysis and Current Challenges, Palgrave Macmillan, Nueva York, págs. 43-64.

Tufekci, Z. (2014), «Engineering the Public: Big Data, Surveillance and Computational Politics», en *First Monday*, vol. 19, n.º 7. Disponible en: <http://doi.org/10.5210/fm.v19i7.4901>

Turner, F. (2006). *From counterculture to cyberculture: Stewart brand, the whole earth network and the rise of digital utopianism*, University of Chicago Press, Chicago.

Vázquez Liñán, M.; Gómez Suárez, A. y Leetoy López, S. (2004). *Guerrilla y comunicación. La propaganda política del EZLN*, Los Libros de la Catarata, Madrid.

Wolfson, T. (2014). *Digital rebellion: The birth of the cyber left*, University of Illinois Press, Champaign.

1. Aún es posible acceder al nodo de Barcelona en el siguiente enlace: <http://barcelona.indymedia.org/>.
Última consulta: 17/09/2020.

5

Regulación y políticas para la comunicación alternativa en España: una evaluación crítica

Javier García García

(Universidad de Castilla-La Mancha)

Isabel Lema-Blanco (Universidade da Coruña)

Introducción

Un sistema de medios robusto y plural contribuye a la construcción de sistemas democráticos a través de la creación de una esfera social crítica que proporcione una plataforma adecuada para una sociedad informada, permitiendo la participación de sus miembros en los debates de la esfera pública. Un sistema mediático plural otorga a los individuos los recursos necesarios para la toma de decisiones informada acerca de las cuestiones que les afectan, condición *sine qua non* para su participación activa en democracia (CoE, 2007). El pluralismo mediático es una preocupación compartida por los estados democráticos europeos, que históricamente han enfocado sus políticas comunicativas a favorecer la coexistencia de un fuerte sector público con un cada vez más liberalizado sector privado-comercial de medios audiovisuales, siguiendo las políticas establecidas desde instituciones como la Unión Europea. Sin embargo, conforme a los recientes informes del *Media Pluralism Monitor* (2020) la pluralidad informativa se encuentra en situación de riesgo en treinta países europeos, debido a la concentración de la propiedad de los medios o a la falta de transparencia en la propiedad de las empresas de comunicación y de los intermediarios digitales. A ello hay que añadir la disminución en el número de medios locales y dedicados a la información de proximidad (Chaparro, 2014).

En este marco, los medios de comunicación alternativos, también denominados medios libres, radicales, comunitarios, sin ánimo de lucro o del tercer sector (Barranquero, 2016), son considerados soluciones *bottom-up* (de abajo arriba) que permiten incrementar el pluralismo y la diversidad mediática (Reguero y Sanmartín, 2009). Ello es así porque son medios que surgen de la propia comunidad con el objetivo de atender a las necesidades de expresión e información de diferentes grupos e individuos y trasladar la voz de las comunidades locales y de una diversidad de minorías culturales y lingüísticas (Lema-Blanco y Meda, 2016). Diferentes organizaciones internacionales como la UNESCO, ONU, OSCE y la CIDH (2019), el Parlamento Europeo (2008) o el Consejo de Europa (2009, 2019) reconocen a los medios del tercer sector como una parte esencial de la democracia y recomiendan a los gobiernos regularlos adecuadamente para proteger y fomentar su actividad. Sin embargo, la situación en Europa está muy lejos de una armonización normativa y es España uno de los países donde existe una mayor disonancia entre la legislación existente y su efectivo cumplimiento, en lo que concierne a la existencia, sostenibilidad y promoción del tercer sector de la comunicación.

El objetivo de este capítulo es proporcionar un análisis crítico de las políticas públicas sobre medios de comunicación alternativos en España estructurado en las siguientes partes: en primer lugar, se realiza una breve revisión de las políticas de comunicación en Europa y América Latina, que han sido referentes en la construcción del discurso del tercer sector de la comunicación en España. Seguidamente, se abordará el marco regulador vigente a nivel estatal y comunitario, analizándose las limitaciones y restricciones con las que se encuentran los medios alternativos, tanto audiovisuales como impresos y digitales. El capítulo concluye con una serie de recomendaciones para el impulso de una política de comunicación integral orientada a garantizar el derecho a la libertad de expresión, y que fomente la pluralidad informativa, la alfabetización mediática y la sostenibilidad del tercer sector de la comunicación.

1. Políticas de comunicación en Europa y América Latina

1.1. Aproximación histórica a las políticas de comunicación en el contexto de la Unión Europea

Las políticas de comunicación y, en general, las regulaciones del sistema de medios han sido impulsadas por los distintos gobiernos europeos con el objeto de crear una ciudadanía informada. El acceso a medios libres, independientes y diversos es considerado una parte indispensable del proceso democrático, puesto que éstos contribuyen a informar al público, influir en la opinión pública y favorecer el debate político. La mayoría de las constituciones europeas consagran la libertad de expresión como un derecho fundamental y recogen, en su posterior desarrollo normativo y jurisprudencial, la responsabilidad del Estado de dotar de los recursos necesarios para garantizar la libertad e independencia de los medios de comunicación.

Aunque no es objeto de este artículo realizar un análisis extenso de las políticas de los diferentes países europeos en materia de comunicación, cabe señalar que, en este contexto, los estados han desempeñado un papel central en la regulación del sector de la radiodifusión desde sus orígenes en la década de los años veinte del siglo pasado. Mediante el fomento de monopolios públicos o de sistemas mediáticos con escasa presencia del sector privado, los medios audiovisuales han estado sujetos a un amplio control estructural y de contenido, patrón que se replicó con la llegada de la televisión, debido a su capacidad de influencia en la opinión pública y a la utilización de recursos finitos (Psychogiopoulou, 2012).

En la segunda mitad del siglo XX los estados democráticos europeos han orientado sus políticas de comunicación a la garantía de la libertad de expresión, y han procurado dar acceso a los medios a diferentes grupos de la sociedad, desarrollando un sistema que se ha caracterizado por la convivencia entre medios de comunicación de titularidad pública y medios privados, en su mayoría comerciales, que no obstante siguen estando supeditados a la regulación del estado en cuanto a las concesiones de derechos de emisión como a la propia financiación o propiedad del medio. Desde la década de 1980 los medios de comunicación audiovisual han

dejado de ser considerados un servicio público para regirse por las reglas del mercado.

Países como Reino Unido, Finlandia, Alemania o Dinamarca modificaron sus políticas de comunicación para estimular la creación de medios audiovisuales privados al mismo tiempo que se abría el camino para la constitución de nuevas autoridades reguladoras de carácter independiente (Psychogiopoulou, 2012). Por ejemplo, el Gobierno conservador de Margaret Thatcher introdujo cambios sustanciales en las políticas de comunicación nacional, realizando una profunda desregularización del sector audiovisual hacia un modelo de libre mercado, estimulando la competencia e incentivando la innovación tecnológica (Smith y Stolte, 2010).

El fenómeno de la concentración mediática ha llevado a gobiernos y diversas organizaciones internacionales como la ONU, el Consejo de Europa (CoE) o el Parlamento Europeo a poner el énfasis en el desarrollo de un sistema de medios libre, plural y democrático, que garantice el acceso de la ciudadanía a una variedad de medios de comunicación proporcionados por diferentes propietarios, tanto privados como públicos (CoE, 2007). Así, con el objeto de preservar la diversidad y pluralidad de los medios nacionales, estados como Dinamarca, Francia o Alemania crearon mecanismos de financiación para los medios de comunicación privados (comerciales y no comerciales), a través de subvenciones públicas. En Reino Unido, un buen número de emisoras comunitarias sin fines de lucro son financiadas a través de diversas líneas de ayudas públicas y cuentan con el apoyo financiero del regulador *Ofcom*.

1.2. Políticas de comunicación y medios alternativos en Europa

Aunque la regulación de los medios ha considerado a la población como receptora pasiva de la información (lectores, oyentes, espectadores), en muchos países el sector público y el sector privado comercial han convivido en la práctica con un tercer sector de la comunicación integrado con un extenso elenco de medios alternativos, libres, e independientes de los poderes públicos y económicos, que se han afanado por trasladar el discurso

de la ciudadanía, de las comunidades locales o de las minorías al entorno mediático. Si bien desde los años ochenta las radios comunitarias, asociativas o libres han florecido en buena parte de Europa (Lewis, 2015; Pérez Martínez, 2018; García-García, 2013; Reguero y Sanmartín, 2009; Chaparro, 2014; García, Gómez y Reguero, 2018), no será hasta los noventa que los medios de comunicación alternativos cobran relevancia para las instituciones europeas, y habrá que esperar hasta los años 2007 y 2008 para el reconocimiento explícito de los medios alternativos por parte del Consejo de Europa o el Parlamento Europeo (Reguero y Scifo, 2010). El primero de estos documentos es la *Declaración sobre la protección del papel de los medios en democracia en el contexto de la concentración de los medios* (CoE, 2007a), donde se pide a los Estados miembros que adopten las medidas necesarias para el desarrollo de medios de comunicación alternativos sin fines de lucro, permitiendo así el acceso a la información y la expresión de opinión para grupos sociales habitualmente excluidos de los *mass media*.

En la misma línea se pronuncia la *Recomendación del Comité de Ministros sobre el pluralismo de los medios y la diversidad del contenido de los medios* (CoE, 2007b), que insta a los Estados miembros a fomentar el desarrollo de otros medios capaces de contribuir al pluralismo y la diversidad y proporcionar un espacio para el diálogo, explicitando que dichos medios «podrían adoptar la forma de medios comunitarios, locales, minoritarios o sociales». En 2008, el Parlamento Europeo aprobó la *Resolución sobre los medios del tercer sector de la comunicación* reconociendo a los medios del tercer sector como «instrumentos eficaces para reforzar la diversidad cultural y lingüística, la inclusión social y la identidad local, contribuyendo al diálogo intercultural».

El Consejo de Europa, en su *Declaración sobre el papel de los medios comunitarios en la promoción de la cohesión social y diálogo intercultural* (CoE, 2009), considera a los medios comunitarios «como un sector audiovisual diferenciado, junto al servicio público y a los medios de comunicación comerciales privados». También se recomienda a los estados la creación de infraestructuras legales donde dichos medios se puedan desarrollar, así como el establecimiento de reservas de frecuencias

analógicas «que pueden seguir siendo necesarias tras el encendido digital y dotándolos de financiación con el fin de que éstos no se encuentren en desventaja en un ambiente digital». Finalmente, la reciente *Recomendación sobre el pluralismo y la transparencia de la propiedad de los medios* (CoE, 2018) recoge que los medios comunitarios actúan como contrapeso a la concentración mediática, alentando a los estados a apoyar su establecimiento y funcionamiento «proporcionando incluso mecanismos financieros para fomentar su desarrollo».

En conclusión, la competencia para producir y difundir información y contenidos audiovisuales está condicionada por las normas y regulaciones existentes y éstas son muy dispares entre países e incluso dentro de la propia Unión Europea. Las políticas de comunicación de las instituciones europeas constituyen un elenco de declaraciones y resoluciones que se integran dentro del denominado *soft law*, sin fuerza legal vinculante para los estados miembros, pero con capacidad de influir e inspirar nuevas prácticas legislativas (Casarosa, 2010). Sin embargo, como señalan Lewis (2015) o Meda (2015), aunque la existencia de una regulación específica acerca de los medios comunitarios sea necesaria, ésta no es suficiente, pues resulta fundamental la voluntad política para desarrollar dicha normativa en la práctica y fomentar con fondos públicos la creación y el sostenimiento de la actividad de los medios alternativos, como se pone de relieve en otros capítulos de esta publicación.

1.3. Políticas de comunicación en América Latina y radiodifusión comunitaria

Las experiencias de radiodifusión comunitaria son de larga trayectoria en América Latina, aunque, de manera similar a España, su reconocimiento legal se ha producido tardíamente y de forma deficiente. Durante la primera década del siglo XXI, en un contexto de gobiernos de izquierda en los países de América del Sur, se produjo una revisión de las políticas públicas relativas a medios de comunicación, con una posición más activa de los estados ante la excesiva concentración de medios (Becerra y Mastrini,

2017). Dichas políticas han incluido medidas orientadas a promover el pluralismo, favoreciendo la entrada de nuevos actores como las radios comunitarias. Este proceso ha sido coetáneo con la reforma del marco normativo en España y es observado con mucho interés tanto por investigadores/as de la comunicación como por las emisoras comunitarias españolas, que se nutrieron del marco teórico y reivindicativo desplegado por las radios comunitarias latinoamericanas a través de organizaciones como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

Sin embargo, los resultados de esta ola renovadora han sido bastante modestos e incluso decepcionantes. La implementación de las nuevas políticas públicas ha sido deficiente y la concentración mediática se ha reforzado (Becerra y Mastrini, 2017), lo que podría explicarse por las alianzas de conveniencia y la complicidad entre los poderes públicos y las empresas de medios (Guerrero y Márquez, 2014). Este escenario presenta algunas similitudes con el «modelo pluralista polarizado» en el que Hallin y Mancini (2008) engloban a España y otros países mediterráneos. No obstante, Guerrero y Márquez (2014) prefieren referirse al sistema mediático de América Latina como un «modelo liberal capturado», enfatizando la debilidad de los estados para regular la actividad de poderosas e influyentes empresas de comunicación y la renuncia de los gobiernos latinoamericanos a delegar la supervisión de las políticas de comunicación en organismos independientes. El desarrollo del sector de la radiodifusión comunitaria en América Latina, de forma similar a como ocurre en España, se ha producido en un contexto de precariedad normativa y de recursos, y de obstaculización en el acceso a autorizaciones para transmitir. La actividad de estas radios fue tolerada en algunos países y en otros, como Brasil, Chile o Guatemala, fue perseguida mediante detenciones, allanamientos policiales, incautación de equipos o sanciones.

En el proceso de reconocimiento legal se pueden distinguir dos etapas. En una primera, el reconocimiento del sector es de carácter marginal, relegado al ámbito local y con restricciones en cuanto a las frecuencias disponibles, alcance, la duración de las autorizaciones o las fuentes de financiación. A este lento avance le sucede una segunda etapa, que es impulsada por organizaciones de la sociedad civil, donde se produce una

importante transformación en la región respecto de la regulación de la radiodifusión comunitaria, que se materializa a partir de la aprobación de nuevas leyes en Uruguay (2007) y Argentina (2009), así como en la definición de estándares de radiodifusión democrática por parte de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y su Relatoría para la Libertad de expresión (CIDH, 2009).

Estos nuevos referentes normativos, junto con las posteriores de Bolivia (2011) y Ecuador (2013) conciben los medios comunitarios como un verdadero tercer sector destinado a operar en condiciones equitativas respecto a los medios públicos y privados de carácter comercial, estableciendo reservas del 33% del espectro radioeléctrico para los medios comunitarios (OBSERVACOM, 2019). Sin embargo, esta tendencia regulatoria de empoderamiento de los medios comunitarios no alcanza a todos los países de la región; en Chile, Honduras y México el esperado reconocimiento de la radiodifusión comunitaria se produce en condiciones más desfavorables para el sector. Centroamérica es donde menor avance se han producido, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá son los únicos países que aún no han procedido a reconocer a estos servicios de comunicación, mientras en El Salvador la aprobación de la Ley de 2016 está aún pendiente de desarrollo.

Tabla 1. Evolución del reconocimiento de la radiodifusión comunitaria en América Latina

Etapa 1 ^a	Colombia 1993	Brasil 1998	Paraguay 1998	Venezuela 2001	Ecuador 2002	Perú 2004	Bolivia 2004
Etapa 2 ^a	Uruguay 2007	Argentina 2009	Chile 2010	Honduras 2013	México 2013	El Salvador 2016	
Reforma modelo	Bolivia 2011	Ecuador 2013	Venezuela 2015				

Fuente: elaboración propia a partir de Observacom (2019).

Hasta el momento, la aplicación de estas leyes en Latinoamérica ha sido lenta y deficiente. Las reformas se han orientado hacia la mejora del acceso

a autorizaciones y las condiciones de prestación de la concesión, pero han sido muy escasas las políticas públicas destinadas a garantizar su sostenibilidad a través de recursos públicos, por lo que los cambios legislativos no han producido un desarrollo significativo del sector de medios comunitarios, que mantiene una presencia marginal frente a los medios comerciales, al igual que ocurre en el contexto español, como se analizará a continuación.

2. Políticas de comunicación en España

2.1. El marco regulatorio español

El marco político y legal en materia de comunicación se recoge en la Constitución Española que consagra, en su artículo 20.1, el derecho «a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción», así como «a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión». Sin embargo, las políticas de comunicación en España han sido tradicionalmente abordadas desde una óptica instrumental, enfocándose hacia cuestiones técnicas al mismo tiempo que se ha restringido el acceso de nuevos actores al ecosistema mediático (de la Sierra, *et al.*, 2012). Los distintos gobiernos han otorgado predominancia a los medios audiovisuales de titularidad pública (estatal o autonómica) y han realizado un agudo intervencionismo en la regulación del sector audiovisual privado-comercial (Bustamante, 2013) que ha respondido, en la práctica, a lógicas ideológicas o partidistas (Guichot, 2016; Bustamante, 2013). Las políticas de comunicación desarrolladas en España desde la transición han configurado un ecosistema de medios que puede definirse como «pluralista polarizado» (Hallin y Mancini, 2008), sin que haya existido una verdadera voluntad política de garantizar la diversidad mediática. Y ello a pesar de la existencia de un nutrido sector de medios alternativos de carácter local, creados *desde abajo* por la propia ciudadanía organizada, que venían reivindicando su espacio en el dial (Reguero y Sanmartín, 2009).

Como señalan Moragas y Fernández (2005), el marco normativo en materia de comunicación se fue construyendo *a pedazos*, sin existir una relación fluida de cooperación entre administraciones, lo que ha dificultado la implementación de políticas públicas y la proliferación de litigios entre el estado y las comunidades autónomas por el reparto de las competencias de medios audiovisuales. Hasta 1988 no se permitió la creación de televisiones comerciales de ámbito nacional. La ley de televisión por cable se aprueba en 1995, mientras la televisión de ámbito local no contó con una regulación hasta 1995, siendo necesarios 10 años más de espera para la planificación de frecuencias (Fernández Salmerón, 2013). Como consecuencia, los medios de comunicación que proliferaron en España tras el retorno de la democracia, incluidas radios y televisiones, se encontraron con grandes obstáculos para obtener licencias, operando en la práctica sin autorización.

Con el objeto de reformar y unificar la normativa audiovisual, el Gobierno socialista de Rodríguez Zapatero impulsó la elaboración de la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual que, durante su tramitación sufrió numerosas modificaciones para satisfacer las demandas de las empresas de televisión (Zallo, 2010) y de la patronal de medios comerciales (UTECA) y recogiendo algunas demandas de las organizaciones sociales y de los medios comunitarios. Por otro lado, la Ley de Radio y Televisión pública, aprobada en 2006, fue modificada en 2009 con el objeto de eliminar la publicidad de RTVE y aumentar los ingresos de las televisiones privadas. La creación del Consejo Audiovisual independiente de alcance estatal que recogía la Ley del 2009 no llegó a materializarse, desapareciendo este organismo con el gobierno del Partido Popular en 2011. España es el único país de la UE que no cuenta con un regulador audiovisual independiente que vele por una correcta regulación, desarrollo y control de la materia. El Instituto de Prensa Internacional (IPI) ha considerado esta situación anómala como un hecho no deseable para la independencia de los medios de un país (Meda, 2015).

Los cambios en la Directiva Europea de Servicios Audiovisuales han propiciado una nueva revisión de la normativa audiovisual por parte de los Estados de la UE (2018). Esta reforma se orienta principalmente a incorporar a las plataformas de vídeo por internet en el régimen normativo audiovisual,

si bien aborda cuestiones como la alfabetización mediática de las audiencias, mediante el desarrollo de capacidades orientadas al aprendizaje y uso responsable de herramientas y tecnologías, así como al análisis crítico y la creación de contenidos (MAETD, 2020). El trámite de elaboración del Proyecto de Ley requiere de un procedimiento de consulta y audiencia pública que posibilita la participación ciudadana en la elaboración de normas, dotándolo de mayor transparencia.

En definitiva, en España, los gobiernos de uno y otro espectro han utilizado la legislación vigente en función de sus intereses partidistas, estableciendo relaciones de tipo clientelar que beneficiaron a los grupos de comunicación afines (Guichot, 2016). Esto se ha reflejado en el favoritismo en la adjudicación de frecuencias o la aprobación de operaciones de concentración mediática (Arboledas, 2009). Estas praxis están también presentes en otros países mediterráneos (Hallin y Mancini, 2008) y muestran paralelismos con el «modelo liberal capturado» desplegado en América Latina mencionado anteriormente.

2.2. Medios audiovisuales: de la exclusión al incumplimiento

Si bien tanto la normativa audiovisual como la autonómica ha contemplado, desde el retorno a la democracia, la existencia de radios y televisiones sin ánimo de lucro, el tercer sector de la comunicación ha sido excluido del acceso a frecuencias y de los espacios de discusión de políticas públicas, orientadas a medios públicos y medios comerciales (García García y Sáez, 2011). Desde su auge en los años ochenta y noventa, los medios comunitarios, salvo contadas excepciones, no han podido acceder a autorizaciones de emisión, y optaron por la *autoapropiación* de frecuencias. En un primer momento, la respuesta de los poderes públicos a esta actividad comunicativa no autorizada consistió en la persecución y cierre de emisoras de radios. Posteriormente se dio paso a una política de tolerancia y de promesas de solución legal, lo que permitió la consolidación del sector, pero en una situación de precariedad normativa y de recursos.

El traspaso de competencias en materia de radiodifusión local a las comunidades autónomas tampoco mejoró esta situación. A pesar de que la mayor parte de los legisladores autonómicos incorporaron en su normativa la categoría de emisoras sin ánimo de lucro, en la práctica no se han destinado frecuencias a este sector ni se han incluido en los concursos de adjudicación de frecuencias procedimientos diferenciados para emisoras sin ánimo de lucro (García García y Sáez, 2011). Esto ha constituido una forma de discriminación hacia las emisoras comunitarias, ante la imposibilidad de competir con radios comerciales en concursos públicos diseñados para el sector empresarial. Tampoco ha resultado viable para estas emisoras acudir a los tribunales, pues ninguna cláusula les impedía participar en los concursos (García García, 2015).

Ante esta situación, las organizaciones del sector (REMC, URCM) orientaron sus reivindicaciones hacia un reconocimiento expreso de la comunicación comunitaria como un sector en la legislación estatal, que estableciera un trato diferenciado del sector comercial, al igual que figuraban en las legislaciones europeas y latinoamericanas más avanzadas. Este reconocimiento se produce con la aprobación de la vigente Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual (BOE, 2010), que crea la categoría de *servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro*, orientados a «atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo» (art.32.1).

No obstante, esta ley se limita a establecer un régimen legal especial para radios y televisiones mediante ondas terrestres, sin abarcar la comunicación audiovisual a través de otros soportes, como cable, satélite o internet. Tampoco se establecen obligaciones *must carry* para que los operadores de cable incluyan dentro de su oferta la programación de emisoras comunitarias, como ocurre en otros países europeos y latinoamericanos (European Audiovisual Observatory, 2015). La ley los considera como servicios de carácter no económico, pero no contempla medidas para su sostenibilidad, a pesar de que prohíbe la difusión de todo tipo de comunicación comercial e incorpora limitaciones presupuestarias.

Por todo ello, algunos autores han denunciado que los medios audiovisuales del tercer sector siguen estando discriminados y limitados en comparación con el sector público y privado comercial (García Castillejo, 2016; García García, 2015; Lema-Blanco, 2020).

A pesar de que la Ley 7/2010 establecía un mandato para garantizar la disponibilidad de frecuencias para el sector, así como la aprobación en doce meses de un procedimiento de adjudicación de las pertinentes licencias, incluidas las emisoras existentes (Disposición Transitoria 14), los posteriores planes técnicos aprobados no han aplicado reservas de frecuencias para el sector. Asimismo, las comunidades autónomas, que son las encargadas de adjudicar las licencias de ámbito local, han convocado concursos de licencias destinados únicamente a medios comerciales. Este manifiesto y persistente incumplimiento legislativo ha sido calificado por el Consejo de Estado (2019) como una «situación particularmente anómala y carente de justificación, habida cuenta de que es una reclamación constante del sector». No obstante, los recursos judiciales presentados por la Red de Medios Comunitarios (Remc) al respecto fueron rechazados por los tribunales, resultando condenada al pago de las costas judiciales. Estas cuestiones están siendo estudiadas por el Comité de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, tras una denuncia realizada por la Red de Medios Comunitarios (Remc, 2018).

En cuanto al desarrollo autonómico, la mayoría de las comunidades autónomas se ha limitado a replicar la normativa estatal. Únicamente Cataluña (2005) y Andalucía (2018) han desarrollado una política audiovisual propia, que da mayor protagonismo a las emisoras comunitarias e introduce medidas de impulso y financiación (Lema-Blanco, 2020), como resultado de un mayor diálogo entre la administración y las redes representantes del tercer sector (Labio y García Prieto, 2016). Sin embargo, ninguna de estas normativas autonómicas ha sido implementada hasta el momento, excusándose en la falta de planificación de frecuencias por parte del Estado. A ello se añadiría las fuertes críticas del sector, especialmente en Cataluña, ante unos requisitos que, lejos de adaptarse a la naturaleza del sector, lo ahogan (Reguero, 2017).

En el año 2020, el Gobierno elaboró un texto de reforma de la ley audiovisual que se tramitará durante 2021 en las Cortes Generales (MAETD, 2020). Dicho anteproyecto de ley mantiene un enfoque similar al de la Ley 7/2010, que restringe la comunicación comunitaria al ámbito de la radio y televisión por ondas, con alcance local o infralocal y elude establecer una política de fomento e impulso del sector. No obstante, el anteproyecto contiene una disposición transitoria destinada a regularizar las emisoras existentes, que podría suponer una solución definitiva para las emisoras de carácter histórico que venían reclamando su derecho a emitir ante la inactividad de las distintas administraciones, un derecho que fue finalmente reconocido por el Tribunal Superior de Justicia de Galicia (Lema-Blanco, 2020). Dicho proceso de reforma abre una nueva oportunidad de introducir mejoras en las políticas públicas destinadas al sector. A esto pueden contribuir algunos hitos, como los procedimientos de participación ciudadana en la elaboración de normas, que favorecen el diálogo entre el sector y la administración, así como la incorporación de la RemC al recién creado Consejo Consultivo para la Transformación Digital (BOE, 2020a).

3. Medios impresos y digitales: de la marginalidad al naufragio en la red

3.1. Medios impresos: de la censura a la ausencia de políticas públicas

En la última etapa de la dictadura franquista, y a partir de la Ley de Prensa de 1966, se produce un relajamiento en las medidas de control y censura de los medios de comunicación. Esta situación favoreció la creación de publicaciones alternativas y disidentes (García García, 2015). Con la llegada de la democracia, se optó por la abstención del Estado en la actividad, lo que supuso la desaparición de los periódicos del Estado y la ausencia de leyes que regulan la actividad de estos medios o el ejercicio periodístico, a excepción de la cláusula de conciencia. Paradójicamente, este régimen de libertad no consolida una prensa escrita alternativa. Salvo

excepciones, tampoco logra resolver el problema de la sostenibilidad ni alcanzar una difusión masiva, lo que instaaura un ecosistema dominado por la prensa de carácter comercial.

Las políticas públicas en este ámbito de la prensa se relacionan principalmente con la asignación de recursos económicos por parte de los distintos poderes públicos (nacional, autonómico y local) a la prensa privada, pero sin establecer procedimientos específicos para medios comunitarios o sin ánimo de lucro. La mayor parte de la publicidad institucional se destina a los grandes grupos editoriales, constatándose la tendencia a otorgar mayores cuantías a medios de línea editorial afín al partido de turno (Álvarez-Peralta y Franco, 2018). En cuanto a las subvenciones, éstas se han orientado principalmente a la promoción de publicaciones de carácter cultural (BOE, 2020), así como contenidos en las distintas lenguas oficiales distintas al castellano (DOGCG, 2020). Con la digitalización de la prensa el problema de la ausencia de políticas específicas se ha trasladado a los medios *online*, lo que ha supuesto una barrera de acceso para que los medios independientes y los del tercer sector obtengan financiación por esta vía. Por su parte, la publicidad institucional, por su orientación hacia la comunicación comercial, no parece un mecanismo de financiación idóneo para los medios del tercer sector, más proclives a fórmulas de financiación características de las entidades no lucrativas.

3.2. Medios digitales, naufragos en la red

Internet se ha convertido en soporte para medios de comunicación, tanto escritos como audiovisuales, lo que ha producido una gran transformación del ecosistema de medios, introduciendo nuevos agentes y formas de comunicar. A partir del marco europeo (UE, 2000), la legislación en este ámbito ha regulado la prestación de los denominados *servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico*, un concepto amplio que incluye todo tipo de servicios a distancia y por vía electrónica que constituyan una actividad económica, sean de carácter remunerado o no

(BOE, 2002). Dentro de este concepto amplio quedan englobados los medios escritos digitales, a excepción de los que no realizan actividad económica. Sin embargo, en los medios audiovisuales resulta más compleja su ubicación normativa y ésta depende de las particularidades del caso. Las radios y televisiones *online*, y más recientemente las plataformas de intercambio y los servicios de vídeo a demanda (UE, 2018), son consideradas como servicios de comunicación audiovisual, lo que no excluye que les sea de aplicación suplementaria la regulación de los servicios de la sociedad de la información.

Desde el año 2000 se vienen sucediendo ambiciosos planes públicos de impulso de la sociedad de la información (Plan Info XXI, Programa España.es, Plan Avanza y Agenda Digital) que se han destinado principalmente al despliegue de infraestructuras y servicios para la conectividad digital, a la digitalización de la economía y la administración pública, y a la formación en competencias digitales (MAETD, 2020). Sin embargo, no se han desarrollado medidas específicas para los medios de comunicación en el entorno digital. Aquéllas relativas a la participación ciudadana se han orientado a facilitar la relación con la administración, lo que no ha permitido a los medios de comunicación comunitarios beneficiarse de forma directa de estas políticas públicas, a pesar de existir desde 2007 una disposición legal que había previsto esta posibilidad: «Con el objeto de fomentar la presencia de la ciudadanía y de las entidades privadas sin ánimo de lucro y garantizar el pluralismo, la libertad de expresión y la participación ciudadana en la sociedad de la información, se establecerán medios de apoyo y líneas de financiación para el desarrollo de servicios de la sociedad de la información sin finalidad lucrativa que, promovidos por entidades ciudadanas, fomenten los valores democráticos y la participación ciudadana, atiendan al interés general o presten servicio a comunidades y grupos sociales desfavorecidos» (BOE, 2007).

Tanto la UE (EC, 2020) como España (MAETD, 2020) han diseñado nuevas estrategias digitales para desarrollar durante los próximos años. La nueva agenda para impulsar la transformación digital, denominado Plan España Digital 2025, incorpora entre sus objetivos la reducción de la desigualdad, los derechos de la ciudadanía y el impulso del sector audiovisual. Este

nuevo enfoque podría abrir algunas oportunidades para plantear políticas públicas destinadas a medios comunitarios.

Conclusiones y recomendaciones

Los medios alternativos no son un fenómeno nuevo ni reciente ni en España ni en el conjunto de Europa. Durante décadas han coexistido con el sector público y privado comercial, desempeñando un papel relevante como informadores de proximidad, educadores e instrumentos de cohesión social (Barranquero, 2016; Lema-Blanco, Rodríguez y Barranquero, 2016). Sin embargo, esta experiencia histórica no ha servido para otorgarles un estatus legal estable y con garantías de emisión (Lema-Blanco, 2020). En España, el tercer sector de la comunicación sigue enfrentándose a los *campos de batalla* ya superados en otros países (Lewis, 2015) como son la obtención de un marco regulador apropiado, la lucha por las frecuencias (en el caso de los medios audiovisuales), la infrafinanciación, y la ausencia de voluntad política para promover un sistema de medios plural, diverso y que reconozca el derecho de la ciudadanía a desarrollar un discurso mediático propio e independiente. Los distintos gobiernos de estos últimos 40 años, sean estatales o autonómicos, han priorizado el binomio público-privado comercial en sus políticas de comunicación, sin desarrollar medidas específicas para los medios alternativos impresos o desarrollados en el entorno digital. Asimismo, han mantenido deliberadamente en una situación de inseguridad jurídica y marginalidad a las televisiones y radios libres y comunitarias (García García, 2015; Lema-Blanco, 2020), haciendo oídos sordos de las recomendaciones del Consejo de Europa (2009, 2018), el Parlamento Europeo (2008) o la ONU (2019) y poniendo en riesgo el pluralismo audiovisual (MPM, 2020).

Para revertir esa situación, que constituye una vulneración de la libertad de expresión, es necesario que las distintas administraciones procedan a asignar frecuencias a las emisoras comunitarias, tal como establece la normativa vigente. Sin embargo, resolver los problemas de acceso a los soportes de difusión resulta una medida insuficiente si no va acompañada de

políticas públicas que promuevan la sostenibilidad del sector y unas condiciones propicias que faciliten el desarrollo de su importante rol social como, por ejemplo, autorizar la emisión de publicidad propia del tercer sector y de la economía social y solidaria (Reguero, 2017).

Para ello, las distintas administraciones deben poner en marcha mecanismos de financiación pública a nivel local, regional y nacional que garanticen la sostenibilidad económica y social del sector, y que fomenten la participación de los medios alternativos en las decisiones relativas a la política de medios. Este diálogo resulta imprescindible para diseñar medidas eficientes y acordes tanto con las necesidades sociales como con la realidad de un sector con una composición heterogénea. No existe un consenso acerca de las políticas para el tercer sector, tanto en la regulación como en los modelos de sostenibilidad económica, como se pone de manifiesto en el capítulo de Pérez Martínez y Reguero en el presente libro.

Los diferentes países europeos han diseñado diferentes fórmulas para fomentar la creación de medios comunitarios y sostener su actividad comunicativa con financiación pública. Por ejemplo, Austria dispone un fondo para la promoción de la comunicación no comercial de 3 millones de euros. En Irlanda, Países Bajos, Alemania o Francia los medios asociativos pueden optar a diversos fondos y subvenciones para sostener sus estructuras organizativas, equipamientos y desarrollar proyectos de formación o de desarrollo comunitario que garanticen su viabilidad. En el caso español se precisa una aproximación integradora de las políticas dirigidas a los medios comunitarios que supere la actual compartimentación departamental (telecomunicaciones, audiovisual), y que incorpore las temáticas de educación, cultura, desarrollo comunitario o atención a la diversidad que caracterizan la acción de los medios comunitarios.

Son necesarias en España, asimismo, políticas robustas de alfabetización mediática, que potencien la capacidad crítica de la audiencia y mejoren las competencias comunicativas de la ciudadanía. A pesar de sus limitaciones, los medios del tercer sector han demostrado una extensa capacidad como formadores en comunicación y cambio social (Lema-Blanco *et al.*, 2016; Barbas y Ortiz, 2020; Lema-Blanco, 2015, 2018). No obstante, este potencial podría multiplicarse si desde las administraciones se les

reconociere como actores clave para el desarrollo de proyectos de capacitación mediática, como ocurre en Francia donde las radios asociativas desarrollan proyectos de capacitación mediática financiados por el *Fondo de apoyo a la expresión de la radio local* (EPRA, 2013), o en Irlanda donde la formación en radio comunitaria cuenta con una certificación oficial. Estos contextos distan enormemente del español, donde el tercer sector de la comunicación lleva cuatro décadas esperando un cambio en la voluntad política dirigido a implementar el derecho constitucional de difundir por cualquier medio de reproducción, esto es, el derecho a comunicar.

Referencias

- Álvarez-Peralta, M. y Franco, Y. (2018). «Independencia periodística y fondos públicos: la publicidad institucional como distorsión de la competencia en el mercado informativo», en *Historia y comunicación social*, vol. 23, n.º 2, 2018, págs. 285-305.
- Arboledas, L. (2009). «Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, La Laguna, págs. 909-925.
- Barbas Costado, Á. y Martínez Ortiz de Zárate, A. (2020). «Vidas de activismo. la participación en los medios de comunicación comunitarios como fuente de aprendizajes», en *Diálogo andino*, (62), Arica, págs. 65-75.
- Barranquero Carretero, A. (coord.) (2016). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*, Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Madrid.
- European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) (2013). *Local and Community Media: A comparative Report*. Disponible en: https://cdn.epra.org/attachments/files/2313/original/WG2_LCM_report_finalversion.pdf?1390387055 [Acceso el 3 de enero de 2021].
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España* (Vol. 47), Gedisa, Barcelona.
- (2010). «La contrarreforma audiovisual socialista», en *Le Monde Diplomatique*, 172, París, págs 1-5.
- Casarosa, F. (2010). «The case of the European Union and the Council of Europe», en *MEDIADEM Background information report, Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe*.
- Chaparro Escudero, M. (2014). *Medios de proximidad: Participación social y políticas públicas*, Universidad de Málaga, Málaga.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2009): *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Disponible en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/Radiodifusion%20y%20libertad%20de%20expresion%20FINAL%20PORTADA.pdf> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- Consejo de Europa (CoE) (2007a). *Declaration of the Committee of Ministers on protecting the role of the media in democracy in the context of media concentration*. Disponible en: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d6b78 [Acceso el 3 de enero de 2021].
- (2007b). *Recommendation of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content*. Disponible en: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d6be3 [Acceso el 3 de enero de 2021].
- (2009). *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*. Disponible en: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- (2018). *Recommendation CM/Rec (2018) of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership*. Disponible en: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13 [Acceso el 3 de enero de 2021].

- De la Sierra, S.; Guichot, E.; Mantini, M. y Sobrino, I. (2012). «Media Policy in Spain: Public Service, Free Competition, and Some Internal Diversity», en Psychogiopoulou, E. (ed.), *Understanding Media Policies. A European Perspective*, Palgrave Macmillan, Londres.
- Eurobarometer (2017). «Media Use in the European Union», en *Standard Eurobarometer* 88. Disponible en: <http://ec.europa.eu/COMMFRontOffice/publicopinion/index.cfm> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- European Audiovisual Observatory (2015). *Access to TV platforms: must-carry rules, and access to free-DTT*. Disponible en: <https://rm.coe.int/16807835e4> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- Fernández Salmerón, M. (2013). «La televisión local en España. Análisis evolutivo de un exponente de ineficacia reguladora», en *Revista de Administración Pública*, n.º 191, Madrid, págs. 383-419.
- García Castillejo, Á. (2016). «Radio y televisión local. Ciudad y ciudadanía en los medios audiovisuales», en *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, vol. (1), n.º 4, págs. 119-132.
- García García, J. y Sáez, C. (2011). «¿Algo nuevo bajo el sol? Distribución de frecuencias de radio y discriminación contra radios libres y comunitarias en España (1979-2011)». Comunicación presentada en la Conferencia de la Internacional Association for Media and Communication Research IAMCR, 13-17 de julio de 2011, Kadir Haas Universitesi: Estambul.
- García García, J. (2013). «Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España», en *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 5, págs. 111-131.
- (2015). «Obstáculos y posibilidades al despliegue de las emisoras comunitarias», en Nerekan, A.; Casado, M. A.; Zallo, R. y De Bustos, M. (eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*, Universidad del País Vasco, Leioa.
- (2016). «Breve historia del tercer sector de la comunicación en España», en Barranquero, A. (coord.), *La juventud española y los medios del*

Tercer Sector de la Comunicación. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Madrid.

- García Gil, S.; Gómez García, S. y Reguero Sanz, I. (2018). «Espacios alternativos de libertad durante la Transición. Breve historia de las radios libres en España (1976-1983)», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, págs. 1179-1210.
- Guerrero, M. y Márquez, M. (2014). «El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina», en *Temas de comunicación*, n.º 29 (2.º Semestre), págs. 135-170.
- Guichot, E. (2016). «Recensión», en *Revista de Administración Pública*, n.º 201, págs. 457-464.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*, Hacer, Barcelona.
- Labio Bernal, A. y García-Prieto, V. (2016). «La gestación de la Ley General Audiovisual de Andalucía: De la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector (M.O.I.S.A) al Anteproyecto de Ley», en *Derecom*, 20, págs. 83-95.
- Lema-Blanco, I. (2020). «La deficiente regulación en España de los medios de comunicación comunitarios: el caso de Cuac FM», en *Quaderns del CAC*, vol. XXIII, n.º 46, Barcelona, págs. 57-64.
- (2015). «Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes. Motivaciones, formas de participación y tipos de aprendizaje generados», en *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, Extr.(14), A Coruña, págs. 14-28.
- (2018). «Community radio as a social learning instrument for social empowerment and community building. An analysis of youth participation in the Spanish Third Media Sector», en Gallego, I.; Fernández Sande, M. y Limón, N. (eds.), *Radio Research Trends: Diversity, Innovation & Policies*, Cambridge Scholars Publishing, Cambridge.
- Lema-Blanco, I. y Meda González, M. (2016). «Linguistic diversity and Communication rights: the role of community media in the promotion of

- regional or minority languages in Europe», en *Radio, Sound and society Journal*, 1, págs. 26-41.
- Lema-Blanco, I.; Rodríguez Gómez, E. y Barranquero Carretero, A. (2016). «Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social», en *Comunicar*, 48, Huelva, págs. 91-99.
- Lewis, P. M. (2015). Ausencia de discurso: el caso de la radio comunitaria», en *Quaderns del CAC*, vol. XVIII, n.º 41, Barcelona, págs. 5-11.
- Meda González, M. (2015). *El tratamiento de los medios comunitarios en el marco de la Ley General de la Comunicación Audiovisual* (Tesis Doctoral), Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Media Pluralism Monitor (MPM) (2020). Monitoring media pluralism in the digital era: application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania & Turkey in the years 2018-2019. Disponible en: <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67828/MPM2020-PolicyReport.pdf?sequence=5&isAllowed=y> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- Moragas, M. y Fernández, I. (2005). «Les polítiques de comunicació», en Corominas, M.; Moragas M. y Guimerà J. (eds.), *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, págs. 231-245.
- OBSERVACOM (2019). *Libertad a medias*. OBSERVACOM: Montevideo. Disponible con: <https://www.observacom.org/libertad-a-medias-2019/> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- Parlamento Europeo (2008). *European Parliament resolution of 25 September 2008 on Community Media in Europe*. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:008E:0075:0079:en:PDF> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- (2007). *The state of community media in the European Union*. Bruselas: Parlamento Europeo. Policy Department Structural and Cohesion Policies. Disponible en: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2007/408943/IPOL-CULT_ET%282007%29408943_EN.pdf [Acceso el 3 de enero de 2021].

- Pérez Martínez, J. E. (2018). «La radio libre en Madrid (1976-1989): los orígenes del movimiento por la libertad de emisión», en *Commons*, 7 (1), págs. 112-143.
- Psychogiopoulou, E. (ed.). (2012). *Understanding media policies: A European perspective*, Palgrave Macmillan, Reino Unido.
- Reguero Jiménez, N. (2017). *Polítiques públiques i sostenibilitat dels mitjans lliures a Amèrica Llatina i la Unió Europea. De les ràdios lliures als comuns digitals*. Tesis Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Reguero Jiménez, N. y Sanmartín Navarro, J. (2009). «Community Media in EU Communication Policies (2004-2008)», en *Observatorio (OBS*)*, 9, págs. 186-199.
- Reguero Jiménez, N. y Scifo, S. (2010). «Community media in the context of European media policies», en *Telematics and Informatics*, 27(2), págs. 131-140.
- REMC (2018). *La ONU investiga a España por no asignar licencias a las TV comunitarias*. Disponible en: <https://medioscomunitarios.net/2018/03/onu-investiga-espana-licencias-tv-comunitarias/> [Acceso el 3 de enero de 2021].
- Smith, R. C. y Stolte, Y. (2010). «The case of United Kingdom», en *MEDIADEM Background information report, Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe*.
- Zallo, R. (2010). «La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, La Laguna, págs. 14-29.

Fuentes legales

- «Orden ETD/920/2020, de 28 de septiembre, por la que se crea y regula el Consejo Consultivo para la Transformación Digital», en *BOE*.
- «Resolución de 27 de agosto de 2020, de la Subsecretaría de Cultura y Deporte, por la que se convocan subvenciones en régimen de concurrencia

competitiva para la edición de revistas culturales», en *BOE*, n.º 237, de 04/09/2020.

«Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual», en *BOE*, n.º 79, de 01/04/2010. Referencia: BOE-A-2010-5292. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/>

«Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información», en *BOE*, n.º 312, de 29/12/2007. Referencia: BOE-A-2007-22440. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/l/2007/12/28/56/con> [Acceso el 3 de enero de 2021].

«Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña. Comunidad Autónoma de Cataluña», en *BOE*, n.º 38, de 14/02/2006: BOE-A-2006-2452. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-2452-consolidado.pdf> [Acceso el 3 de enero de 2021].

«Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico», en *BOE*, n.º 166, de 12/07/2002.

«Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía», en *BOJA*, n.º 200, de 16/10/2018. Disponible en: <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2018/200/1> [Acceso el 3 de enero de 2021].

«Resolució PRE/886/2020, de 9 de març, per la qual s'obre la convocatòria per a la concessió de subvencions estructurals per a l'edició de publicacions periòdiques en suport de paper en català o en aranès, corresponent a l'any 2020», en *DOGC*, n.º 8118, de 22/04/2020.

Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (2020). *España Digital 2025*. Disponible en: http://avancedigitaledicion.mityc.age/planes-TIC/Documents/EspanaDigital_2025_TransicionDigital.pdf [Acceso el 3 de enero de 2021].

Unión Europea (2018). «Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14/11/2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la

prestación de servicios de comunicación audiovisual» (Directiva de servicios de comunicación audiovisual).

— (2000). «Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8/06/2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior» (Directiva sobre el comercio electrónico).

6

Participación, sostenibilidad y redes del tercer sector de la comunicación

Laura Bergés (Universitat de Lleida)

Juan Ramos (Pontificia Universidad Javeriana)

Introducción

La comunicación, tomada como el *communicare* latino (Martínez, 2012) podría entenderse, desde el origen etimológico del pensamiento occidental, asociada al hecho de «participar en común». La comunicación así entendida lleva implícita una interacción con una carga emancipatoria por lo que supone de implicación ciudadana en la construcción de lo común, que está en la base de las formas de participación mediática que representan los llamados medios del tercer sector de la comunicación. Unos medios que precisamente se postulan —en oposición a los medios hegemónicos, públicos y privados, caracterizados por estructuras verticales y unidireccionales—, como espacios para esta participación en común diversa. Por un lado, de la ciudadanía movilizada que se implica en la creación, gestión y sostenimiento de estos medios y, por otro, de estos medios articulados en redes cooperativas.

Los medios del tercer sector de la comunicación se establecen desde esta perspectiva gramsciana (White, 1994) como instrumentos de difusión, de comunicación y de construcción activa de conocimiento en torno a las propuestas de la «sociedad otra» (Zibechi y Hardt, 2013), de los sujetos en busca de control y apropiación de los mecanismos de autorrealización (Díaz Bordenave, 1994). Como espacio para la participación genuina —social o ciudadana—, que podría definirse sencillamente como un proceso básico,

organizado y contrahegemónico de incorporación de sujetos críticos a los procesos de deconstrucción de los paradigmas del poder y la reestructuración de las hegemonías dominantes, a partir de la necesaria consecución de modelos de sostenibilidad que posibiliten la necesaria autonomía económico-política (Gumucio, 2005).

Siguiendo los aportes sobre la conexión entre las nuevas formas de movilización y las formas de participación mediática (Melucci, 1996; Cammaerts, Mattoni y McCurdy, 2013; Mattoni y Treré, 2014; Gamson y Wolfsfeld, 1993; Cammaerts, 2012), este texto busca incidir en la aplicación de diferentes modelos participativos y de sostenibilidad en el desarrollo histórico y actual de los medios del tercer sector en España, a través de las redes que los conectan en una organización rizomática. Para ello, se definirán en un primer momento los conceptos de participación y sostenibilidad. Posteriormente, y a partir de las categorías desarrolladas en ambos apartados, se construirá un proceso diacrónico a través de las diferentes fases del tercer sector de la comunicación en España y en cuanto a la función principal de su organización en red, para, finalmente, ofrecer unas conclusiones que apoyen en la generación de un modelo interpretativo de la acción de las redes al interior de los medios del tercer sector y también en referencia a su entorno sociopolítico.

1. Comunicación y participación. Una relación política

A partir de los debates enunciados en la introducción, la participación comunicativa podría englobarse en torno a tres tipos de modalidades (Krohling, 1998: 78-89). En primer lugar, entendida como *participación pasiva*, de modo que el sujeto no se involucraría activamente, más allá de su participación en la decodificación o interpretación de los mensajes, asumiendo una posición de espectador, sometiéndose o delegando su poder, favoreciendo por tanto que el ejercicio del poder sea de tipo autoritario con decisiones verticales.

En segundo lugar, un tipo de *participación controlada*, concedida de arriba hacia abajo, restringida e impuesta en la toma de decisiones a través

de las instancias del poder, por lo que se puede entender como una participación ‘limitada’. El ejercicio de participación no resulta del todo democrático, pues sólo se delegan parcelas de poder en la toma de decisiones a la hora de movilizarse, estableciendo relaciones de dependencia con consecuencias agregadas de procesos clientelares y paternalistas, transitando en el peligro de «convertirse en una pseudo participación cuando se manipulan las demandas e intereses prioritarios de las personas a las del poder constituido, con el afán de ganar popularidad o legitimidad política» (Camacho, 2007: 154), dejando, por tanto, de explicitar gran parte del proceso participativo, debido a la inclusión de intereses personales, políticos o electorales.

Por último, una *participación-poder*, constituida sobre la base de procesos que favorecen la participación democrática, vinculante y autónoma. Las expresiones básicas de este tipo de participación son la *cogestión* y la *autogestión*. Cogestión en términos de coparticipación activa de los trabajadores en la gerencia de su propia institución, creciente en el espacio público actual y, sin embargo, con implicaciones de limitación debido a que las decisiones centrales suelen ser tomadas por una «cúpula jerárquica» (Camacho, 2007: 154). Autogestión, por otro lado, implicada en la participación directa y total de la gestión por parte de la ciudadanía de las asociaciones y órganos de poder público, de los trabajadores en sus empresas, etc., referida a la toma de decisiones en torno a todos los aspectos de la vida pública, sin poder oponerse trabas a la participación directa o a través de representación directa de manera vinculante y efectiva, en fomento de procesos de verdadera democracia.

En la estructuración de esa participación-poder, Carpentier (2011) ofrece un esquema que pasa por la interacción de cuatro elementos básicos y constitutivos de la participación comunicativa (figura 1).

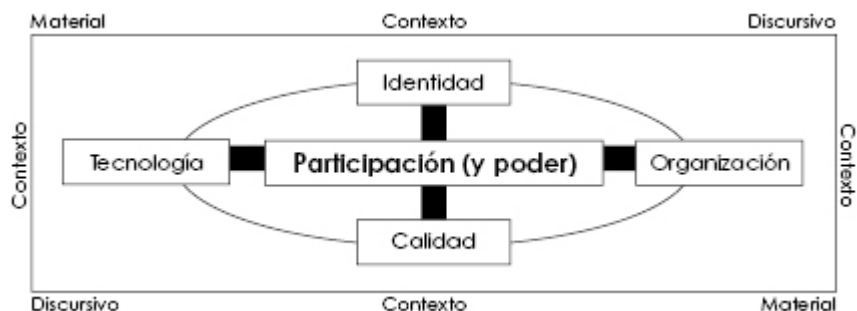


Figura 1. Elementos estructurales de la participación-poder en los medios de comunicación según Carpentier (2011). Fuente: Carpentier, 2011: 358.

La participación en los medios del tercer sector y en sus redes atenderá, entonces, a un proceso recíproco: en cuanto a las formas de participación interna, por parte de los sujetos que la conforman (miembros dentro de un medio y medios dentro de una red); y en cuanto a los métodos de participación en la lucha por incorporar elementos de democratización en su contexto, discursivo y material. Para ambos casos, se tendrán por tanto que reconocer, al menos, la identidad, como elemento discursivo y de construcción programática; la organización, como elemento aglutinador y estructural de los mecanismos de participación y los potenciales peligros suscritos en estos procesos (Carpentier, 2011: 357); la discursividad y materialidad de la tecnología y sus peligros y potencialidades; y la calidad de los contenidos elaborados, desde una concepción multinivel que implica la inclusión de la estética, audiencia, profesionalidad, técnica, base social y calidad democrática, como mecanismo esencial en su evaluación participativa.

Finalmente, tomando en cuenta que los procesos de participación genuina, autónoma y participación-poder implican a su vez formas de apropiación y creación de alternativas a la hegemonía política basada, siempre, en la búsqueda de los esquemas últimos de autogestión, tendrá que tener lugar una reestructuración del espacio público, a partir de nuevas formas, de esa *sociología de las emergencias* (Sousa Santos, 2006) que categorizará las formas de estructuración social que podrán desvincular la necesidad de un sistema de consideración unívoca. Hablamos, pues, de la necesidad de nuevas políticas culturales, para las que será necesario «lograr la conectividad social, articular tejido y masa crítica para el cambio,

trenzando redes cívicas de autonomía y autoorganización popular que puedan realizar la democracia directa y efectiva sin intermediarios con la transformación, lógicamente, de la cultura política» (Sierra, 2013: 36).

Esas nuevas formas de organización y acción tendrán que adquirir o acogerse a una forma estructural y rizomática, comunitaria y de asimilación emancipatoria, que les ayude en la conformación de una identidad social común como fuente de lucha creativa, comunicativa y participativa. En la lucha por un espacio público autónomo, por una epistemología y cosmología propias, esta formación devendrá en la creación de la comunidad, sus instrumentos políticos activos y sus redes de acción-organización.

2. Comunicación y sostenibilidad. Autonomía frente al entorno

El concepto de sostenibilidad en los medios comunitarios y alternativos refleja una realidad multidimensional y dinámica (Binder, Fisher y Godinez, 2017), definido de manera heterogénea, siempre en relación con su contexto (Villagra y Travesaro, 2019). Aparecido por primera vez en el contexto internacional en el *Informe Brundtland* de las Naciones Unidas el año 1987, el concepto, asociado generalmente de manera directa al de desarrollo, transmuta en el entorno de los medios comunitarios y alternativos en un fenómeno que abarca muchas más dimensiones que la económica, siendo entendida más como «la capacidad de darle continuidad a su propuesta» (ALER y AMARC, 2008: 6), fortaleciendo y preservando su autonomía y su valor social y comunitario (Fischer, 2019; Day, 2002).

Dicho ejercicio multimodal viene siendo entendido históricamente desde diferentes taxonomías que pueden incidir más en su carácter estructural (Lamas y Tordini, 2007) y estético (ALER y AMARC, 2008), en sus propuestas relacionales (Haye, 2016; Kaplún, 2019) o en sus resultados sociales (Chaparro, Olmedo y Gabilondo, 2016). No obstante, casi todas ellas pueden resumirse en la presencia, al menos, de tres dimensiones de análisis: la *dimensión social*, que engloba tanto la propiedad, como las formas de

participación en el desarrollo de contenidos y toma de decisiones, así como los resultados derivados de su acción; la *sostenibilidad institucional*, encargada de los aspectos organizacionales y las construcción de redes y alianzas y el fortalecimiento de una propuesta político-comunicacional; y, por último, la *sostenibilidad financiera*, en tanto potencialidad para generar ingresos y capacidad de rendición de cuentas (Gumucio, 2007; UNESCO, 2015).

Partiendo del anterior esquema, los problemas asociados a la búsqueda de dicha sostenibilidad han sido, también, identificados en el entorno de las necesidades sociales en el reconocimiento de su influencia, desde la construcción de una relación sólida y duradera al interior de las comunidades y con las entidades cercanas y en el estudio de sus formas de organización (Pavarala *et al.*, 2014; Jallof, 2012; Iglesias, 2015). Desde el punto de vista institucional, el reconocimiento legal, las barreras de acceso y la volatilidad de sus estructuras, suelen identificarse como los principales problemas (Iglesias, 2015; Barranquero, 2015), así como, en el entorno más amplio de las redes, la capacidad de generar consenso entre los miembros asociados en torno a las denominaciones, las fórmulas organizativas o los modelos de sostenibilidad (Ramos, Morais y Barranquero, 2018). Y, finalmente, para el ámbito financiero, la necesidad de mantener vías múltiples de financiación, que garanticen la independencia sin comprometer los valores ético-políticos de sus miembros, resultan las principales preocupaciones (Fairbairn, 2009; Gordon, 2009; Iglesias, 2015; Milán, 2009).

3. El tercer sector de la comunicación en España desde su trabajo en red²

Las categorías desarrolladas anteriormente nos sirven para aproximarnos al estudio de los medios del tercer sector de la comunicación en España a partir de las redes en las que han ido articulándose. Ante un sector conformado por lo que Downing define como nanomedios (2010) en el que

el concepto red ocupa un lugar central (Bailey, Cammaerts y Carpentier, 2008), las redes de medios constituyen un buen punto de entrada a su análisis, que nos ancla en la naturaleza rizomática que define a estos medios. El estudio de las redes, pues, nos permite analizar la evolución de este sector de la comunicación a partir de las características y retos que comparten.

Cabe tener en cuenta, en este sentido, que los datos muestran que tan sólo un 25% de los medios del tercer sector no forman parte de ninguna estructura reticular (Villanueva, Barranquero y Ramos, 2016), siendo que la gran mayoría pertenece a una o varias redes. Las motivaciones por las cuales los medios de comunicación comunitaria y alternativa deciden unirse en red, además, no pasan tanto por la institucionalización de dichas estructuras, pues casi un 40% de las mismas ni siquiera están legalmente constituidas (Ramos, Morais y Barranquero, 2018), como por los beneficios derivados de la propia organización común en red, que inciden en la sostenibilidad social, institucional y financiera de dichos medios. Estas grandes motivaciones, pueden organizarse en cinco grandes categorías (Ramos, Morais y Barranquero, 2018):

1. Beneficios de coaprendizaje. Procesos cooperativos en red, a partir de conexiones de miembros, acciones y experiencias, para la puesta en común de conocimientos y aprendizajes, que contribuyen a acciones formativas.
2. Beneficios de coproducción. Capacidad para la producción, realización y distribución de contenidos conjuntos en procesos de interconexión y cocreación de vínculos y comunidades de pertenencia.
3. Beneficios de interconexión. Aumento de la visibilidad y la cohesión en el desarrollo de demandas conjuntas, interés y posiciones comunes a través de vínculos de confianza, reciprocidad y compromiso mutuo.
4. Beneficios legales y técnicos. Capacidad de coordinar un equipo legal de protección y asesoramiento legal, apoyo técnico y una base social crítica que asegure una capacidad de ahorro y una base más sólida para la sostenibilidad de los miembros.

5. Beneficios políticos. Amplificación de la capacidad de movilización y acción social, en la defensa y presión política en los procesos de regulación y demanda por el cumplimiento del derecho a la información, así como derechos políticos asociados (derechos culturales, sexuales, identitarios, sociales, lingüísticos, etc.).

Estos distintos niveles de colaboración, que expresan las necesidades, problemas y retos de los medios comunitarios y alternativos, son los que analizamos en las redes del tercer sector que comienzan a desarrollarse en España tras la llegada de la democracia. El repaso de la trayectoria de estas redes nos habla de la evolución de los medios comunitarios y alternativos: cómo se definen, qué dificultades afrontan, los modelos de participación y sostenibilidad que exploran, cómo se van adaptando al cambio tecnológico, cómo se relacionan con los medios públicos y privados, o cuáles son sus estrategias para incrementar su visibilidad e incidencia. La evolución de las redes nos habla también de la evolución del conjunto del sistema mediático español en el contexto de los cambios políticos y sociales en el que se inserta y de las propuestas político-comunicativas que representan los medios del tercer sector en este conjunto.

3.1. Primeras redes, desarrollo de una propuesta político-comunicacional

Tras el fin de la dictadura, el ecosistema mediático en España vive una eclosión de nuevos medios en los que se expresan realidades hasta ese momento reprimidas: la diversidad nacional y lingüística que da lugar a medios en catalán, euskera o gallego; la diversidad ideológica, con nuevas publicaciones y emisoras del amplio espectro político hasta entonces prohibido; los medios públicos de las nuevas instituciones democráticas (autonómicas y municipales); o la propia diversidad de voces e intereses empresariales de un sector privado comercial hasta entonces restringido a las grandes empresas y familias vinculadas al régimen franquista. En este contexto de reestructuración del ecosistema mediático, la delimitación entre los tres sectores (privado-comercial, comunitario y libre, público) no está

todavía asentada, y así se refleja en el tipo de redes que empiezan a gestarse a finales de los años setenta y que se formalizan en los primeros años ochenta del siglo XX.

Por una parte, en 1980 se producen los primeros encuentros de radios libres, principalmente de País Vasco, Cataluña, Valencia y Madrid, que conducirán a la adopción del Manifiesto de Villaverde (1983), la creación de la Coordinadora de Radios Libres y de coordinadoras también en Euskadi y Cataluña. Estas redes se centran en definir una propuesta político-comunicacional, compuesta por una autodefinición de los medios libres y una propuesta de reestructuración del espacio público radioeléctrico.

La definición de radio libre establecida en el *Manifiesto de Villaverde* pone el énfasis en dos aspectos: el antagonismo frente al sistema comunicativo hegemónico y los grupos de poder que actúan en él; y en la autonomía y autogestión del medio, pero dentro de un compromiso con el conjunto de alternativas políticas y vitales a las que ha de dar visibilidad a través de la participación. Se pretende, pues, compartir una autodefinición, que permitirá fijar una línea divisoria, no sólo con las emisoras públicas y con las cadenas comerciales corporativas que se beneficiaron de la apertura del espectro con el Plan Técnico de FM del 1979, sino también respecto de las numerosas iniciativas privadas independientes que reclamaban un espacio en las ondas y que habían quedado marginadas en las adjudicaciones de licencias de dicho plan técnico (Prado, 1981).

Además, en este contexto de re-regulación del espacio radiofónico, propio de los primeros años de la democracia, el foco de estas coordinadoras estará también en la defensa de un modelo de libre emisión, reclamando una regulación técnica que diera cabida a las iniciativas ciudadanas de expresión a través de las ondas, tal como exponía el primer comunicado de la Coordinadora de Radios Libres de Euskadi en 1983.

Por otro lado, en estos primeros años ochenta, encontramos también iniciativas de articulación y asociación de medios que responden a un modelo más heterogéneo, reflejando las hibridaciones, alianzas y coincidencia de intereses entre algunos medios de los tres sectores de la comunicación. En 1981 se constituye en Cataluña la EMUC-Emissores Municipals de Catalunya, y unos años después, en 1984, se crea la

Asociación de Radios Municipales de Andalucía (EMA). En este caso, se trata de agrupaciones de radios municipales, con amparo de los ayuntamientos y diputaciones, pero que agrupan emisoras que por aquel entonces se situaban en la misma ilegalidad (la ley de emisoras municipales no se aprobaría hasta 1991), que afectaba a las radios libres y a muchas radios independientes. Además, estas primeras radios municipales, en su mayoría, respondían a un modelo de proximidad, participativo, con formas de gestión muy poco o nada institucionalizadas, pudiendo ser consideradas como emisoras muy cercanas o equivalentes al modelo comunitario (Rodríguez, 2001).

En Cataluña, la EMUC tendrá un papel muy activo tanto en la reclamación de la legalización de la radio municipal, como la asesoría y apoyo mutuo para el crecimiento del sector, así como para el desarrollo de proyectos de colaboración en la producción. Su evolución, sin embargo, como la de las radios municipales que la integran, estará marcada por la institucionalización que la aleja del modelo de radio comunitaria, y por la paralela politización o subordinación a los intereses de los partidos gobernantes a nivel municipal, que desembocará, ya en los años noventa, en la división de la red en dos asociaciones: una para las emisoras de los ayuntamientos y diputaciones gobernadas por CiU, y otra a los gobernados por el PSC (Corominas, Díez, Bergés, 1999). Por contra, la EMA sigue una evolución que podríamos considerar inversa, para incorporar en la red a las emisoras comunitarias, a partir del año 2000, retomando esta proximidad entre el modelo municipal y el comunitario, que había sido tan característico de los primeros años de la democracia.

En el campo televisivo también encontramos redes heterogéneas. En 1983 se producen los primeros encuentros de televisiones locales en Cataluña, que llevarán a la creación de la Federació Pro-Legalització de les Televisions Locals a Catalunya. El foco de esta red estará también en la demanda de reconocimiento legal para estas televisiones de proximidad y el apoyo mutuo. Como señala Guimerà (2006), puede considerarse que la Federació adopta el modelo de televisión comunitaria como propio, por convencimiento, en muchos casos, pero también como estrategia para conseguir el reconocimiento legal ahuyentando los temores del Estado y

también del capital privado a abrir la puerta a una privatización de la televisión desde lo local con un modelo descentralizado. Las televisiones locales catalanas y la Federació que las agrupaba irán virando hacia un modelo público institucional, por un lado, y un modelo privado comercial, por otro, que acabará con la desaparición de la Federació, relevada por la Xarxa de Televisió Local, fundamentalmente pública y centrada en la colaboración en la producción y diversas redes de colaboración o formación de cadenas, entre las iniciativas privadas comerciales.

De nuevo, de forma similar a lo acontecido en la radio, vemos una evolución desde los primeros años de la democracia, en la que hay cierta hibridación de modelos muy marcada por el carácter comunitario de los medios locales, hacia una consolidación y hegemonía de los modelos públicos institucionalizados y los modelos comerciales.

En Cataluña encontramos en esos primeros años de democracia, redes como la Associació de Publicacions Periòdiques en Català, creada en 1983, que responde también a un modelo mixto en el que publicaciones privadas comerciales y publicaciones asociativas comparten una necesidad de colaboración. Con la llegada de la democracia se produce una eclosión en la publicación en las lenguas hasta entonces perseguidas. Entre éstas aparecen numerosas publicaciones asociativas, sin ánimo de lucro, con vocación de dinamización social y de recuperación de la cultura, junto con publicaciones locales privadas más convencionales y con objetivo de lucro, comprometidas con la recuperación y uso del catalán. En ambos casos, dichas publicaciones se encontrarán con un panorama de democratización, pero también de mercantilización de la comunicación, que las sitúa con dificultades competitivas y que les lleva a buscar la colaboración en red. Los objetivos principales serán, primero el reconocimiento y autorreconocimiento, y progresivamente la colaboración para captar fondos públicos y publicitarios, así como el apoyo en la modernización, más adelante. De nuevo, la evolución de esta red mixta, muestra el progresivo predominio de las lógicas e intereses de los actores privados comerciales, mientras que la dimensión comunitaria y alternativa de la colaboración que pudiera articular queda en un segundo plano.

En los primeros años de la democracia, pues, encontramos un mayor énfasis en la sostenibilidad institucional del tercer sector, con redes homogéneas, como las de las radios libres, centradas en la construcción programática: en la autodefinición y reivindicación de una regulación de la recién estrenada libertad de expresión y derecho a la información que no las restrinja a lo aceptable para el poder político y económico. Surgen también redes heterogéneas, que reflejan un momento de hibridación entre modelos comunitarios, públicos y privados, y de intereses confluentes entre sectores marginados de la nueva institucionalidad y el nuevo reparto del mercado.

3.2. Hacia unas redes de colaboración operativa

Progresivamente, los medios del tercer sector y las redes en que se articulan irán evolucionando hacia una mayor diferenciación respecto al sistema público y el comercial, a medida que también estos otros dos sectores se van consolidando, con una mayor institucionalización de los medios públicos y la progresiva concentración de los medios independientes que progresivamente se van integrando en los grandes grupos de comunicación. Las redes del tercer sector, en esta etapa, también evolucionan en cuanto a sus funciones o formas de colaboración, ya no tan centrada en el reconocimiento (autorreconocimiento y reconocimiento legal), como en la cooperación operativa, centrada en la sostenibilidad social de los medios.

Por otra parte, el contexto mediático y social llevará a un cierto estancamiento en el tercer sector después de la vitalidad y la novedad de los primeros años de la democracia. En los ochenta, se consolidan el sector público y privado, mientras se mantienen las barreras legales y económicas para el tercer sector, que se ve afectado además por el declive de los movimientos sociales con la llegada al poder del PSOE. En este contexto, hay un menor crecimiento en cuanto a proyectos y redes del tercer sector, aunque se van consolidando los existentes y se desarrollan algunas iniciativas de cooperación en red que inciden en cuestiones tecnológicas, organizativas y relacionadas con los contenidos.

Así, por ejemplo, en 1988 se empieza a gestar la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid (URLCM) a partir de la colaboración en producciones conjuntas por parte de dichas radios. En sus inicios, se trata de una red informal que no se constituye formalmente hasta 1995. Como su nombre indica, es una red circunscrita al tercer sector, pero heterogénea en cuanto a la participación de emisoras libres y comunitarias, y tiene un marcado carácter operativo. Entre sus actividades destaca la creación del informativo *Más Voces*, que ha llegado a emitirse en más de 200 emisoras en España y América Latina, siendo un referente en cuanto a la coproducción e interconexión en red para aumentar la difusión y visibilidad de los contenidos generados en el tercer sector. La formación es otro de los pilares de esta red, con el desarrollo de distintos programas formativos bajo el proyecto *Escuela de Radio*, que explota los beneficios de coaprendizaje en red.

A principios de los años noventa, asistimos a la aparición de otro tipo de redes, también con un enfoque muy operativo, que pueden clasificarse como redes de servicios digitales de comunicación para el tercer sector, que dan respuesta al incipiente proceso de digitalización de la comunicación explorando los beneficios técnicos de la cooperación en red. En este grupo encontramos los proyectos nodo50.org a nivel estatal y pangea.org en Cataluña, aparecidos entre 1993 y 1994, a los que seguirá, un poco más tarde, sindominio.net, creado en 1999. Con sus diferencias, los tres son ejemplos de redes de comunicación digital para organizaciones del tercer sector y movimientos sociales, unas más vinculadas al sector de las ONG, otra más ligada a los movimientos sociales más antagonistas. Tanto [nodo50](http://nodo50.org) como [pangea](http://pangea.org) conectan con la tradición de la comunicación para el desarrollo: agrupan a entidades, mayoritariamente ONG, del ámbito de la cooperación para el desarrollo y se integra, por su parte, en la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, fundada en 1990 como red internacional de organizaciones sin ánimo de lucro que dan servicio a grupos y personas que trabajan en los ámbitos de la paz, los derechos humanos y el ecologismo. Por otro lado, [sindominio](http://sindominio.net) conecta más con la tradición de las radios libres, planteándose como una red vinculada a movimientos sociales alternativos más contrahegemónicos.

En todo caso, se trata de las primeras redes de comunicaciones digitales de y para el tercer sector, al que ofrecen servicios técnicos (alojamiento de webs, foros, servidores de correo electrónico), así como espacios para contenidos en sus webs y en boletines. No se trata, pues, de redes de medios del tercer sector de la comunicación, sino de redes digitales de comunicación para entidades y grupos del tercer sector, que se plantean las tecnologías de la comunicación, en este caso digital, como herramienta de interconexión para enredar entidades y movimientos sociales, creando alianzas que fortalezcan la sostenibilidad de las propuestas de este amplio espectro político, económico y comunicacional alternativo. Estos proyectos también responden al necesario impulso de movilización social que hay detrás de los medios y redes del tercer sector. Nodo50 surge al calor de la movilización en torno al cincuentenario del Banco Mundial, y también sindominio.net aparece en este contexto de movilizaciones antiglobalización que urgen a una mayor colaboración entre movimientos sociales diversos.

A inicios de los años noventa, pues, con la consolidación del nuevo régimen democrático y su sistema mediático público y privado, los medios del tercer sector quedan arrinconados y pierde vitalidad la movilización social que los impulsó en los primeros años de la democracia. Las redes del tercer sector que se asientan viran entonces hacia un modelo de cooperación más práctica, más allá de la definición y reivindicación legal que había caracterizado la etapa anterior. Ya en las postrimerías del siglo, con el inicio de la digitalización y la emergencia del movimiento anti/alter-globalización aparecen nuevos proyectos, que responden a estos fenómenos con redes de tecnologías de la información y la comunicación al servicio de los grupos que participan en esta removilización social.

3.3. Ahondando en la sostenibilidad ante nuevos retos y amenazas

Ya en el siglo XXI se asiste a dos momentos de emergencia de nuevas redes del tercer sector. La primera, en los primeros años 2000, vinculada a esta mayor movilización social anti o alter-globalización, y a las nuevas oportunidades abiertas por la digitalización y por la apertura del marco

regulatorio del audiovisual. La segunda, a partir de la movilización social tras la crisis financiera y el surgimiento del 15M, y ante la deriva neautoritaria de algunas políticas de comunicación que aumentan las restricciones a la libertad de expresión. En este contexto, hay una emergencia de nuevas redes o revitalización de las ya existentes, que inciden en las tres dimensiones de la sostenibilidad —social, institucional y financiera—, con experiencias que implican cooperación productiva en el ámbito de los contenidos y las tecnologías, ampliación de las formas de participación económica y, de nuevo, cooperación para la reivindicación legal. También, como en los primeros años de la democracia, un entorno más cambiante que provoca una reestructuración del conjunto del sistema mediático, resulta en redes que por un lado refuerzan una identidad contrahegemónica amenazada, mientras por otro reivindican un carácter más heterogéneo agrupando a actores diversos que enfrentan problemas similares ante la crisis del sistema mediático tradicional.

Un ejemplo de esto último es Arrosa Sarea, una red de emisoras en euskera creada en 2001 que agrupa tanto a radios libres como a radios municipales, privadas locales y también de ámbito nacional, con el euskera como nexo de unión. Como hemos visto para el caso de la Associació de Publicacions Periòdiques en Català, se trata de una red heterogénea, que reúne a actores de los tres sectores de la comunicación, para reivindicar y reforzar el espacio comunicativo en euskera ante un sistema mediático mercantilizado en el que las lenguas minoritarias se encuentran en clara posición de desventaja. A través de la cooperación en red, las radios agrupadas pueden compartir programas y aumentar el radio de difusión de sus contenidos, dando más visibilidad a la producción en euskera.

En cuanto a las redes surgidas al calor del movimiento antiglobalización, en 2003 se constituye en Barcelona la Assemblea per la Comunicació Social (ACS), una red o plataforma que reunió a más de 130 entidades y grupos alrededor de dos objetivos: la reivindicación legal de un espacio en las ondas radioeléctricas para medios del tercer sector, y la creación de un canal de televisión de esta red de entidades que estaban colaborando en las campañas antiglobalización y contra la guerra de Irak, y que chocaban contra el silencio o la desinformación mediática en la cobertura de estos temas. La

creación de la ACS coincide también con un momento en que el Parlament de Catalunya estaba encarando una actualización del marco legal del audiovisual, en la que incidió con la presentación de propuestas para el reconocimiento legal del tercer sector audiovisual. Éste queda recogido en la Ley del Audiovisual de Catalunya de 2005 por primera vez, aunque después no se desarrollará ni el reglamento ni el plan técnico correspondiente, dejando de nuevo a los medios del tercer sector audiovisual en una situación de ilegalidad. En cuanto a la creación de medios audiovisuales propios para la red de entidades, la ACS inicia las emisiones en analógico con Okupemlesones en 2005 y ya en 2011 pone en marcha LaTele.cat, un canal de TDT que se ofrece como herramienta para la participación de las entidades reunidas en la Asamblea. La participación efectiva de estas entidades y grupos en la producción y gestión del medio, sin embargo, resulta difícil de mantener ante los problemas de multiactivismo y falta de tiempo que aparecen como límite a los modelos participativos basados en el trabajo voluntario. Así, aunque diversas entidades se implican en la financiación del medio y aportan contenidos, el modelo de cogestión en red participada por un amplio abanico de entidades y movimientos sociales, se irá sustituyendo por un modelo de autogestión por parte de las personas y colectivos más directamente implicados en la producción, con las entidades y movimientos sociales adoptando un papel más pasivo respecto al medio.

También en el marco de las reformas legales del sector audiovisual, en este caso a nivel estatal, destaca la aparición de la Red de Medios Comunitarios (Remc), que empieza a gestarse en 2005 y se formaliza en 2009. La Remc, que agrupa a 42 medios comunitarios de todo el estado (con 25 asociados y 17 colaboradores), la mayoría radios y también algunas televisiones, redes y plataformas de comunicación, incide principalmente en cuestiones vinculadas a la sostenibilidad institucional del tercer sector, en un contexto en el que la digitalización y la adaptación de las directivas europeas del audiovisual fuerzan a una actualización del marco legal televisivo en España.

Ante este nuevo escenario, las radios y televisiones comunitarias agrupadas en la Remc desarrollan propuestas de regulación acompañadas de

campañas públicas y acción de relaciones públicas o *lobby* con partidos, sindicatos y legisladores, para el reconocimiento legal del tercer sector audiovisual. La Ley del Audiovisual de 2010 recoge por primera vez en España un espacio para la radio y televisión del tercer sector aunque, como en el caso catalán, este derecho no tendrá el desarrollo reglamentario que lo garantice. Además de la acción en el ámbito legal, la Remc desarrolla también la cooperación en el ámbito de la formación y en la difusión de la importancia del tercer sector para el pleno ejercicio del derecho a la comunicación, con diversas campañas que contribuyen al debate social sobre el modelo mediático.

En paralelo a la creación y consolidación de la Remc, aparecen o se reactivan redes de coordinación de radios libres, con la Rede Galega de Rádios Libres e Comunitarias, formada en 2006; la Xarxa de Rádios Lliures del País Valencià, en 2010; o la Coordinadora de Rádios Lliures de Catalunya, relanzada en 2011.

La existencia de estas redes añadida a la Remc y a Arrosa Sarea, por una parte, refleja la diversidad nacional y lingüística en España, que se traduce en la coexistencia de redes en las distintas comunidades nacionales y lingüísticas (Euskadi, Catalunya, País Valencià, Galicia) y una red de ámbito estatal. Por otro lado, responde también a la coexistencia de dos modelos dentro del tercer sector, el libre y el comunitario, que en algunos casos conviven en un mismo espacio, como en las redes gallega, vasca o madrileña, y en otros se agrupan en redes más homogéneas.

En todo caso, la aparición o reaparición de estas redes de radios libres responde tanto al reto legal, en un momento en que se reabren procesos sancionadores y se debate un nuevo modelo de regulación, como al reto productivo, en un contexto de mayor conflictividad social que anima la participación y colaboración en coberturas conjuntas de movilizaciones sociales. Así, por ejemplo, la coordinación retomada en Cataluña facilita la creación de la Agència 29S, una agencia de noticias conformada por miembros de distintos medios libres, tanto audiovisuales como escritos (Okupem les ones-La Tele, Llibertat.cat, Revista Catalunya, 15mbcn.tv, Setmanari de Comunicació Directa, Radio Bronka, Contrabanda FM, Radio Pica, Radio Línea IV, Radio RSK, Contrainfo Mallorca, Inforevolta Lleida,

Radio Bala, Masala, Kaosenlared) que colaboran en la cobertura de la huelga general de 2010 en Cataluña y movilizaciones posteriores, ofreciendo contenidos para su emisión en distintos medios del tercer sector.

La reapertura del debate sobre la regulación del sistema audiovisual, con nuevos procedimientos sancionadores y con el proceso de reforma legislativa, está detrás también de la creación de la Asociación de Radios Universitarias y del Foro Andaluz de Educación, Comunicación y Ciudadanía.

Por un lado, las radios universitarias ejemplifican un modelo entre dos aguas, entre la participación controlada y la participación-poder, con una dependencia institucional del sistema público, pero con modelos de radio en muchos casos muy próximos a la radio comunitaria y participativa, y que no encuentra un encaje legal claro ni dentro del espacio previsto para la radio pública ni dentro del espacio de radio sin ánimo de lucro que se define en la Ley del Audiovisual de 2010. Esta falta de reconocimiento legal del modelo de radio universitaria motivará la constitución de la Asociación de Radios Universitarias (ARU) en 2011, aunque los contactos y coordinación entre estas emisoras se habían iniciado ya en 2004 a raíz del I Encuentro de Radios Universitarias Españolas, celebrado en León. Así pues, el nacimiento de la ARU, como el de las primeras coordinadoras de radio y televisión local, combina un objetivo de autorreconocimiento y apoyo mutuo, con la necesidad de reivindicar un encaje legal para un modelo que queda fuera del marco establecido. Si en los primeros años de la democracia quedaron en el limbo legal la radio municipal, la televisión de proximidad y los medios libres y comunitarios, en 2010 son las emisoras universitarias las que quedan sin encaje legal claro. El propio modelo de radio universitaria resulta heterogéneo y así se refleja dentro de la red que las agrupa. Por un lado, algunas de estas radios siguen un modelo más institucionalizado y jerárquico, dependiente de las estructuras docentes y administrativas de la universidad, que las sitúa más cercanas al espacio propio del sistema público. Por otro lado, algunas universidades cobijan emisoras universitarias gestionadas por entidades sin ánimo de lucro, independientes de las estructuras jerárquicas de la universidad, próximas al modelo comunitario, aunque con vínculos orgánicos y de financiación con el sistema

público universitario. Ambos modelos, el más insitucionalizado y el más próximo a la radio comunitaria, conviven en la ARU, que comparte características con otras redes de medios del tercer sector, como su énfasis en aspectos formativos o la labor por un reconocimiento legal pleno. También en el ámbito educativo, entre 2015 y 2020, aparecen diversas redes de radios escolares, como la Red de Radios Escolares de Asturias, la de Canarias, la Xarxa de ràdios escolars de Catalunya, València i Balears, la Red de radios escolares de Valladolid, o la de Castilla León.

Por su parte, el Foro Andaluz de Educación, Comunicación y Ciudadanía, creado entre 2012 y 2013, reúne a radios comunitarias, radios municipales, asociaciones vecinales, de consumidores y también universidades. Unos años antes, en el 2000, la EMA-Emisoras Municipales de Andalucía había ya incorporado a las emisoras comunitarias, abriendo el camino a esta heterogeneidad que se amplía en el Foro Andaluz, dando entrada a organizaciones ciudadanas más allá de los medios. De forma similar a la ACS y en la línea de las campañas de la RemC, se trata de involucrar a la ciudadanía y tejer alianzas en el debate sobre el sistema mediático y su función social y democrática, sobre el derecho a la información y la comunicación, sobre la posibilidad y utilidad de modelos de medios alternativos a un sistema público gubernamentalizado y un sistema privado mercantilizado y concentrado en grandes corporaciones. A partir de la Declaración de Córdoba de 2013, que señala las críticas al sistema mediático hegemónico y aporta las líneas fundamentales del modelo alternativo que se postula para Andalucía, el Foro desarrolla diversas campañas de sensibilización y debate sobre el derecho a la comunicación. Ante la coyuntura que se abre con el gobierno de coalición entre PSOE e IU en Andalucía y su acuerdo para reformar las leyes de participación y del audiovisual, elabora una serie de propuestas de regulación que desarrollan una propuesta político-comunicacional alternativa basada en cuatro aspectos: (1) el reconocimiento y promoción de los medios del tercer sector, entendido como el espacio para los modelos de participación-poder, para los modelos de autogestión; (2) las garantías al derecho de acceso a los medios públicos, donde se desarrollaría un modelo de participación más institucionalizada o controlada; (3) la apertura de las autoridades

audiovisuales a la participación ciudadana, esto es, a la apertura de la toma de decisiones sobre el conjunto del sistema comunicativo a la participación; y (4) la alfabetización mediática, como un ingrediente de empoderamiento básico para una comunicación que efectivamente implique un participar en común. La presentación de estas propuestas fue acompañada de una acción de *lobby* para que fueran incorporadas al marco legal, consiguiendo que la Ley andaluza del audiovisual de 2018 figure entre las más avanzadas en estas materias.

Por otro lado, también en el ámbito de la regulación, en 2014 aparece la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PDLI). En este caso, no se trata de una red de medios del tercer sector, sino que reúne a diversos actores, tanto de este tercer sector y del periodismo ciudadano, como a entidades y colectivos ligados a los movimientos sociales, como a organizaciones y profesionales del mundo del periodismo, la abogacía y la universidad. Todos con el objetivo compartido de defender la libertad de información y la participación ciudadana en la comunicación —en la creación de contenidos y en las políticas de comunicación—. La PDLI responde a dos fenómenos paralelos. Por un lado, el crecimiento del periodismo *freelance* y el periodismo ciudadano y del tercer sector, que carecen de la cobertura de empresas periodísticas en la defensa de su derecho a la emisión de información. Y, por otra parte, a la reforma neoautoritaria de la regulación de la libertad de expresión con las reformas del Código Penal y las leyes de Seguridad Ciudadana y de Enjuiciamiento Criminal de 2015, que amplían los límites a la libertad de expresión y al derecho a la información (Bilbao, 2015; Presno, 2017). Estas reformas, que lesionan también el derecho a la reunión y manifestación, amplían el alcance de delitos de odio, injurias a las instituciones del estado, ofensas religiosas o la apología de la violencia y el terrorismo, dando pie a un incremento de los casos judiciales que coartan la libertad de expresión. Se trata, por tanto, de una red heterogénea, que responde a problemas comunes de medios y periodistas de los tres sectores de la comunicación, y en la que colaboran entidades también dispares, tanto del ámbito institucional, como empresarial y de los movimientos sociales.

Junto a estas redes más centradas en el debate sobre el derecho a la comunicación, los modelos de medios y su consiguiente regulación, que podemos vincular a la sostenibilidad institucional de los medios comunitarios y alternativos y a la reivindicación de una propuesta política alternativa para el sistema de comunicación, en la segunda década del siglo XXI surgen también nuevas redes enfocadas a cuestiones de sostenibilidad y cooperación productiva y financiera del tercer sector. La crisis económica y la movilización que culmina en el 15M, en un momento de digitalización avanzada, genera nuevos proyectos de comunicación comunitaria y alternativa, tanto en el ámbito más activista como en el de las organizaciones de la economía social y solidaria y de la cooperación para el desarrollo.

En el primer grupo podemos ubicar a iniciativas como TomalaTele, que se constituye en 2012 como una red de activistas audiovisuales vinculadas a las acampadas del 15M y las posteriores Mareas, trabajadores de Telemadrid afectados por los recortes en la televisión pública y de medios audiovisuales del tercer sector más tradicionales, que colaboran en la creación y difusión de contenidos tanto a través de espacios digitales como de canales de televisión como Tele K en Vallecas o LaTele.cat en Barcelona. Posteriormente, la red de TomalaTele converge en la Red de Medios Sociales, que arranca en 2015-2016, con la participación de medios digitales como laHaine, KaosenlaRed o Insurgente, y que tiene como principales objetivos tanto la colaboración en la producción, como la respuesta a los crecientes casos de represión que afectan a los periodistas de estos medios en la cobertura de las movilizaciones sociales, objetivo en el que coincide con la PDLI. Aunque la Red de Medios Sociales no se consolida como tal, sí que genera una red informal de contactos y de colaboración que da lugar a algunas experiencias de producción colaborativa entre medios, como la redacción virtual conjunta creada por Insurgente, KaosenlaRed y La Haine, a través de la que se comparten contenidos y se colabora en la redacción de noticias.

Ya en 2017 se pone en marcha el periódico *El Salto*, que da un paso más, para pasar de la colaboración en red entre proyectos independientes, a la creación de un nuevo medio en el que se integran 20 proyectos

comunicativos del estado para ofrecer un producto conjunto. Liderado por el periódico *Diagonal*, *El Salto* supone, pues, un mayor grado de integración que las redes más tradicionales de coordinación entre medios. Además, constituida como cooperativa, integra tanto socios individuales como colectivos, yendo también más allá en los modelos de relación entre medios del tercer sector y entidades sociales, que en este caso se integran en la propiedad del medio.

Todas estas experiencias de trabajo en red e integración de medios aprovechan las oportunidades de la digitalización que, por una parte, facilita la incorporación de nuevos activistas a la producción de contenidos, especialmente audiovisuales. Por otra parte, el uso de tecnologías digitales mejora la circulación de los contenidos y la colaboración en línea para la producción. Finalmente, contribuye también a encontrar nuevas formas de financiación y colaboración a través de plataformas de *crowdfunding*. Numerosos proyectos de producción de información relacionados con temáticas vinculadas a la crisis y al 15M, escritos y audiovisuales, proyectos de aplicaciones TIC para movimientos sociales y medios del tercer sector, encuentran financiación en plataformas como Goteo o Verkami, que articulan un nuevo tipo de red de colaboración en la financiación de medios y contenidos del tercer sector. Desde su creación —en 2010 Verkami y en 2012 Goteo— y hasta mediados del 2013, a través de dichas plataformas se financiaron algo más de 100 proyectos, por un valor cercano al millón de euros (Bergés, 2019).

En este contexto post-15M, de mayor movilización social y de mayor actividad en el tercer sector de la comunicación, se desarrollan también nuevas iniciativas de coordinación en el ámbito de las empresas y entidades de la economía social y solidaria y la comunicación para el desarrollo, que hemos visto cómo ya desde los años noventa estaban implicadas en el movimiento de la comunicación para el desarrollo y la justicia social. En 2012 se constituye la red Comunicambio, red de comunicadores del ámbito de las ONG, cooperantes, educadores y profesorado universitario que ahonda en la colaboración para el estudio, intercambio y difusión de experiencias de comunicación para el cambio social y en el vínculo entre educación y comunicación. Con una perspectiva más orientada a la búsqueda de

beneficios técnicos, de coproducción e interconexión, en 2015 se gesta la red Común_ess dentro de la red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria (REAS). Común_ess agrupa a profesionales de la comunicación de este sector, tanto responsables de comunicación de empresas de la economía social, como entidades y cooperativas de servicios de comunicación y medios alternativos. La acción de esta red se centra en la producción de campañas conjuntas de promoción de la economía solidaria y alternativa, el desarrollo de herramientas tecnológicas, la colaboración en la traducción de textos y la formación.

Así pues, las redes del tercer sector que surgen a partir del siglo XXI, responden a un escenario de crisis que genera más movilización social y más colaboración en la producción y gestión de medios, que se ve favorecida por un estadio de digitalización avanzada que ofrece más herramientas tanto para la incorporación de más agentes a la producción, como para la colaboración en la creación de contenidos, para su difusión y también para la financiación. Al mismo tiempo, la crisis y la digitalización provocan una revisión del marco legal, con reformas de la regulación del audiovisual y del derecho a la información y la libertad de expresión. Si bien en la regulación del audiovisual las redes de medios del tercer sector consiguen avances para su reconocimiento legal —aunque incompleto—, por el lado de la regulación de los límites a la libertad de expresión se endurece la legislación, de manera que la reivindicación del derecho a la comunicación reaparece como actividad central de las redes que se conforman en estos años.

La emergencia o revitalización de los medios del tercer sector y sus redes en estos años se traduce también en un mayor interés académico en la investigación de estos fenómenos de comunicación ciudadana, que habían formado parte de la agenda de la investigación en los años setenta y ochenta, pero que habían quedado relegados de la investigación y la docencia en años posteriores (Barranquero, 2015). El mayor interés por estos medios del tercer sector llevará también a la creación de una red en este ámbito, la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP), constituida en 2016 y que impulsa diversos proyectos de investigación y formación en colaboración con otras redes y entidades del sector.

Conclusiones

En este capítulo nos hemos acercado a las redes de medios del tercer sector como una práctica de participación mediática que es, a su vez, una participación política que implica a la ciudadanía en la construcción de imaginarios colectivos, de representaciones de las resistencias y alternativas desde la autogestión de los medios de comunicación. Esta práctica comunicativa supone una dimensión simbólica en tanto que genera participación ciudadana en la creación y difusión de contenidos que dan cuenta de realidades y prácticas emancipatorias generalmente excluidas del sistema mediático dominante. Tiene también una dimensión económica-productiva, con el desarrollo de modelos de autogestión de los medios que se inserta en la economía social, cooperativa y sin afán de lucro. Y tiene además una dimensión política, de generación de propuestas para una institucionalidad en el campo de la comunicación alternativa a la institucionalidad hegemónica fundada sobre la concentración de la propiedad privada, el afán de lucro, el control partidista y la participación pasiva —o, a lo sumo, controlada— de la ciudadanía reducida a audiencia o usuaria.

En el desarrollo de esta alternativa político-comunicativa, la participación, en tanto que ingrediente fundamental, y la sostenibilidad, como reto práctico para hacerla realidad, nos han servido como conceptos clave para el análisis de la evolución del sector en España, al que hemos abordado desde las redes que lo han ido articulando. Por otra parte, el conjunto de redes que hemos repasado, con sus distintas características, marcan tres grandes ámbitos de colaboración, que inciden en las múltiples dimensiones de la sostenibilidad de los medios del tercer sector.

Por el lado de la sostenibilidad institucional, las redes del tercer sector y los medios que las participan, han sido muy activas en la reivindicación político-legal del derecho a la comunicación y de un modelo alternativo de uso del espacio público radioeléctrico para dar cabida a la participación ciudadana en la comunicación, tanto a través de la reserva de espacio para los medios propios, como a través de la incorporación de la participación ciudadana en las autoridades de gestión de dicho espacio radioeléctrico.

También en el ámbito de la sostenibilidad institucional, las redes muestran un amplio abanico de alianzas que han permitido fortalecer esta propuesta político-comunicacional. Alianzas como las tejidas por la Remc, la ACS o el Foro Andaluz, que han posibilitado algunos avances en el reconocimiento legal del tercer sector de la comunicación audiovisual en España, Cataluña y Andalucía, respectivamente. O las alianzas tejidas por redes como Arrosa Sarea, la APPEC o las primeras redes de radios y televisiones locales, que reúnen medios comunitarios y alternativos con algunos medios y agentes del sistema público y privado que han ocupado una posición marginal en el sistema mediático dominante o que, como ejemplifica la PDLI, se han visto amenazados tanto por la mercantilización de la comunicación como por las reformas neoautoritarias del derecho a la información y la libertad de expresión, adoptadas a partir de 2015.

Más allá de estas conexiones con actores del sistema mediático, los medios comunitarios y alternativos se enredan también dentro de un tercer sector más amplio, el de la economía social y solidaria, en una relación que no ha sido quizás muy constante, pero que va apareciendo recurrentemente en los momentos de mayor movilización social y que pone en evidencia las coincidencias y los beneficios de la cooperación en la defensa de un programa emancipatorio, unos en la comunicación, otros en otros ámbitos de la vida económica y social.

Las alianzas con estos actores de la economía social y solidaria, así como con los actores de los movimientos sociales, que hemos visto en redes como TomalaTele, Común_ess, Comunicambio, la ACS, el Foro Andaluz, nodo50 o *El Salto*, nos remite también a la sostenibilidad social de los medios del tercer sector, para los que, precisamente, la participación en el desarrollo de contenidos y la toma de decisiones ha de ir más allá de las personas más involucradas en la práctica mediática y ha de implicar a la ciudadanía.

En este sentido, el repaso de estas redes, así como de las más homogéneas en las que cooperan medios del tercer sector —tales como la URCM, Agència 29 o Comunicación Social—, nos muestra iniciativas de coproducción de contenidos entre medios y con entidades y movimientos sociales, experiencias de cooperación para mejorar la visibilidad o alcance de los contenidos, de desarrollo de herramientas-red tecnológicas —como

en los casos de nodo50 o pangea—, para la comunicación y la participación. Nos muestra también una atención al coaprendizaje y al estudio de estas experiencias comunicativas. Y nos habla de los límites de esta colaboración participante: las dificultades para sostener una participación real en los medios y en las redes, en la medida en que precisamente se busca la participación de aquella parte de la ciudadanía ya más implicada en la participación en otras esferas de la acción política, social y económica. Una multimilitancia insostenible en el tiempo que lleva a modelos en que la autogestión se concentra en las personas que se «especializan» en la acción comunicativa, dando paso incluso a modelos más profesionalizados en los que la mayor eficacia o calidad comunicativa de los contenidos alternativos se consigue en cierta medida cayendo en dinámicas de participación más pasiva por parte de la ciudadanía.

No obstante, incluso en estos casos, la evolución de las redes del tercer sector nos muestra mecanismos que intentan reforzar la participación en la toma de decisiones y en la financiación de los medios, fortaleciendo así la tercera dimensión de la sostenibilidad de estos medios, su sostenibilidad financiera. En esta misma línea, a las fórmulas de integración de redes en cooperativas en las que los miembros se convierten en socios, como hemos visto en la experiencia de *El Salto*, se añaden las posibilidades brindadas por la digitalización, que han permitido el fortalecimiento de los modelos de microfinanciación que habían sido propios de este tipo de medios con el uso de nuevas plataformas en red tales como Verkami o Goteo, entre otras.

Las redes han servido también a la creación de identidad de este tercer sector. Una identidad diversa y cambiante en la que, como nos muestra el repaso de las redes, coexisten varios modelos o enfoques con algunas diferencias: el que inauguran los radios libres con el Manifiesto de Villaverde y que evoluciona en proyectos como sindominio.net o la Red de Medios Sociales, con un mayor acento ideológico de alternativa al sistema hegemónico; el de los llamados medios comunitarios, donde el acento se pone en la relación del medio con la comunidad —generalmente local— en la que se inserta, que encontramos en redes como la Remc; y por último los proyectos de comunicación diversos: más vinculados a la cooperación para el desarrollo y la economía social y cooperativa, que colaboran para

desarrollar herramientas técnicas —como pangea o nodo50—, conocimiento —comunicambio—, o contenidos —Común_ess—. En todo caso, no se trata de modelos estancos o con fronteras claras, sino que el repaso a las redes que los agrupan nos muestra sus relaciones e hibridaciones, como la que representan redes como la Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid, la Rede de Rádios Libres e Comunitárias de Galicia o TomalaTele.

Precisamente en torno a estos procesos de integración y colaboración, es que las formas de participación presentes en las redes del tercer sector conectan con su principal definición político-emancipatoria. En la organización horizontal de sus estructuras, la cocreación y coproducción de contenidos autónomos, la propuesta de modelos económicos alternativos, o la construcción de una memoria e identidad en lucha, los medios del tercer sector, organizados en red, son capaces de superar las formas hegemónicas y autoritarias de la propuesta del sector mediático tradicional, y ofrecer alternativas contrahegemónicas que sirvan como espacios de autonomía y participación comunicacional, pero también social, cultural y política.

Referencias

- ALER y AMARC (2008). *Atrapa sueños. La sostenibilidad en las radios populares y comunitarias*, AMARC, Buenos Aires.
- Bailey, O. G.; Cammaerts, B. y Carpentier, N. (2008). *Understanding Alternative Media*, Open University Press, Maidenhead, Berks.
- Barranquero, A. (2015). «Historia y presente de la investigación y experiencias del Tercer Sector de la Comunicación en España», en Nerekan, A.; Casado, M. Á.; Zallo, R. y de Bustos, M. (eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*, Universidad del País Vasco, Leioa.
- Bergés (2015). «De la antiglobalización al 15M: las experiencias de comunicación contra hegemónicas en su contexto», en Flores, C. C.; Arévalo A. y Barranquero, A. (eds.) *Comunicación, Paz y Conflictos*, Universidad Autónoma de Zacatecas Francisco García Salinas. Disponible en: <http://www.comcambio.com/wp->

<content/uploads/2019/03/Libro-Comuncaci%C3%B3n-cultura-de-paz-e-igualdad-2019-UAZ.pdf>

- Bilbao Ubillos, J. M. (2015). «La llamada Ley mordaza: la Ley Orgánica 4/2015 de protección de la seguridad ciudadana», en *Teoría y Realidad Constitucional*, 36, págs. 217-260.
- Binder, I.; Fisher, P. y Godínez, F. (2017). *Como sea. Sostenibilidad económica-administrativa en radios comunitarias de Argentina*, Jinete Insomne, Buenos Aires. Disponible en: <https://cpr.org.ar/comosea/>
- Camacho, C. (2007). *Cultura de transparencia*, ABOIC, La Paz.
- Cammaerts, B.; Mattoni, A. y McCurdy, P. (eds.) (2013). *Mediation and Protest Movements*, Intellect, Londres.
- Cammaerts, B. (2012). «Protest logics and the mediation opportunity structure», en *European Journal of Communication*, 27(2), págs. 117-134.
- Carpentier, N. (2011). *Media and Participation. A site of ideological-democratic struggle*, Intellect, Bristol.
- Chaparro, M.; Olmedo, S. y Gabilondo, V. (2016). «El indicador de la rentabilidad social en comunicación (IRSCOM): Medir para transformar», en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 21, págs. 47-62. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/CIYC.52944>
- Corominas, M.; Díez, M. y Bergés, L. (1999), «Vint anys de ràdios municipals», en *Quaderns del CAC*, 4, págs. 51-56.
- Day, P. (2002). «Designing Democratic Community Networks: Involving Communities through Civil Participation», en Tanabe, P. y Van den Besselaar, T. (eds.), *Digital Cities*, Springer, San Francisco.
- Díaz Bordenave, J. (1994). «Participative Communication as a Part of Building», en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. (eds.), *Participatory Communication. Working for change and development*, Sage Publications, New Delhi-London.
- Downing, J. (2010). *Nanomedios de Comunicación: ¿medios de comunicación comunitarios? ¿o de red? ¿o de movimientos sociales? ¿qué importancia tienen? ¿y su denominación?*. Texto preparado con motivo de la conferencia «Medios comunitarios, movimientos sociales y redes», organizada por la Cátedra UNESCO de Comunicación InCom-UAB

en colaboración con la Fundación CIDOB (Centro de Estudios y Documentación Internacionales de Barcelona), Fundación CIDOB, Barcelona.

- Fairbairn, J. (ed.) (2009). *Community Media Sustainability Guide*. Arcata & Washington: USAID, Internews & Pact. Disponible en: <https://internews.org/sites/default/files/2017-08/InternewsCommunityMediaGuide2009.pdf>
- Fisher, P. (2019). «By any means: Paths to sustainability for Argentina's community radio stations», en *Journal of Alternative and Community Media*, 4(4), págs. 80-92. Disponible en: <https://joacm.org/index.php/JOACM/article/view/1183>
- Gamson, W. y Wolfsfeld, G. (1993). «Movements and media as interacting systems», en *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 526, págs. 114-127.
- Gordon, J. (2009). «Community Radio, Funding and Ethics», en J. Gordon (ed.). *Notions of community: A collection of community media debates and dilemmas*, Peter Lang, Oxford.
- Guimerà, J. À. (2006). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions*. Tesis doctoral. Disponible en: <https://www.tdx.cat/handle/10803/4192#page=1>
- Gumucio, A. (2005). «Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios», en *Punto Cero*, 10(10), págs. 6-19. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762005000100002&lng=es&nrm=iso
- Gumucio, A. (2007). *Participación y comunicación: pilares de la democracia*, ALAI, Quito. Disponible en: <http://www.alainet.org/es/active/18021>
- Haye, R. (2016). «Medios sustentables más allá de lo económico», en Bosetti, O. y Haye, R. (comps.), *Radio, comunicación y nuevas tecnologías: Encrucijadas del nuevo milenio*, UNDAV-ARUNA, Avellaneda-Buenos Aires.
- Iglesias, M. E. (2015). «A contramano». *Modelos de gestión y estrategias económicas de las radios comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015)*, Tesis de Máster, Universidad Nacional de

- Quilmes. Disponible en: <https://cpr.org.ar/wp-content/uploads/media/uploads/documents/investigacionpidc/martin-iglesias-a-contramano-mi-cc.pdf>
- Jallov, B. (2012). *Empowerment radio. Voices building a community*, Empowerhouse, Gudhiem. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/empowerment_radio_birgitte_jallov.pdf
- Kaplún, G. (coord.). (2019). *¿Vivir o sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay*. Altermedia-FES, Montevideo. Disponible en: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/uruguay/15739-20191204.pdf>
- Krohling, C. (1998). *Comunicação nos movimentos populares. A participação na construção da cidadania*, Editora Voces, Petropolis.
- Lamas, E. y Tordini, X. (2007). *El diseño colectivo de la gestión. Un proyecto, cuatro dimensiones*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires. Disponible en: www.vivalaradio.org/gestion-radios-comunitarias/organizacion/gestion.html
- Martínez, M. (2012), «Comunidad y comunicación: voces y prácticas de diversidad», en Martínez, M.; Mayugo, C. y Tamarit, A. (eds.), *Comunidad y Comunicación. Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina*, Fragua, Madrid.
- Mattoni, A. y Treré, E. (2014). «Media practices, mediation processes and mediatization in the study of social movements», en *Communication Theory*, 24(3), págs. 252-271.
- Melucci, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Milan, S. (2009). «Four steps to community media as a development tool», en *Development in Practice*, 19(4-5), págs. 598-609. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/09614520902866421>
- Pavarala, V.; Malik, K. K.; Belavadi, V.; Deshbandhu, A. y Raghunath, P. (2014). *Community Radio Continuous Improvement Toolkit, Version 2.0*. UNESCO Chair on Community Media, University of Hyderabad, Hyderabad.
- Prado, E. (1981). «El movimiento por la libertad de emisión en España», en Bassets, Ll. (ed.), *De las ondas rojas a las radios libres*, Gustavo Gili,

Barcelona.

- Presno, M. A. (2017). «La expansión del Derecho administrativo sancionador securitario: análisis constitucional de la Ley Orgánica para la protección de la seguridad ciudadana», en Uscagna, A. y Fernández, J. (coords.). *Derechos y obligaciones en el estado de derecho: actas del III Coloquio Binacional México-España*.
- Ramos, J.; Morais, S. y Barranquero, A. (2018). «Las redes de comunicación alternativa y ciudadana en España: Potencialidades, dificultades y retos», en *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), págs. 121-148. Disponible en: <https://doi.org/10.14198/obets2018.13.1.05>
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media*, Hampton Press, Cresskill, NJ.
- Sierra, F. (2013). «Redes alternativas de comunicación e imaginación emancipadora en la era del capitalismo cognitivo, en Dantas, M. (coord.), *Avances en los procesos de democratización de la comunicación en América Latina*, CLACSO, Buenos Aires.
- Sousa Santos, B. (2006). «La Sociología de las Ausencias y la Sociología de las Emergencias: para una ecología de saberes», en Sousa Santos, B. (ed.), *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social*, CLACSO, Buenos Aires.
- UNESCO (2015). «Community Radio Sustainability Policies and Funding». Background paper, en *International seminar*, 14-15 September, París: UNESCO.
- Villagra, E. y Traversaro, N. (2019). «Medios comunitarios, audiencias y sostenibilidad», en *RevCom*, (9), e024. Disponible en: <https://doi.org/10.24215/24517836e024>
- Villanueva, S.; Barranquero, A. y Ramos, J. (2016). «Los medios comunitarios, libres y ciudadanos en el Estado español. Territorios, tecnologías y valores», en *Cultura, lenguaje y representación*, XV, págs. 99-118.
- White, S. (1994). «The Concept of Participation: Transforming Rhetoric to Reality», en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. (eds.), *Participatory Communication. Working for change and development*, Sage Publications, New Delhi-London.

Zibechi, R. y Hardt, M. (2013). *Preservar y compartir. Bienes comunes y movimientos sociales*, Mardulce, Buenos Aires.

2. El repaso de las redes que se presenta en este apartado es deudor de todas las intervenciones que tuvieron lugar en el I Encuentro de Redes de Comunicación Alternativa. Sinergias, saberes y contrapoder, celebrado en Madrid el 4 de junio de 2016, organizado por RICCAP en el marco de la IV Feria de Economía Solidaria de Madrid. La información sobre el encuentro está disponible en: <https://redescomunicacionalternativa.wordpress.com/> y los vídeos de las sesiones en: <https://www.youtube.com/watch?v=MwOBK1Q4StE>

La formación en comunicación y cambio social en España: medios comunitarios, universidades y tercer sector

Alejandro Barranquero

(Universidad Carlos III de Madrid)

Chiara Sáez Baeza (Universidad de Chile)

Introducción

Los medios comunitarios y alternativos constituyen un territorio fértil para la experimentación y la innovación docentes. Desde hace décadas, estas prácticas comportan aprendizajes prácticos y experienciales que parten de la premisa de que sólo aquello que se comunica es susceptible de ser interiorizado y convertirse en conocimiento útil (Kaplún, 1998). Desde las experiencias pioneras de prensa escolar de Célestin Freinet a los métodos de *edutainment* de Mario Kaplún o Miguel Sabido, son muchas las evidencias que demuestran que comunicación y educación deben ir de la mano si se quiere avanzar hacia una pedagogía menos conductual y memorística, y más centrada en la imaginación y la creatividad ciudadana (Barbas, 2012; de Oliveira Soares, 2009). Del mismo modo, los aprendizajes que derivan de estos proyectos se alejan de la orientación individualista que caracteriza a nuevos formatos tecnológicos como las redes sociales (Gerbaudo, 2018). Por el contrario, los proyectos de comunicación alternativa entienden la comunicación como una práctica cooperativa de construcción colectiva del conocimiento e intercambio de saberes.

Ya en los años ochenta las experiencias de comunicación popular en América Latina comenzaron a trascender los espacios alternativos para incorporarse en las universidades, en especial acompañando a los procesos de democratización que sucedieron a las dictaduras de la región (Kaplún, 2020). También en España estos debates emergieron una vez superado el franquismo y en un contexto en el que la universidad comenzó a reflexionar sobre el fenómeno como correlato de una emergencia imparable de espacios populares como radios libres y comunitarias, fanzines y prensa alternativa, o cineclubes y audiovisual independiente. A mediados de los ochenta, el país asistió a la eclosión del fenómeno de las organizaciones no lucrativas (ONG), unas entidades que comenzaron a incorporar enfoques latinoamericanos como el de la educación para el desarrollo (Marí Sáez, 2013: 44). De hecho, la propia discusión sobre el desarrollo ya estaba presente en la agenda si entendemos que, durante los años de la Transición, nuestro país fue considerado una región en desarrollo y, por ende, potencial receptor de las ayudas oficiales de organismos internacionales (Fernández Viso, 2012: 43).

Transcurridos cuarenta años de las primeras reflexiones, el escenario de la comunicación alternativa en España se ha multiplicado y son muchas y diversas sus organizaciones y formatos, si bien conviene destacar que la formación en estas materias ha estado estrechamente relacionada con, al menos, tres factores: (1) las prácticas y debates en el ámbito del activismo, los medios comunitarios y las ONG (Marí Sáez, 2013); (2) la influencia de comunidades académicas internacionales —como la europea y la latinoamericana— y la atención de la academia española a problemáticas como el desarrollo, la democratización o el derecho a la comunicación (Fernández Viso, 2012), (3) y la evolución histórica de los propios estudios de comunicación en España, sus tendencias investigativas (Martínez Nicolás, 2009) y la propia interrelación del campo de la comunicación alternativa con perspectivas afines —como la economía política o los estudios culturales— o menos relacionadas.

No obstante, en líneas generales, ha habido poca investigación acerca de los aprendizajes que derivan de estas prácticas o sobre la capacitación en comunicación alternativa y ciudadana que se promueve desde entidades públicas o comunitarias. Con objeto de paliar este déficit, el presente

capítulo intenta resumir y hacer balance de los procesos educativos implementados en España en torno al campo de la comunicación para el cambio social (en el que englobamos a las teorías y las prácticas de la comunicación comunitaria) y poniendo el foco en las tres organizaciones que más han contribuido a fortalecerlas: los medios alternativos, las universidades, y las propias organizaciones del tercer sector. Estas reflexiones están basadas en nuestra propia experiencia, la observación y participación en los debates de estos sectores, e incluso en investigaciones previas que hemos desarrollado, en conjunto o por separado, acerca de cuestiones como el grado de implantación de estos enfoques en la universidad española (Barranquero y Sáez Baeza, 2010; Barranquero y Rosique, 2014), en las organizaciones del tercer sector (Barranquero, 2014), o en las propias prácticas de los medios alternativos y comunitarios (Barranquero, 2016; Sáez Baeza, 2009).

1. La formación en el ámbito de los medios comunitarios y educativos

A pesar de su extensa trayectoria, los medios comunitarios españoles han reflexionado poco acerca de los procesos educativos que proyectan en la ciudadanía o hacia el interior de sus propias organizaciones. Tampoco abundan los análisis sobre sus originales experiencias de educación e integración dirigidas a sectores específicos como personas mayores, migrantes o sin hogar, y también en entornos como centros de mayores, hospitales o prisiones (Contreras y Aguaded, 2012; Contreras, Martín-Pena y Aguaded, 2015; Fernández Sande y Leal, 2015; García y Meda, 2012). El principal factor que explica este déficit es el hecho de que estos medios se han visto abocados a intervenir (más que a reflexionar) al tiempo que intentaban asegurar su supervivencia en un marco político y económico adverso, como el que se describe en el capítulo 5. No obstante, este descuido también tiene que ver con las escasas relaciones que hasta hace unos años mantenían con instituciones científicas como universidades, un

diálogo de doble vía que podría fortalecer la misión social de ambos sectores, por ejemplo, mediante convenios de prácticas, investigaciones conjuntas, o cursos formativos.

Inclinada al estudio de los medios libres, educativos, cooperativos y comunitarios, la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) ha sido una de las primeras organizaciones españolas en desarrollar una investigación empírica sobre los procesos educativos que se implementan desde el tercer sector de la comunicación. Combinando metodologías cuantitativas (encuestas) y cualitativas (grupos focales), su informe *La juventud española y los medios del tercer sector de la comunicación* evaluó las motivaciones y aprendizajes adquiridos por los sectores juveniles tras su paso por estos medios. En esta investigación se observaba cómo algunos/as jóvenes procedentes de la formación profesional o universitaria obtenían su primera experiencia laboral en unos proyectos en los que descubrían la posibilidad de desarrollar proyectos periodísticos autónomos y al margen de los condicionantes habituales de los medios convencionales (Barranquero, 2015). En este informe también se destacaba que los jóvenes no sólo adquieren competencias comunicativas sino también valores relacionados con la cooperación, la solidaridad o el trabajo entre iguales.

Las enseñanzas en estos espacios están conectadas con las propias dinámicas cooperativas y assemblearias que caracterizan al sector, un ámbito en el que se difumina la jerarquía y la división de tareas que caracteriza a los medios tradicionales y en los que lo más normal es que muchos de sus miembros asuman diferentes funciones: desde la producción de contenidos a la gestión o la búsqueda de fondos. Investigaciones posteriores han puesto el foco en cómo el mecanismo formativo más habitual en estos medios es la educación *inter pares*; es decir, un proceso en el que los miembros más veteranos del colectivo colaboran en el aprendizaje de los/las recién llegados. Dichas dinámicas de acompañamiento se alternan con cursos periódicos de formación o reciclaje dirigidos a la ciudadanía o a los propios miembros del colectivo. Dichos cursos constituyen una importante fuente de reclutamiento de nuevos participantes y para algunos medios suponen incluso una fuente adicional de financiación (Lema-Blanco, 2015b; Lema-Blanco,

Rodríguez-Gómez y Barranquero-Carretero, 2016; Barranquero y Candón-Mena, 2020).

Entroncada con la línea desarrollada por RICCAP, hay un núcleo de investigaciones que ha abordado el papel formativo de los denominados medios educativos o universitarios, unas organizaciones que no han sido objeto de una regulación específica y que ni siquiera han sido mencionadas en la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010, que ya reconocía por primera vez a los servicios audiovisuales sin ánimo de lucro. Para autoras como Ponce López (2019) o Zúñiga (2017), la radio universitaria constituye una herramienta educomunicativa de primer orden dado que ayuda a la formación de estudiantes universitarios —no sólo procedentes del ámbito de la comunicación— y porque proyecta sus acciones y dinámicas formativas al propio entorno social. En estos medios se intenta que la educación sea integral y mimética a la del contexto que van a encontrar en la empresa (Zúñiga, 2017), por lo que es frecuente que muchos estudiantes los utilicen como un primer paso o trampolín antes de incorporarse a un mundo profesional privado (Ortiz Sobrino, Marta Lazo y Martín-Pena, 2016). También se han dado importantes experiencias de colaboración entre radios alternativas, universidades y centros de formación primaria y secundaria (Lema-Blanco, 2018; Barranquero y Candón-Mena, 2020). Tal es el caso de la Emisora Escuela M21 de Madrid, una radio local —no estrictamente comunitaria— que operó durante 3 años (2016-2019) en Madrid ofreciendo cursos y herramientas formativas innovadoras a estudiantes de distintos contextos.

A pesar de que algunas radios universitarias son en exceso institucionales, trabajos recientes plantean la necesidad de estrechar las sinergias (Barranquero y Navarro, 2018) o crear marcos de convergencia conceptual (Moscoso y Ávila, 2017) entre el sector de los medios comunitarios y el de los medios educativos dado que ambos comparten orientaciones, modelos organizativos e incluso luchas por el reconocimiento en la regulación. Si bien el grado de apertura a la ciudadanía sigue siendo mayor en los comunitarios (Barranquero y Navarro, 2018), hay trabajos que destacan que las radios universitarias podrían constituir un sector profesional autónomo en caso de dotarse de personal encargado de tutorizar

al alumnado o de avanzar *ex profeso* en la creación de planes de formación para el sector (Zúñiga, 2017). Las propias investigaciones de Lema-Blanco (2015a) proponen pensar en conjunto un currículo ideal de contenidos mínimos de formación para el sector de los comunitarios, profundizando en la idea de que éstos son ya una fuente de empleabilidad en Europa para muchos jóvenes formados en comunicación y ciencias sociales (Barranquero, 2015).

Por último, y aunque no han sido objeto de una línea de investigación tan sostenida en el tiempo, los nuevos proyectos surgidos directamente en el entorno digital también aportan importantes insumos formativos. Ya hay una línea incipiente de trabajos que reflexiona acerca del potencial formativo de redes sociales y otras aplicaciones tecnológicas (Chiappe y Arias, 2016; Saorín y Gómez Hernández, 2014). No obstante, muchos de estos estudios aún no están en sintonía con los modelos participativos de educomunicación y cambio social que deberían promoverse desde el tercer sector de la comunicación (Ceballos-Castro, 2020; Marí Sáez, 2011) y tales como desarrollar trabajos incipientes acerca del potencial formativo, o la producción colectiva de conocimiento y cultura libre en espacios autogestionados y de experimentación de ciudadanía digital (Estalella, Rocha y Lafuente, 2013).

2. La comunicación alternativa y para el cambio social en la universidad española

Desde su implantación, las enseñanzas universitarias del periodismo y la comunicación se han enfocado a satisfacer las necesidades del mercado prestando una atención especial a los medios privados y comerciales como futuras fuentes de empleo. Las nuevas políticas de transferencia universitaria en España tampoco invitan a profundizar en el diálogo con los medios comunitarios o las organizaciones del tercer sector, dado que se orientan en exceso al campo de la empresa, por ejemplo, mediante la creación de incubadoras, el lanzamiento de *spin off*, o los denominados artículos 83

(Repiso, Aguaded, Castillo-Esparcia y Montero, 2020). Por otra parte, España lleva años trabajando para homologar sus estudios a Europa y por competir en investigación y alumnado con las universidades más poderosas de EE.UU. o Asia. De hecho, la transición hacia el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), más conocido como Proceso de Bolonia, estuvo guiado por una racionalidad empresarial que acabó por implantar un modelo mercantilista y elitista de universidad que orienta su comunicación hacia la creación de marcas, y opaca modelos alternativos más democratizadores de comunicación (Simancas-González y García-López, 2017).

En un marco calificado como de «globalización neoliberal de la universidad» (De Sousa Santos, 2007: 27), no corren buenos tiempos para materias relacionadas con el fomento del pensamiento crítico o la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones. Trabajos como los de Martha Nussbaum (2020) o Nuccio Ordine (2013) han lamentado la progresiva desaparición de las humanidades en favor de conocimientos cortoplacistas que sólo cultivan las «capacidades utilitarias y prácticas, aptas para generar renta» (Nussbaum, 2010: 20). Esta orientación mercantilista profundiza en el divorcio de la universidad española con respecto a su misión social, a pesar de que regulaciones como la reciente Ley 45/2015, del voluntariado, reconoce que, junto con las administraciones públicas, las universidades deben ser los principales agentes de promoción del tercer sector.

Ya en el ámbito específico de la comunicación para el cambio social, España es un buen reflejo del diagnóstico que se planteó hace unos años con respecto a la formación en la disciplina, un campo que vivió un intento de reorganización e impulso a principios de los 2000 (Irigoin *et al.*, 2002) del que hoy es sólo testigo la Red Universitaria de Posgrados en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social (www.redcambio.org). En su diagnóstico de la formación en el área, Alfonso Gumucio (2004) señalaba que las carreras de comunicación social de todo el mundo se habían caracterizado por formar a muchos periodistas y a publicistas, pero a muy pocos comunicadores para el cambio social. En la línea de sus escritos, en trabajos previos planteamos que la formación en comunicación alternativa y para el cambio requiere de una aproximación interdisciplinar amplia y de conocimientos diferentes de distintas parcelas de la comunicación y de las ciencias sociales entendiendo

que un/a comunicador popular es alguien que maneja no sólo destrezas periodísticas sino también conocimientos relacionados con la interacción con la comunidad, la participación o la producción cooperativa de conocimiento (Barranquero y Sáez, 2010; Barranquero y Herrera, 2012). En otro trabajo reciente, Víctor Marí Sáez destaca, por ejemplo, que esta formación no sólo es técnica sino que implica la reflexión sobre, al menos, cuatro ejes: (1) las relaciones entre comunicación, crítica al capitalismo y proceso de movilización y transformación social; (2) el papel de los medios comunitarios y otras mediaciones comunicativas lideradas por la ciudadanía y los movimientos sociales; (3) la construcción de epistemologías del Sur que rompan con los modelos hegemónicos de construir conocimiento; (4) y la propuesta de representaciones sociales más inclusivas para huir de los estereotipos fomentados desde las industrias culturales (Marí Sáez, 2020).

Hablamos, en definitiva, de una formación que no es sólo periodística ni se orienta a la construcción de productos informativos a corto plazo, sino que también redundaría en la construcción de procesos a largo plazo, por ejemplo, mediante la formación en técnicas etnográficas de investigación, metodologías participativas, diseño de proyectos, etc. (Gumucio, 2004). Asimismo, la formación universitaria en el área debería reforzar la interrelación entre el carácter teórico y práctico de los procesos emancipatorios, además de trabajar en la imbricación y planificación de la comunicación en los procesos de intervención social, partiendo de una crítica profunda a las lógicas funcionalistas y reproductoras del orden que promueven los grandes conglomerados mediáticos. Asimismo, trabajos recientes hablan de enfocar la disciplina desde marcos ordenadores como el de los Derechos Humanos, los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de las Naciones Unidas, o la Agenda de Educación 2030 de la Unesco. Estos mecanismos ordenadores inciden en cómo orientar la educación hacia la lucha contra la pobreza, la desigualdad, o las amenazas contra el medioambiente o la paz (Rodríguez, 2020).

Ya en el ámbito español, llama la atención que han pasado cinco décadas desde la implantación de los estudios de comunicación, y las materias de comunicación alternativa, educomunicación o comunicación para el cambio siguen siendo asignaturas pendientes en los estudios de grado de las

universidades españolas. Con motivo del II Congreso de AE-IC, dedicado a reflexionar sobre la comunicación y desarrollo en la era digital, los coordinadores de este volumen presentamos hace diez años los resultados de una encuesta aplicada al profesorado universitario español con el objeto de verificar su conocimiento de estos enfoques (Barranquero y Sáez Baeza, 2010). El estudio confirmaba la invisibilidad de la comunicación alternativa en los programas académicos y la relevancia que las personas entrevistadas atribuían a la falta de tiempo y a la perspectiva *profesionalizante* de estos estudios, más orientados a la inserción laboral en el sector privado que a dotar de una formación integral y humanística al alumnado. En 2014, publicamos otro estudio sobre la implantación de las materias de educomunicación y comunicación para el cambio social en los estudios de grado y posgrado en España. Observamos entonces que las escasas asignaturas impartidas, apenas una decena, eran casi siempre materias optativas y con mayor presencia en los estudios de periodismo que en los de publicidad o comunicación audiovisual. Percibimos también que las universidades públicas eran más propensas a incorporar este tipo de enfoques, si bien la presencia de estas materias dependía de la existencia de profesorado o grupos de investigación sensibles a estas temáticas (Barranquero y Rosique, 2014).

Años después de la publicación de estos trabajos, la situación no parece haber mejorado, y esto a pesar de que la discusión académica en torno a comunicación y movimientos sociales se ha revitalizado con cada ciclo de movimientos recientes (tales como el 15M, las mareas en defensa de la público —salud, educación, pensiones, etc.— o la nueva proyección del movimiento feminista). Reflejando lo anterior, observamos un repunte en el número de tesis doctorales y proyectos I+D (Barranquero y Limón, 2017), que, sin embargo, no se traduce en un aumento del número de asignaturas ofertadas. Tampoco la perspectiva o competencias de la comunicación alternativa y para el cambio estuvieron presentes en las recomendaciones para la docencia que derivaron de documentos como el Libro Blanco de los Grados de Comunicación (ANECA, 2005). El paso del tiempo tampoco evidencia un aumento de los posgrados e incluso hay másteres que desafortunadamente han desaparecido como el de Comunicación y desarrollo

promovido en el entorno de Sevilla por Francisco Sierra a inicios de 2000, o el de Comunicación, cultura y ciudadanía digitales, impulsado por Víctor Sampedro desde la URJC y desarrollado en varias ediciones a finales de 2000 y en los primeros años de la década de 2010, coincidiendo con el 15M. Este último programa diluyó los límites entre academia y activismo y muchas de sus sesiones se organizaron en abierto para todo el público. Contó para ello con apoyo de las infraestructuras de MediaLab Prado y se construyó desde una orientación crítica orientada a la construcción colaborativa de conocimiento mediante el apoyo y experimentación con tecnologías de la información diversas.

En la actualidad, se mantienen programas con largo recorrido como el Máster en Comunicación y problemas socioculturales de la URJC y, sobre todo, el de Comunicación con fines sociales de la Universidad de Valladolid. Este último se orienta a promover un encuentro entre academia, administraciones y ONG. Más recientemente destaca la orientación a debates sobre la ciudadanía en el Máster en Medios, comunicación y cultura de la UAB y se consolida cierta tendencia a posgrados especializados en sectores específicos como el Máster en Género y comunicación o el más reciente en Comunicación LGTBI+, implementados todos desde la Universidad Autónoma de Barcelona. En definitiva, consideramos que las sucesivas reformas curriculares no han conseguido aumentar la presencia de las materias de comunicación alternativa en los programas de grado ni los escasos másteres detectados a mediados de la década de 2010 (Barranquero y Rosique, 2014). A falta de un mayor contraste empírico que ahonde no sólo en los programas publicados sino en los énfasis que el profesorado aporta a cada materia (Barranquero y Sáez Baeza, 2010), tampoco parece que los contenidos de la comunicación alternativa y popular se hayan incorporado de manera transversal en otras asignaturas, si bien hay materias muy permeables a estas perspectivas y que forman parte del currículo de algunas universidades españolas como las teorías de la comunicación, el periodismo local y de orientación social y asignaturas con un fuerte componente audiovisual como radio y televisión informativas.

Como apuntábamos anteriormente (Barranquero y Rosique, 2014), la escasa investigación existente en España acerca de comunicación alternativa

y de los movimientos sociales ha estado muy vinculada a ciertos núcleos académicos que, en determinados momentos, han favorecido el estudio de estas temáticas. Por ejemplo, desde el campo de la alfabetización/educación mediática y la *edukomunikación* destaca la investigación pionera de autores como Joan Ferrés, Ignacio Aguaded, Agustín García Matilla o Roberto Aparici. Estos últimos autores (Aparici y García Matilla, 2016) han destacado en varios escritos la importante labor educativa de experiencias como los cineclubes o los centros populares o públicos de producción audiovisual. Dentro de los organismos públicos suelen señalar la experiencia del antiguo CNICE (Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa), el Instituto RTVE, el Consejo Audiovisual de Cataluña o la UNED. Ya en el ámbito comunitario, sobresalen los aprendizajes proyectados por organizaciones con un largo recorrido como Teleduca y El Parlante en Cataluña, Cine sin Autor en Madrid o Zemos98 en Andalucía. Al mismo tiempo reivindican la extensa herencia crítica recibida en la edukomunikación española por parte de la pedagogía crítica europea (Montessori, Freinet, Vallet, etc.) y el pensamiento crítico latinoamericano (Freire, Kaplún, Díaz Bordenave, Gutiérrez, etc.).

Menos ligados al ámbito de la edukomunikación, desde los años ochenta hay expertos/as que han explorado los vínculos entre comunicación y territorio desde conceptos introducidos en el prólogo y el capítulo 1 como los de comunicación local, medios de proximidad, o mesokomunikación. Desde los trabajos clásicos sobre radios libres de autores como Emili Prado (1983) a las distintas aproximaciones sobre prensa local (Guillamet, 1983) y radio y televisión de proximidad (Guimerà, 1983), Cataluña ha sido un territorio fértil para la reflexión sobre la *komunikación local*, entendida como un escenario mediático capaz de articular acciones y relaciones próximas que trascienden el grupo familiar o profesional y que incluso conllevan elementos de resistencia y reivindicación identitaria (Moragas, 2015; Guimerà, 2012). También desde la Universidad de Málaga, el Grupo ComAndalucía, liderado por Manuel Chaparro, ha explorado la relación entre medios municipales y comunitarios y transformaciones a nivel local (Chaparro-Escudero, Gabilondo-García y Espinar-Medina, 2019), mientras que desde la Universidad de Sevilla y la Universidad de Cádiz,

académicos/as como Francisco Sierra (2012), Víctor Marí Sáez (2013, 2020) o Lucía Benítez (2012) han puesto el foco en las relaciones entre comunicación y cambio social, activismo digital, tercer sector y movimientos sociales, incluso impulsando revistas académicas que han dado importante cabida a estas temáticas como *Redes.com* o *Commons*. En la Universitat Jaume I de Castellón hay un núcleo muy activo liderado por Eloísa Nos Aldás que lleva años trabajando en la propuesta de indicadores de *eficacia cultural*. Recientemente, esta propuesta se ha integrado en el marco más amplio de las metodologías para la promoción de una comunicación transgresora de cambio social (Nos Aldás, Farné y Al-Najjar, 2019; Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012; Nos Aldás y Farné, 2020), o en la fundamentación de propuestas educativas de ámbito universitario desde el marco de la comunicación igualitaria y para la paz (Farné y López Ferrández, 2016; Gámez Fuentes y Nos Aldás, 2012).

3. La formación en comunicación desde ONG y tercer sector

Desde su nacimiento, son muchas las organizaciones del tercer sector —ONG, asociaciones barriales y juveniles, cooperativas, movimientos sociales, etc.— que han ido tomando conciencia progresiva de la importancia de dotarse de estructuras comunicacionales para ejercer campañas de sensibilización y situar sus causas en la agenda mediática y política. No obstante, la búsqueda de fondos y donantes les conduce a un difícil equilibrio, no siempre conseguido, entre el compromiso social y la supervivencia. En esta línea, muchas organizaciones replican de manera acrítica modelos importados del mundo de la empresa como el *marketing* social y estrategias comunicativas orientadas, sobre todo, al *fundraising*. Aunque también existen cuestionamientos para evitar caer en una comunicación en exceso mercantilista y asistencialista, más asociada a los sentimientos que a los derechos (Burashi y Aguilar, 2019) y que refuerza la beneficencia, el desconocimiento mutuo y la solidaridad del mínimo esfuerzo (Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012: 219, 228). Tampoco parece que los modelos del *marketing* vayan a desaparecer porque la búsqueda de fondos es un aspecto

central en estas organizaciones, máxime en un contexto de crisis económicas entrelazadas —las de 2008 y 2020—, y gestionadas desde un marco de políticas neoliberales (Peláez-Paz y Carrero, 2017).

En los últimos años es frecuente que el sector mencione o trabaje en torno a la etiqueta de la *comunicación para el cambio social*, que ha sido adoptada por muchas organizaciones como horizonte de reforma hacia el cual dirigir su comunicación. No obstante, las comprensiones de este concepto son disímiles e incluso inexactas, si bien hay profesionales que la entienden como un intento de alejar a la comunicación de las ONG de los enfoques «marqueteros». Así, la ambigua etiqueta del cambio social ayuda, al menos, a evitar las perspectivas etnocéntricas, paternalistas y verticales que durante mucho tiempo han caracterizado al ámbito de la cooperación escenificando un contraste entre el poder de quienes ayudan y la debilidad de las víctimas impotentes (Chouliaraki, 2013).

La buena noticia es que la mayoría de las ONG españolas se perciben en la actualidad como actores comunicacionales que «comunican con todo lo que son y hacen (y con lo que eluden ser o hacer)» (Erro, 2010: 142). Así, sus responsables admiten que necesitan inexcusablemente de medios y redes tecnológicas para influir en la agenda política o para crear conciencia pública acerca de sus problemáticas (Burashi y Aguilar, 2019; Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012). Hay organizaciones que también han asumido un rol autónomo como productoras directas de información sin esperar a que los medios acudan a ellas como fuentes, en especial cuando intervienen en países y contextos a los que los medios no destinan corresponsales o enviados especiales (Powers, 2018). Además de generar información crítica, muchos esfuerzos se dirigen a implementar proyectos de formación de todo tipo, desde la organización autónoma de capacitaciones y seminarios a acciones conjuntas en colaboración con universidades u otras instancias formativas. Las grandes ONG (ej. Amnistía Internacional, Cruz Roja, etc.) disponen de campus virtual y una amplia oferta educativa, dirigida, por lo general, al voluntariado. Por su parte, Fundaciones como La Casa Encendida en Madrid, laboratorios tecnológicos como MediaLab Prado, o federaciones de organizaciones como la Coordinadora de ONG para el Desarrollo, que agrupa a más de 550 entidades, tienen todas una línea permanente de cursos

presenciales y *online*. Otros interesantes ejemplos con cierta trayectoria son los de la Red CIMAS sobre sociopraxis y metodologías participativas, y la línea innovadora del colectivo Nociones Comunes, asociado a la librería cooperativa Traficantes de Sueños, con una amplia experiencia en distintos aspectos de la teoría y la práctica crítica. En el ámbito específico de la comunicación, cursos sobre cómo combatir la desinformación, crear campañas sobre determinadas temáticas, o generar contenidos abiertos a través de plataformas como Wikipedia o Wikimedia son también comunes en la línea formativa del tercer sector.

De una colaboración entre universidad y tercer sector derivó el mayor encuentro habido hasta la fecha acerca de estas temáticas: el I Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social, celebrado en la Universitat Jaume I de Castellón en 2015 (www.comunicambio2015.uji.es) y organizado por Eloísa Nos y su equipo mediante el empleo de herramientas digitales de acceso libre. El encuentro reunió a antiguas y nuevas generaciones de profesionales, investigadores/as y activistas del campo y contó con representantes de algunas organizaciones que han promovido programas de formación en estas materias como Quepo, DevReporter, Stop Rumores, etc. y, sobre todo, de federaciones que han sido muy activas a nivel de organización de campañas y cursos de formación como EAPN (European Anti-Poverty Network) o la Coordinadora ONG para el Desarrollo España. Otra iniciativa interesante es la del congreso anual Move.net, con tres ediciones ya, organizado desde la Universidad de Sevilla por José Candón Mena y su equipo y orientado a analizar las últimas transformaciones relacionadas con el activismo digital y la comunicación en los movimientos sociales (<https://congreso-move.net>). Un intento importante de articulación de diálogos entre organizaciones es la iniciativa Quorum Global (www.quorumglobal.org) que está creando un repositorio propio y cartografías de organizaciones de cara a promover redes de colaboración y espacios de encuentro.

En los últimos años hay temáticas habituales en los cursos de comunicación promovidos por estas organizaciones. La primera tiene que ver con la construcción de narrativas de justicia social que ayuden a combatir fenómenos como la polarización y el discurso del odio en las

redes, además de conectar con diferentes sectores poblacionales mediante la aplicación de teorías de marcos o *frames* (Nos Aldás y Farné, 2020) y entendiendo que hoy la lucha está en el relato y las mejores historias serán las que dominen el futuro (García López y Simancas, 2016; Sachs, 2012). En segundo lugar, son habituales y muy tradicionales los cursos de *marketing* social y digital, muchos de los cuales se orientan a proporcionar herramientas de persuasión y *fundraising* para la gestión de redes sociales de cara a impactar en los medios o en la ciudadanía y manteniendo la línea de persuasión unidireccional que sigue caracterizando a muchas organizaciones (Nos Aldás y Farné, 2020). Diferente a este último es el enfoque de organizaciones que trabajan específicamente en el ámbito comunicacional promoviendo alianzas entre medios independientes, activistas y tercer sector, entre las que se pueden destacar la más veterana DevReporter, red de periodistas y profesionales de la comunicación para el desarrollo que opera en el entorno de Cataluña, y la más reciente Comunicambio (<http://comunicambio.org>), de comunicadores/as del ámbito de las ONG.

Conclusiones

La formación en comunicación alternativa deriva de maneras-otras de entender y practicar la comunicación más allá de los estrechos márgenes de participación que facilitan los medios convencionales. De hecho, su esencia dialógica y su orientación colectiva ayuda a que los sujetos tomen conciencia de que la comunicación no es sinónimo de transferir información o monologar en redes sociales, sino que supone un proceso de encuentro con la diversidad que sólo es gestionable desde la participación y el diálogo libre entre iguales. Hablamos pues de procesos informales de reflexión y práctica colectiva en los que se dan aprendizajes relacionados con la técnica y el arte de comunicar, pero en los que también se educa en los valores que presupone la comunicación comunitaria: el valor del diálogo para la resolución de conflictos, la vocación comunitaria del periodismo, o la ética de los cuidados que debe prevalecer en un proyecto de estas características.

No obstante, aún queda un largo camino por recorrer para incorporar la comunicación comunitaria como un contenido transversal o como una materia específica en la docencia universitaria. Integrar este tipo de materias implica fortalecer los contenidos prácticos y ligar el currículo a las propias reflexiones y prácticas que se están dando en el tercer sector, incluyendo tanto a medios de comunicación alternativos y ciudadanos como a la práctica comunicacional concreta de ONG, movimientos sociales, asociaciones, etc. Aún a falta de seguir sistematizando la experiencia española, una buena manera de incorporar este legado práctico es dar continuidad a lo que ya se está problematizando en las propias redes estatales o internacionales del tercer sector de la comunicación (Ramos, Morais y Barranquero, 2018), lo que incluye desde las propuestas pedagógicas de redes internacionales como AMARC y ALER a referencias en otros países como el Sindicato Nacional de Radios francés o el Community Radio Forum of Ireland (CRAOL) (Lema-Blanco, 2015b). También nos parece importante el insumo de las reflexiones que se dan desde la Red de Medios Comunitarios (Remc) y otras plataformas regionales o sectoriales, además de los propios debates académicos que se están dando en las secciones especializadas de las principales asociaciones internacionales y estatales de investigación de la comunicación como IAMCR, ICA, ECREA, ALAIC o, ya en España, la AE-IC, que cuenta con su Grupo Temático en Comunicación y Ciudadanía.

Asimismo, consideramos vital que el propio sector de los medios alternativos tome conciencia plena del valor educativo de sus proyectos y de su propia esencia como escuela de formación en comunicación, pero también en valores. En esta línea, cursos y talleres de capacitación dirigidos a distintos sectores —y, en especial, a las poblaciones más jóvenes— son una excelente manera de aportar savia nueva a los proyectos comunitarios y, a su vez, pueden constituir una fuente de recursos y sostenibilidad para los propios proyectos. Más allá de que el sector se caracteriza por su heterogeneidad y dispersión, también es preciso que se plantee la necesidad de un currículo formativo común en estas materias o, al menos, las bases mínimas de que debe componerse una formación en estas perspectivas ya sea para el ámbito de la formación reglada —en especial en universidades— ya sea en el de la no reglada —ONG y medios comunitarios—. Entendiendo que

esta formación debe adaptarse a los contextos específicos, un currículo formativo de mínimos debería abordar desde competencias tecnológicas a competencias relacionadas con la comunicación social y la propia coordinación y gestión de un medio, en la que la relación con la comunidad se constituye como una de las piezas fundamentales (Lema-Blanco, 2015a).

Para esta tarea, no cabe duda de que conviene seguir estrechando las relaciones entre universidad y tercer sector, lo que implica desde convenios de prácticas a la organización conjunta de cursos y programas de formación. Estos acuerdos implicarían reforzar la esencia de intervención social de los estudios de comunicación en un contexto de énfasis tecnicista y dominio de los medios públicos y, sobre todo, privado. Como ya sugeríamos, la formación en comunicación y cambio social implica preguntarse por el *para qué* y el *para quién* de la comunicación social, lo que conlleva no sólo en conocimientos periodísticos sino también en destrezas para el trabajo social, la dinamización comunitaria o el fortalecimiento de la participación ciudadana en el seno de las organizaciones. A su vez, esta formación tiene que dotarse de algunos fundamentos de legislación y administración, si entendemos que los medios comunitarios no operan en el vacío, sino que están determinados por un marco regulatorio y económico que favorece o dificulta su sostenibilidad. Por último, interesa fortalecer encuentros creativos para que los/as profesionales que imparten materias universitarias relacionadas con la comunicación ciudadana y aún en proceso de consolidación —comunicación/educación, comunicación para el desarrollo, periodismo social, etc.— estén al tanto y establezcan sinergias que les permitan conocer qué contenidos y destrezas cabe promover desde estos espacios.

Referencias

Aparici, R. y García Matilla, A. (2016). «¿Qué ha ocurrido con la educación en comunicación en los últimos 35 años? Pensar el futuro», en *Espacios en blanco. Revista de Educación*, n.º 26, págs. 35-57.

- Barbas, A. (2012). «Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado», en *Foro de educación*, 10(14), págs. 157-175.
- Barranquero, A. (2014). «Comunicación, cambio social y ONG en España. Indicios para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunicacionales. El caso del 15M», en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(1), págs. 6-33. Disponible en: <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3073>
- Barranquero, A. (coord.) (2016). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD, Madrid. Disponible en: <https://www.riccap.org/resultados/>
- Barranquero, A. y Candón-Mena, J. (2020). «La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio», en *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137, e71863. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/reve.71863>
- Barranquero, A. y Herrera, E. (2012). «Un panorama de la formación especializada en comunicación, desarrollo y cambio social», en *Razón y palabra*, n.º 80. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/22_BarranqueroHerrera_M80.pdf
- Barranquero, A. y Limón, N. (2017). «Objetos y métodos dominantes en comunicación para el desarrollo y el cambio social en las Tesis y Proyectos de Investigación en España (2007-2013)», en *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 72, págs. 1-25. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1151>
- Barranquero, A. y Rosique, G. (2014). «La formación en comunicación/educación para el cambio social en la universidad española. Rutas para un diálogo interdisciplinar», en *Cuadernos.info*, n.º 35, págs. 83-102. Disponible en: <https://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.35.656>
- Barranquero, A. y Sáez Baeza, C. (2010). «Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación», en

Congreso Internacional AE-IC. «Comunicación y desarrollo en la era digital», Málaga.

- Barranquero, A. y Navarro, M. (2018). La participación de los sectores juveniles en los medios comunitarios y educativos del Estado español. Una perspectiva comparada. En Martín-Pena D. y Vivas Moreno, A. (ed. y comp.), *Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda*, Undav, Piñeiro, Avellaneda, págs. 66-85. Disponible en: http://ediciones.undav.edu.ar/sites/default/files/RIU_digital.pdf
- Benítez Eyzaguirre, L. (2012). «La perspectiva de género en comunicación y desarrollo», en Martínez Hermida, M. y Sierra Caballero, F. (eds.), *Comunicación y Desarrollo: prácticas comunicativas y empoderamiento local*, Gedisa, Barcelona, págs. 201-239.
- Buraschi, D. y Aguilar, M. J. (2019). «Más allá de las campañas de sensibilización: el empoderamiento comunicacional como estrategia de intervención social», en *ATPS*, n.º 16, págs. 78-94.
- Ceballos-Castro, G. (2020). «Tercer Sector español ante la comunicación, el desarrollo y el cambio social», en *Convergencia*, n.º 27, págs. 1-17. Disponible en: <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.12073>
- Chaparro-Escudero, M.; Gabilondo-García, V. y Espinar-Medina, L. (coords.) (2019). *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea*, Comunicación Social, Salamanca.
- Chiappe, A. y Arias, V. (2016). «La Educomunicación en entornos digitales: un análisis desde los intercambios de información», en *Opción*, 32(7), págs. 461-479.
- Chouliaraki, L. (2013). *The ironic spectator: Solidarity in the age of post humanitarianism*, Polity Press, Cambridge.
- Contreras, P. y Aguaded Gómez, J. I. (2012). «La voz de los presos en la radio: de objeto del discurso a constructores del mismo», en *Revista Comunicación*, 10(1), págs. 1065-1075.
- Contreras, P.; Martín-Pena, D. y Aguaded, I. (2015). «Derribando el autoestigma: medios de comunicación en prisiones como aliados de la inclusión social», en *Cuadernos.info*, n.º 36, págs. 15-26.

- de Oliveira Soares, I. (2009). «Camino de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos», en *Nómadas*, n.º 30, págs. 194-207.
- Erro, J. (2010). «Comunicación, cooperación internacional para el desarrollo y ONGD: un modelo de trabajo desde la educación y la cultura», en Burgui, T. y Erro, J. (coords.). *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*, Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía, Pamplona, págs. 137-177.
- Estalella, A.; Rocha, J. y Lafuente, A. (2013). «Laboratorios de procomún: experimentación, recursividad y activismo», en *Revista Teknokultura*, 10(1), págs. 21-48.
- Farné, A. y López Ferrández, F. J. (2016). «Comunicación para la Paz: una propuesta pedagógica para el Cambio Social», en *Opción*, 32(9), págs. 644-662.
- Fernández Sande, M. y Leal, C. M. (2015). «La radio como instrumento de rehabilitación y recuperación en trastorno mental severo y crónico: experiencias en la Comunidad de Madrid», en Oliveira, M. y Ribeiro, F. (eds.). *Radio, sound and Internet Proceedings of Net Station International Conference*, CECS, págs. 99-110. Disponible en: http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/180
- Fernández Viso, A. (2012). «Historia de una travesía inconclusa: la comunicación para el desarrollo y el cambio social en la investigación y la docencia universitarias en España», en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, n.º 17, págs. 41-62. Disponible en: https://doi.org/10.5209/rev_ciyc.2012.v17.39257
- Fleischman, L. y Sáez, Ch. (2009). «Presente y futuro de la sustentabilidad de las experiencias de TV alternativa en España: un análisis multidimensional». Ponencia presentada en el *Congreso IAMCR, sección de Comunicación Comunitaria*. Ciudad de México, 21-24 julio de 2009.
- Gámez Fuentes, M. J. y Nos Aldás, E. (2012). «Comunicación para la igualdad en el nuevo EEES: fundamentación crítica para el cambio social», en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 18, págs. 325-335.
- García, J. y Meda, M. (2012). «¡Qué locura de radio! Radios comunitarias y salud mental en España», en Martínez, M.; Mayugo, C. y Tamarit, A. (eds.), *Comunicación y comunidad. Prácticas comunicativas y medios*

comunitarios en Europa y América Latina, Fragua, Madrid, págs. 309-322.

García López, M. y Simancas, E. (2016). «La lucha está en el relato. Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social», en *Cultura, Lenguaje y Representación*, n.º 15, págs. 139-151. Disponible en: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clar/article/view/2159>

Gerbaudo, P. (2018). «Social media and populism: an elective affinity?», en *Media, Culture & Society*, 40(5), págs. 745-753. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>

Guillamet, J. (1983). *La premsa comarcal: un model català de periodisme popular*, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Guimerà, J. À. (2003). «La descripció de l'objecte d'estudi a la recerca sobre comunicació local a Catalunya (1978-2002): aportacions i limitacions», en *Treballs de Comunicació*, n.º 18, págs. 107-116.

Guimerà, J. A. (2012). «La conceptualizació de l'objecte d'estudi en la recerca sobre comunicació local a Catalunya (1981-2006): de mesocomunicació a mitjans de proximitat», en *Trípodos*, n.º 30, págs. 111-123.

Gozálvez, V. y Contreras-Pulido, P. (2014). «Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación», en *Comunicar*, 42(21), págs. 129-136. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-12>

Gumucio, A. (2004). «El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social», en *Investigación y desarrollo*, 12(1), págs. 2-23. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/268/26800101.pdf>

Iranzo, A. y Farné, A. (2014). «Herramientas de comunicación para el tercer sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas», en *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 3(2), págs. 29-53.

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*, Ediciones de la Torre, Buenos Aires.

Kaplún, G. (2020). «Universidad y Comunicación Alternativa: quién cambia a quién», en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*,

- 9(1), págs. 9-25. Disponible en: <http://doi.org/10.25267/COMMONS.2020.v9.i1.1>
- Lema-Blanco, I. (2015a). «Propuesta de itinerario formativo orientado a las futuras generaciones desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social», en Barranquero, A. (coord.), *Juventud española y los medios del tercer sector*, Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Madrid, págs. 50-52.
- Lema-Blanco, I. (2015b). «Los medios de comunicación comunitarios como espacios de educación no formal para los/las jóvenes», en *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, n.º 14, págs. 14-25. Disponible en: <http://hdl.handle.net/2183/18411>
- Lema-Blanco, I. (2018). «El rol de los medios de comunicación comunitarios como herramientas de inclusión social. El caso de la emisora CUAC FM en A Coruña», en Cid, X.M. *et al.* (dirs.), *Educación social e escola: análise da última década (2006-2016)*, CEESG, págs. 693-708. Disponible en: https://sabelabranco.files.wordpress.com/2018/09/lema-blanco-2018-medios-comunitarios_educacion_inclusion_social_preprint.pdf
- Lema-Blanco, I.; Rodríguez-Gómez, E. F. y Barranquero-Carretero, A. (2016). «Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social», en *Comunicar*, 48(24), págs. 91-99. Disponible en: <https://doi.org/10.3916/C48-2016-09>
- Marí-Sáez, V. M. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*, Popular, Madrid.
- Marí Sáez, V. (2013). «Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo», en *Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 2(3), págs. 40-63. Disponible en: <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3067>
- Marí Sáez, V. (2020). «Indisciplinar y abrir las ciencias sociales», en *Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 9(1), págs. 1-5. Disponible en: <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/6198>
- Martínez Nicolás, M. (2009). «La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales», en *Revista Latina de*

Comunicación Social, 12(64), págs. 1-14.

Marzal J. y Casero, A. (2009). «Las políticas de comunicación ante la implantación de la TDT en España. Balance crítico y retos pendientes», en *Sphera Pública*, 9, págs. 95-109.

Moragas, M. de (2015). «La comunicación de proximidad 30 años después», en Nerekan Umaran, A.; Casado del Río, M. Á.; Zallo Elgezabal, R. y Miguel de Bustos, J. C. (eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*, Universidad del País Vasco, Bilbao, págs. 21-38.

Moscoso, V. y Ávila, C. (2017). «Radios universitarias como medios comunitarios: parámetros para un modelo convergente», en Barragán, V. y Terceros, I. (coords.), *Radios, redes e Internet para la transformación social*, CIESPAL, Quito, págs. 49-71.

Nos Aldás, E.; Iranzo, A. y Farné, A. (2012). «La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión», en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, págs. 209-237. Disponible en: https://doi.org/10.5209/rev_ciyc.2012.v17.39265

Nos Aldás, E.; Farné, A. y Al-Najjar, T. (2019). «Justicia social, culturas de paz y competencias digitales: comunicación para una ciudadanía crítica global en la educación superior», en *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social (RIEJS)*, 8(1), págs. 43-62. Disponible en: <https://doi.org/10.15366/riejs2019.8.1.003>

Nos-Aldás, E. y Farné, A. (2020). «Comunicación transgresora de cambio social: epistemologías performativas y eficacia cultural», en *Convergencia*, n.º 27, e12720. Disponible en: <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.12720>

Nussbaum, M. C. (2010). *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades*, Katz, Buenos Aires.

Ordine, N. (2013). *La utilidad de lo inútil: Manifiesto*, Acantilado, Barcelona.

Ortiz Sobrino, M.; Marta-Lazo, C. y Martín-Pena, D. (2016). «La formación de competencias profesionales en los estudiantes de Comunicación Social de las emisoras universitarias en España y Portugal: situación y resultados

- asimétricos», en *Signo y Pensamiento*, 35(68), págs. 35-50. Disponible en: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.fcpe>
- Peláez-Paz, C. y Carrero, G. (2017). «Las lógicas comunicativas de las ONG: El viaje de la transformación social hacia el fortalecimiento institucional», en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 6(2), págs. 34-53.
- Pérez Martínez, J. E. (2017). «¿Por qué las radios libres invadieron nuestro dial? Reflexiones sobre el concepto de anomia comunicacional como origen de proyectos de comunicación alternativa (1976-1989)», en *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), págs. 519-534.
- Ponce López, M. C. (2019). «Iniciación a los fundamentos teóricos para la educomunicación en la radio universitaria», en *Miguel Hernández Communication Journal*, 10(1), págs. 183-197. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v10i0.269>
- Powers, M. (2018). *NGOs as Newsmakers: The changing landscape of international news*, Columbia University Press, Nueva York.
- Prado, E. (1983). *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*, Mitre, Barcelona.
- Ramos, J.; Morais, S. y Barranquero, A. (2018). «Las redes de comunicación alternativa y ciudadana en España: Potencialidades, dificultades y retos», en *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), págs. 121-148.
- Repiso, R.; Aguaded, I.; Castillo-Esparcia, A. y Montero, J. (2020). «Sexenio de transferencia: luces y sombras de un proyecto necesario. Análisis de una muestra de denegaciones en Ciencias de la Información y estudio de la edición de revistas y comisiones de agencia como mérito», en *Anuario ThinkEPI*, 14(1), e14a02. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14a02>
- Rodríguez, R. (2020). «La enseñanza de la Comunicación para el Cambio Social en la formación de estudiantes de Comunicación Social y Audiovisual: el caso de la Universidad de Chile», en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 9(1), págs. 26-58. Disponible en: <http://doi.org/10.25267/COMMONS.2020.v9.i1.2>
- Sachs, W. (2012). *Winning the story wars*, Harvard, Boston, MA.

- Sáez Baeza, C. (2009). *Tercer sector de la comunicación teoría y praxis de la televisión alternativa: una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. Tesis doctoral no publicada. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Saorín, T. y Gómez-Hernández, J. A. (2014). «Alfabetizar en tecnologías sociales para la vida diaria y el empoderamiento», en *Anuario ThinkEPI*, n.º 8, págs. 342-348.
- Sierra Caballero, F. (2002). *Comunicación, educación y desarrollo: apuntes para una historia de la comunicación educativa*, Comunicación Social, Sevilla.
- Simancas-González, E. y García-López, M. (2017). «Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas», en *El profesional de la información*, 26(4), págs. 735-744.
- Vidal Beneyto, J. (ed.) (1979). *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Zúñiga, R. y Martín Pena, D. (2017). «Formación de futuros profesionales de comunicación en España a través de la radio universitaria», en *Prisma Social*, n.º 19, págs. 324-346.

Sobre los autores

Alejandro Barranquero. Comunicador español, Doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga y Profesor e Investigador en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid.

Chiara Sáez Baeza. Socióloga chilena, Doctora en Comunicación y Posdoctorada en Políticas Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora Asociada del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.

José Candón Mena. Doctor en Ciencias de la Comunicación y Sociología. Profesor en la Facultad de Comunicación en la Universidad de Sevilla, investigador del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS) y miembro de RICCAP.

Javier García García. Jurista y doctorando en Derecho de la Universidad de Castilla-La Mancha. Investigador asociado de OBSERVACOM. Fundador de RICCAP y el Observatorio del Derecho a la Comunicación. Integrante de Radio Almenara y la Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC).

Daniel David Muñoz Morcillo. Sociólogo y doctorando en Comunicación en la Universidad Carlos III de Madrid. Con estudios en realización documental en el Instituto Nórdico de Cine y Teatro (NISS) de Oslo y en la Facultad de los Medios de Comunicación Audiovisual del Instituto Superior de Arte (ISA) de La Habana.

Isabel Lema Blanco. Investigadora y docente en la Universidade da Coruña, Como activista, participa en la emisora comunitaria CUAC FM y en AMARC-

Europa (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) enfocando su trabajo a la defensa del ejercicio del derecho a la comunicación de la ciudadanía.

Juan Ramos Martín. Director del Doctorado en Comunicación, Lenguajes e Información y del grupo de investigación «Comunicación, Medios y Cultura» de la Pontificia Universidad Javeriana (Colombia). Sus principales intereses de investigación pasan por la teoría crítica de la tecnología y los movimientos sociales.

Dafne Calvo. Doctora en Comunicación por la Universidad de Valladolid e investigadora predoctoral en la Universitat de València. Miembro de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP). Sus intereses académicos se centran en la participación política, la comunicación digital y la cultura libre.

Griselda Vilar Sastre. Comunicadora audiovisual, investigadora, docente predoctoral y doctoranda de la Universitat Jaume I. Máster de Investigación en Música de la Universidad de Barcelona. Miembro del grupo de investigación Desarrollo Social y Paz y miembro del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz, ambos de la UJI.

José Emilio Pérez. Doctor en Historia Contemporánea (2017) y en Periodismo (2019) por la Universidad Complutense de Madrid, sus trabajos se han centrado en la historia de la radiodifusión española. Miembro de RICCAP y la Sección de Historia de la Fundación de Investigaciones Marxistas.

Núria Reguero Jiménez. Periodista y doctora en Políticas Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente trabaja en el Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (IGOP) de la UAB, colabora con el grupo Digital Commons-UOC, RICCAP y varias iniciativas de comunicación comunitaria.

Laura Bergés Saura. Doctora en Ciencias de la Información. Profesora de la Universitat de Lleida, forma parte de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP) y del EuroMedia Research Group. Sus líneas de investigación se enmarcan en la economía política de la comunicación.